



COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR MODELO BPM: CORRESPONDÊNCIA INTENÇÃO-COMPRA E ARGUMENTO ECOLÓGICO

SILVA, Luciana Mesquita, <u>luciana_smesquita@hotmail.com</u> SILVA, André Vasconcelos, <u>profandrevs@hotmail.com</u>

¹Universidade Federal de Goiás ²Universidade Federal de Goiás

Resumo: O comportamento do consumidor é um campo de estudos dentro da grande área do Marketing, sendo esse estudo indispensável para a criação das estratégias de Marketing de uma empresa. O presente trabalho tem como objetivo a análise da teoria do comportamento do consumidor com referência à compreensão do Behavioral Perspective Model (BPM), e a utilização desse modelo para explicar a correspondência Intenção-Compra (I-C) com relação ao argumento ecológico. Será apresentado o Behavior Perspective Model (BPM) e também a relação de correspondência Intenção-Compra (I-C) com o chamado argumento ecológico. Pode-se perceber que o modelo BPM faz uma análise do comportamento do consumidor, a partir da tríplice contigência: antecendente, resposta e consequente, levando em consideração as influências ambientais e sociais no comportamento do consumidor. A pesquisa demonstrou ainda que alguns trabalhos citam o fato de que o argumento ecológico exerce pouca influência na Intenção-compra.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor, Modelo BPM, Correspondência Intenção-Compra, Argumento Ecológico.

1. INTRODUÇÃO

Grande parte das teorias desenvolvidas no processo de evolução do pensamento de marketing estão direcionadas ao estudo do comportamento do consumidor, sendo que, o conhecimento psicológico tem sido aplicado ao estudo dessas teorias.

Considerando as abordagens epistemológicas dessa área, vários modelos teóricos tem sido empregados. De acordo com Nalini, Cardoso e Cunha (2013), a psicologia nas suas diversas roupagens tem expandido seus conceitos e métodos de investigação para o estudo dos processos comportamentais e/ou subjetivos individuais de seres humanos em contextos que extrapolam as circunscrições mais tradicionais da disciplina.

Os autores afirmam ainda que uma área multidisciplinar do conhecimento em que ocorre apropriação crescente do conhecimento psicológico é aquela referente ao comportamento e/ou processos subjetivos individuais em situações em que seres humanos atuam como consumidores.

A área de pesquisa sobre comportamento do consumidor se refere a uma série de fenômenos de grande prevalência e relevância, tendo em vista que diversas situações de consumo ocupam partes significativas do cotidiano das pessoas.

Este trabalho tem como objetivo a análise da teoria do comportamento do consumidor com

referência à compreensão do *Behavioral Perspective Model* (BPM), e a utilização desse modelo para explicar a correspondência Intenção-Compra (I-C) com relação ao argumento ecológico.

A pesquisa é de cunho teórico, com abordagem dos conceitos de comportamento do consumidor na perspectiva comportamental, com apresentação do modelo BPM, sendo apresentados também a correspondência Intenção-Compra (I-C) e o argumento ecológico. Logo depois tem-se as considerações finais e referências bibliográficas.

2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Em sentido amplo, a diversidade e a complexidade são aspectos característicos de processos comportamentais de consumo, e diante disso várias definições gerais sobre comportamento do consumidor tem sido apresentadas (NALINI, CARDOSO, CUNHA 2013).

Para Oliveira-Castro e Foxall (2005), a análise do comportamento do consumidor é um nome dado a um amplo programa de pesquisa, relativamente recente, que envolve o uso de princípios de aprendizagem, geralmente obtidos experimentalmente para interpretar o comportamento de consumo das pessoas.

A abordagem comportamental que será apresentada no presente trabalho para interpretar o comportamento do consumidor, está ancorada em





pressupostos filosóficos que especificam e avaliam o tipo de explicação que a análise do comportamento é capaz de fornecer bem como suas características distintas e suas limitações (OLIVEIRA-CASTRO, FOXALL 2005).

3. O BEHAVIORAL PERSPECTIVE MODEL (BPM)

A análise do comportamento do consumidor pode ser vista como uma abordagem teórica alternativa que enfatiza variáveis situacionais e medidas de comportamento. Dentro da análise do comportamento do consumidor, o Modelo na Perspectiva Comportamental (BPM) interpreta o comportamento do consumidor como um evento que ocorre na intersecção da história de aprendizagem do indivíduo e do cenário de consumo, o que sinaliza consequências utilitárias e informativas associadas a respostas relacionadas ao consumo (PORTO, 2009).

De acordo com Nalini, Cardoso e Cunha (2013), sendo estruturado em conhecimentos do marketing e da análise do comportamento, o modelo baseado na perspectiva comportamental (BPM), tem um programa de pesquisa embasado no efeito das variáveis do contexto ambiental onde ocorrem as relações de consumo, buscando nos princípios da história de aprendizagem do consumidor os subsídios para uma análise funcional do comportamento do consumidor.

Ainda, segundo os autores citados, a análise do comportamento baseada no BPM tem aprimorado o conhecimento dos efeitos das consequências ambientais sobre o consumir através das variáveis ambientais antecedentes.

O Behavior Perspective Model proposto por Foxall (1990, 1997, 1998), faz uma análise do comportamento do consumidor a partir da tríplice contingência que é composta por antecedente, resposta e consequente, localizando o comportamento do consumidor na intersecção do cenário comportamental com a história de aprendizagem (POHL e OLIVEIRA-CASTRO, 2008).



Figura 1: Representação Esquemática do BPM (*Behavioral Perspective Model*) Adaptado do Foxall 2010.

No modelo apresentado na figura 1, o comportamento do consumidor é explicado e predito analisando-se antecedentes, tais como o cenário onde ocorre o comportamento e a história de aprendizagem do consumidor, e consequentes, como: reforço e punições utilitárias e informativas.

No cenário de consumo, analisam-se a presença e frequência de estímulos discriminativos que sinalizam a probabilidade de consequências. Esses estímulos podem ser: físicos (peças de propaganda dentro da loja, logomarcas etc), sociais (presença de vendedores ou co-compradores tal como um filho de um comprador), temporais (horários que a loja fíca aberta) e regulatórios (regras dizendo "proibido fumar", "proibido abrir embalagens" etc). A presença de quaisquer desses exemplos sinaliza uma probabilidade de consequência. (PORTO, 2009).

Na história de aprendizagem, segundo Porto (2009), analisam-se efeitos de reforço e punição em comportamentos já realizados pelo indivíduo em qualquer situação anterior de contexto de consumo.

4. CORRESPONDÊNCIA INTENÇÃO-COMPRA E ARGUMENTO ECOLÓGICO



Figura 2: Modelo de correspondência Intenção-Compra de Porto 2009.

A partir do modelo BPM de Foxall, Porto (2009) criou o modelo de correspondêcia Intenção-Compra, demonstrado na figura 2. Esse modelo acrescenta as consequências do ato de compra que podem influenciar emissões de comportamentos subsequentes.

A área de pesquisa em comportamento de compra se preocupa com a mensuração e a identificação das variáveis preditoras do comprar (PORTO, 2009). Dentre essas variáveis pode-se considerar a influência do argumento ecológico.

Pereira e Ayroza (2004), consideram que a crescente preocupação sobre questões ecológicas e ambientais evoluiu por vários caminhos diferentes, sendo intensificado a partir das décadas de 60 e 70, quando surgiram os movimentos ecológicos. No entanto, apenas em meados do século XX é que estas questões passaram a chamar a atenção das





empresas como uma possível fonte de vantagem competitiva.

Para se buscar estratégias que possam gerar vantagens competitivas sustentáveis, Lages e Neto (2002), afirmam que é preciso compreender os comportamentos e características que determinam o consumo de um indivíduo socialmente consciente, essa compreensão é relevante para que empresas e profissionais da área consigam realmente oferecer produtos e serviços preocupados com as questões ambientais.

Dessa forma, é possível perceber que durante os últimos anos é recorrente a divulgação pela literatura, de que o comportamento de compra dos consumidores são influenciados por questões ecológicas como a produção de produtos que não agridam o ambiente e que sejam produzidos de forma ecologicamente sustentável (PEREIRA, AYROZA, 2004).

Nesse cenário, surge o conceito de argumento ecológico. Pereira (2003), define argumento ecológico como sendo qualquer atributo, pista ou recurso que forneça informações sobre a produção verde (ecologicamente correta) de determinado produto, marca ou empresa e que tenha a intenção de alterar o comportamento do consumidor.

No momento em que o consumidor avalia um produto ou marca, ele se depara com várias informações sobre validade, peso, composição, país de origem, etc. Estas características descritivas do produto são denominadas atributos. (MELLO, SAUERBRONN, 2014)

Segundo Keller (1993), atributos são as características que descrevem propriamente um produto ou serviço – o que um consumidor avalia ao comprar um produto. Esses atributos podem relatar a composição física do produto, como os ingredientes necessários para a sua formulação, ou podem informar sobre características externas, como a produção ecologicamente correta ou país de origem.

Pereira e Ayrosa (2004), apontam que os atributos presentes na embalagem do produto ou em anúncios podem ser utilizados por consumidores para avaliar o produto, a marca ou a empresa. Assim, a avaliação relativa ao produto, à marca ou à empresa pode afetar as atitudes e o comportamento de compra.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da constante defesa por parte da literatura popular de administração propalando a existência do chamado consumidor verde e a grande influência que ele exerce sobre as estratégias empresariais, o que se verifica, na realidade, é a ausência de estudos que possam identificar a

existência no Brasil desse consumidor ambientalmente responsável. Ou, ainda mais, se o uso de apelos ecológicos pela mídia exerce algum impacto no comportamento de compra do consumidor comum (PEREIRA E AYROZA, 2004).

Em seu estudo, Pereira (2003) constatou que o comportamento de consumo consciente não se faz tão presente a ponto de afetar a decisão e intenção de compra, mesmo que o consumidor seja estimulado por apelos ecológicos na embalagem. No entanto, o apelo ecológico contribui favoravelmente para a imagem da marca fabricante.

REFERÊNCIAS

Foxall, G. R. 1998. Radical behaviorist interpretation: generating and evaluating an account of consumer behavior. *The Behavior Analyst*, 21(2), 321-354.

Foxall, G. R. 1990. Consumer psychology in behavioral perspective. New York: Routledge.

Foxall, G. R. 1997. *Marketing psychology: the paradigm in the wings*. London: MacMillan.

FOXALL, G. R.; OLIVEIRA-CASTRO, J. M.; JAMES, V. K.; SCHREZENMAIE, T. C. 2006. Consumer Behavior Analysis: the case of brand choice. RPOT, Rio de Janeiro, v.6, n.1, 50-78 KELLER Keyin Lane 1993. Concentualizing

KELLER, Kevin Lane, 1993. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**, v.57, p.1-22.

LAGES, N. S.; NETO, A. V. 2002. Mensurando a Consciência Ecológica do Consumidor: Um Estudo Realizado na Cidade de Porto Alegre. Encontro da Anpad (ENANPAD).

MELLO, L. T. SAUERBRONN, J.F. R. 2014. Um Experimento sobre Intenção de Compra e Atitude frente a Embalagem de Consumidores de Cosméticos com Certificação Ecológica. Revistas das faculdades Integradas Vianna Júnior. V.5, Juiz de Fora

NALINI, L. E. G.; CARDOSO, M. M.; CUNHA, S. R. Comportamento do Consumidor: Uma Introdução ao Behavioral Perspective Model (BPM). Fragmentos de Cultura, v. 23, n. 4, p. 489-505, out/dez. 2013.

OLIVEIRA-CASTRO, J. M.; FOXALL, G. R. Análise do Comportamento do Consumidor. Porto Alegre: Artmed, 2005.

PEREIRA, S. J. N.; AYROSA, E. A. T. 2004. Atitudes Relativas a Marcas e Argumentos Ecológicos: Um Estudo Experimental. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional. V.2 n. 2, mai/ago.

PEREIRA, S. J. N. 2003. O impacto do argumento ecológico nas atitudes dos consumidores: um estudo experimental. Dissertação (Mestrado em





Executivo) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresa, Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 2003.

POHL, R. H. B. F.; OLIVEIRA-CASTRO, J. M. 2008. Efeitos do Nível de Benefício Informativo das Marcas sobre a Duração do Comportamento de Procura. RAC-Eletrônica, Curitiba, v. 2, n. 3, art. 6, p. 449-469, Set./Dez.

PORTO, R. B. 2009. Correspondência dizer-fazer em escolha de marcas: Influência das estratégias de

marketing no ponto-de-venda e das experiências anteriores dos consumidores. Brasília.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

Os autores Luciana Mesquita da Silva e André Vasconcelos da Silva são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho.

CONSUMER BEHAVIOR MODEL BPM: CORRESPONDENCE INTENTION-PURCHASE AND ARGUMENT ECOLOGICAL

SILVA, Luciana Mesquita, Luciana_smesquita@hotmail.com SILVA, André Vasconcelos

> ¹Universidade Federal de Goiás ²Universidade Federal de Goiás

Summary: Consumer behavior is a field of study within the area of Marketing, and this study indispensable to the creation of marketing strategies of a company. This paper aims to search the literature through an exploratory research, some consumer behavior settings in a behavioral perspective. It will be presented Behavior Perspective Model (BPM) and also the corresponding relationship Intent-Purchase (I-C) with the so-called ecological argument. It can be noticed that the BPM model is a consumer behavior analysis, from the triple contingency: antecedent, response and consequent, taking into account the environmental and social influences on consumer behavior. The survey also showed that the ecological argument has little influence in the Intent-purchase.

Keywords: Consumer Behavior, Model BPM, Correspondence Intent-Purchase, Ecological Argument.



FUNDAÇÃO CONSCIENCIARTE: A CORRIDA PELA SUSTENTABILIDADE

<u>Paixão, Jamille Araújo,</u> jamillepaixao@yahoo.com.br¹ Rosalem, Vagner²

¹UFVJM/Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri/Campus Unaí/MG/Brasil

²PPGGO – Programa de Pós-graduação – UFG/Universidade Federal de Goiás/Regional Catalão/GO/Brasil

Resumo: A noção de Terceiro Setor tem sido frequentemente identificada como o conjunto de ações desenvolvidas por organizações da sociedade civil na área social, de defesa de direitos e de desenvolvimento. Fundada em 1992 como projeto conscienciarte por protagonistas juvenis dos movimentos sociais e grupos ambientalistas de Paracatu — cidade situada no noroeste de Minas Gerais - a Fundação Conscienciarte tem como seu maior desafio a captação de recursos. Com o aumento da competitividade para se obter fundos, a Instituição se vê, cada vez mais, obrigada a aprimorar e inovar as formas de captação de recursos. Para a elaboração de um planejamento estratégico, objetivo deste estudo, foi necessário conhecer quais as formas já utilizadas pela Instituição para se manter financeiramente e assim elaborar formas alternativas e diversificadas de captação de recursos. A metodologia utilizada foi a pesquisa descritiva, realizada através da aplicação de questionários compostos por perguntas abertas, por meio do estudo de caso. E como resultado, obteve-se o planejamento estratégico da organização, com o respectivo plano de trabalho.

Palavras-chave: terceiro setor, planejamento estratégico, captação de recursos.

1. INTRODUÇÃO

O planejamento estratégico é uma ferramenta de gestão, é o mecanismo utilizado para visualizar a situação atual da organização e definir objetivos e ações a serem executadas para o sucesso organizacional.

Assim como as empresas privadas, o Terceiro Setor, que é composto por organizações não governamentais, precisa constantemente se adequar às mudanças ambientais, pois possui características que não são diagnosticadas em empresas com fins lucrativos.

E visando manter suas atividades e aprimorar suas funções necessita elaborar o planejamento estratégico, com o objetivo de dificultar a interferência das incertezas financeiras no desenvolvimento de seus projetos sociais.

Este setor apresenta distinções que exigem um rigoroso planejamento para captar recursos e manter suas atividades, uma vez que, a grande dependência de recursos de empresas privadas ou governos produz limitações financeiras e pedagógicas para o desenvolvimento dos projetos sociais.

Por estes motivos, este estudo teve por objetivo elaborar um planejamento estratégico para a Fundação Conscienciarte, instituição do Terceiro Setor, situada no município de Paracatu, região noroeste de Minas Gerais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Porter (1986) o planejamento estratégico é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como uma empresa irá competir, quais deveriam ser as suas metas e quais as políticas necessárias para levar-se a cabo estas metas

A principal condicionante para que a gestão estratégica seja bem sucedida é a adoção de uma metodologia que a torne adequada a cada situação; os métodos de planejamento e de gestão estratégica são, na realidade, um repertório de ações combinadas com potencialidades e recursos para provocar impactos no ambiente interno e externo.

Uma consideração da necessidade dos administradores realizarem uma análise do ambiente baseia-se na teoria geral dos sistemas, as organizações modernas são influenciadas pelo ambiente e estão constantemente interagindo com eles.

Como as organizações são sistemas abertos, os fatores ambientais inevitavelmente as influenciam, e cabe aos administradores assegurar que essa influência seja canalizada para uma direção positiva e que contribua para o sucesso organizacional.

A análise dos ambientes funciona como premissa para o desenvolvimento satisfatório de um





planejamento estratégico, diante destas informações é possível conhecer seus ambientes e visualizar alternativas que permitam o crescimento e desenvolvimento. Realizada de forma eficiente oferece ferramentas que orientam o processo organizacional.

Para Tavares (2000) a formulação de uma estratégia bem-sucedida requer uma avaliação compreensiva e preditiva do ambiente externo. Requer, igualmente, uma rigorosa avaliação do ambiente interno da organização.

A formulação de estratégias de uma organização está condicionada aos diferentes níveis de compreensão de sua realidade externa e interna e aos processos decisórios que vão se diferenciar segundo esses níveis de compreensão.

O diagnóstico estratégico dos ambientes fornece os parâmetros que irão conduzir os próximos passos do planejamento. Seus resultados implicam em restrições que determinam as opções estratégicas que deverão ser identificadas pela direção da empresa.

Para o processo de implementação é importante a experiência dos administradores em interagir e ter empatia com outras pessoas, em alocar recursos, em monitorar progressos em direção às metas e em organizar novas redes informais na medida das necessidades para facilitar a implementação da estratégia.

Em organizações, controlar significa monitorar, avaliar e melhorar as diversas atividades que ocorrem dentro de uma organização. Exercer controle é a principal parte do trabalho de cada administrador. É através do controle que os gestores conseguem garantir que os planos se tornem realidade.

Através da monitoração e avaliação do processo de administração estratégica é possível contribuir para que a alta administração atinja as metas organizacionais.

O controle estratégico fornece a realimentação, que é crítica para se determinar se todas as etapas do processo de administração estratégica são apropriadas, compatíveis e estão funcionando de forma apropriada.

3. MATERIAL E MÉTODO

Trata-se de um estudo de caso onde desenvolveu-se uma pesquisa exploratória e descritiva, na qual foram aplicados como instrumentos de pesquisa, três questionários constituídos por perguntas dissertativas. Estes questionários foram aplicados aos funcionários e conselheiros da Fundação Conscienciarte, instituição do terceiro setor, situada em Paracatu, município do noroeste de Minas Gerais.

Os entrevistados não tinham tempo determinado para responder as questões. Durante o preenchimento do questionário cada participante fazia seus comentários sobre a história da instituição e as diversas formas já aplicadas para a captação de recursos, o que foi fundamental para complementação da pesquisa acadêmica.

Os questionários foram aplicados por um entrevistador diretamente na sede administrativa da instituição, situada à rua Goiás, 97 — Centro, no município de Paracatu, região noroeste de Minas Gerais. Os questionários foram aplicados entre março e maio de 2007. Para a coleta de dados, foi utilizado o método de entrevista pessoal face a face, com perguntas previamente estruturadas.

O estudo descritivo desenvolveu-se a partir de três questionários elaborados pela autora da pesquisa, com base na metodologia qualitativa detalhada por Marconi e Lakatos (2005).

O primeiro questionário levantou as ameaças e oportunidades presentes no contexto externo da instituição, abordando os fatores econômicos, políticos, socioculturais e legais. O segundo questionário foi utilizado para levantar o contexto interno da instituição. E o terceiro teve por objetivo diagnosticar e analisar o histórico de captação de recursos desenvolvidos pela instituição ao longo de sua existência.

Os resultados foram analisados qualitativamente através da mensuração dos dados obtidos através dos questionários.

4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A SUSTENTABILIDADE DA FUNDAÇÃO CONSCIENCIARTE

As ações do Terceiro Setor sempre estiveram muito próximas das tradições religiosas que, em sua maioria, de forma assistencialista, têm complementado as obrigações de assistência social do Estado.

No final da década de 70, ocorreu uma significativa expansão de associações civis, movimentos sociais, sindicatos, grupos ambientalistas e de defesa de minorias, o que fez expandir o debate sobre as questões sociais do país. Nas últimas décadas, têm-se apresentado, em todo o mundo, um aumento expressivo no número de organizações da sociedade civil.

De acordo com o Presidente da Fundação Conscienciarte, o Sr. Mauro Flávio Muniz, em 1992, protagonistas juvenis dos movimentos sociais e grupos ambientalistas de Paracatu, cidade do noroeste de Minas Gerais, criaram o Projeto Conscienciarte, o qual tinha como principais objetivos ministrar cursos profissionalizantes à





população de baixa renda e organizar ações comunitárias.

Em 1995 o projeto se torna Fundação Conscienciarte e credencia-se como instituição prioritariamente social, desenvolvendo projetos e programas socioeducativos e culturais. Desde sua criação, a captação de recursos é um dos maiores desafios que a Fundação Conscienciarte enfrenta.

Em levantamentos realizados no setor financeiro da Instituição foi possível identificar que a maior parte da obtenção de recursos é através de Organizações de Cooperação Internacional, financiamento de grandes empresas privadas, convênios com o governo, seja na esfera municipal, estadual ou federal.

Entretanto, outras formas de captação já foram realizadas aleatoriamente como: recebimento de doações de pessoas físicas, realização de festas juninas, cursos profissionalizantes com cobrança de mensalidades, colaboração de pequenas empresas locais, mas estas doações não produzem um grande impacto nas necessidades da Instituição.

A falta de um planejamento estratégico para a captação destes recursos dificulta a administração desta Instituição, já que fica a mercê de incertezas, não sendo possível fazer planos a longo prazo, investir em estrutura física ou treinamento e desenvolvimento de funcionários.

Baseado nos levantamentos feitos sobre o ambiente interno e externo da Fundação foi possível identificar suas forças, oportunidades, fraquezas e ameaças que podem interferir no desenvolvimento dos projetos para a sustentabilidade.

Este diagnóstico foi realizado através da aplicação de questionários dissertativos com os funcionários e conselheiros da organização, conjugada com a análise da conjuntura econômica, social, política e fiscal da atualidade.

Entre suas forças e oportunidades estão a capacidade de mobilização de funcionários e atendidos, voluntariado atuante, prestação de contas e a fiscalização (que são realizadas de forma correta).

O marketing, a infraestrutura física e tecnológica são outros predicados que surpreendem, pois poucas instituições do terceiro setor possuem este nível de estruturação. Estes atributos institucionais positivos podem viabilizar a realização da captação de recursos através de atividades próprias e minimizar a dependência de investidores externos.

Os fatores políticos e econômicos são os que mais interferem na instituição e podem atuar negativamente nesta, uma vez que há grande dependência dos recursos financeiros de governos.

A instabilidade funcional e salarial também interfere negativamente na instituiçãopois gera alto

índice de rotatividade. Estas fraquezas e ameaças podem ser diminuídas e controladas através do planejamento, mas isto não as neutralizará por completo.

Após o conhecimento das diretrizes organizacionais e das atividades já desenvolvidas pela Fundação Conscienciarte foi possível elaborar seu planejamento estratégico e o plano de ação detalhado com as atividades a serem desenvolvidas para diversificar as formas de captação de recursos e possibilitar uma sustentabilidade a longo prazo.

O maior destaque foi dado a formação de um setor específico para desenvolvimento das estratégias de captação. Entre estes mecanismos foi sugerida a realização de eventos sociais, prestação de serviços a empresas privadas na área de responsabilidade social e o desenvolvimento de produtos sociais com a marca da Instituição.

As ações diversificadas já obtiveram sucesso em outras organizações do terceiro setor e estão de acordo com a missão e os objetivos organizacionais.

A aplicabilidade com êxito do plano de ação depende de um esforço conjunto do conselho, administração, funcionários e beneficiários.

Estas novas formas de captação não pretendem excluir as já existentes, mas criar alternativas de sustentabilidade que possam trazer recursos financeiros fixos e mais estáveis para o desenvolvimento de políticas organizacionais de longo prazo.

5. CONCLUSÕES

O planejamento estratégico funcionará como ferramenta norteadora e primordial para o alcance da sustentabilidade financeira da Fundação Conscienciarte. A formação de um núcleo de captação de recursos permitirá a implantação dos objetivos e metas previamente estabelecidas no planejamento estratégico.

Este estudo possibilitará a Fundação Conscienciarte a implantação do projeto de captação de recursos, diversificando seus parceiros, ampliando seus projetos e saindo da dependência governamental.

REFEÊNCIAS

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. Administração Estratégica: planejamento e implementação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993. 593 p.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998. 750 p.



MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos da Metodologia Científica. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2005. 546 p.

MINTZBERG, Henry; AHSBSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. Safári de Estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000. 480 p.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 27. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986. 632 p.

TAVARES, Mauro Calixto Gestão Estratégica. São Paulo: Atlas, 2000. 496 p.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho."

CONSCIENCIARTE FOUDATION: THE RACE FOR SUSTAINABILITY

<u>Paixão, Jamille Araújo, jamillepaixao@yahoo.com.br</u>¹ Rosalem, Vagner²

¹UFVJM/Federal University of of the Valleys of Jequitinhonha and Mucuri/Campus Unaí/MG/Brazil ²PPGGO – Pos Graduate Program – UFG/Federal University of Goiás/Regional Catalão/GO/Brazil

Abstract. The notion of third sector has often been identified as the set of actions developed by civil society organizations in the social area of advocacy and development. Founded in 1992 as a project conscienciarte by juvenile protagonists of social movements and environmental groups Paracatu - city located in the northwest of Minas Gerais - the Conscienciarte Foundation has as its biggest challenge to fundraising. With increased competition to obtain funds, the institution is seen, increasingly required to improve and innovate the forms of fundraising. For the preparation of a strategic plan, purpose of this study, it was necessary to know what forms already used by the institution to remain financially and so prepare alternative and diversified forms of fundraising. The methodology used was descriptive, conducted through questionnaires composed of open questions. As a result, we obtained the strategic planning of the organization with its work plan.

Keywords: third sector, strategic planning, fundraising.





REAPROVEITAMENTO DO REJEITO DA MINERAÇÃO DE CALCÁRIO UTILIZANDO A BRIQUETAGEM COMO PROCESSO DE AGLOMERAÇÃO

Barros, Mariana Rezende, mrezendeb@outlook.com¹
Silva, André Carlos²
Silva, Elenice Maria Schons³

¹Mestranda no Programa de Pós-graduação em Gestão Organizacional na Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão.

²Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão.

Resumo: Aplicação tecnológica na agricultura dentro do sistema de produção é realidade globalizada. Calagem é uma prática barata, porém é negligenciada quanto ao seu uso. A briquetagem consiste na aglomeração de partículas finas através de pressão, com ou sem aglutinantes, permitindo obtenção de produtos compactados, com forma, tamanho e parâmetros mecânicos adequados. A recente preocupação ambiental, resultando em leis mais rígidas, além da necessidade de aproveitar economicamente resíduos e partículas finas geradas no beneficiamento de minérios fez com que a briquetagem voltasse ser uma importante alternativa para aglomerar valor econômico. O objetivo deste trabalho foi aglomerar finos de calcário, através da briquetagem, gerados no processamento do mesmo variando dosagens de água (utilizada como agente aglomerante) de 0; 5; 7,5; 10; 12,5 e 15%. Os briquetes foram submetidos a testes de queda a 30, 60, 90, 120 e 150 cm de altura. Melhores resultados encontrados para resistência foram obtidos com 7,5% de umidade, com médias de 21 quedas para 30 cm e 10 quedas para 60 cm. Tais resultados apresentaram-se favoráveis quando comparados à literatura, a qual cita que para briquetes sem cura, considera-se 3 quedas a 0,3 m como valor razoável. Resultado obtido é sete vezes maior que o mínimo necessário.

Palavras-chave: Briquetes, finos, calcário, aglomerante.

1. INTRODUÇÃO

Desde tempos remotos, rochas calcárias e dolomitos têm sido amplamente usadas para diversos fins. Desde os tempos das cavernas, como dos tempos bíblicos e da antiguidade pode-se constatar a existência de relatos e comprovações arqueológicos relacionados ao uso dos calcários e dos dolomitos bem como de seus produtos derivados em obras grandiosas e nos empregos domésticos. Para fins voltados a agricultura, não existem determinações permanentes dos teores de carbonato de cálcio a serem aplicados com a finalidade de favorecer a função agricultural, porém quanto maior o teor de CaCO₃, menor será a quantidade fundamental para sua utilização (NAHASS e SEVERINO, 2003).

De acordo com Nahass e Severino (2003), a agricultura moderna deve ser voltada ao desenvolvimento sustentável, criando e mantendo a produtividade do solo ao longo prazo. Os sistemas agrícolas, de uma forma geral, empregados aos conceitos de sustentabilidade, isto é, usar sem depredar, de modo a que os recursos naturais,

notadamente o solo e a água, possam ser transferidos às gerações futuras, com um legado usufruto, em condições de capacidade produtiva.

Ainda pelos mesmos autores, o uso, com tecnologia apropriada do calcário, protege o ambiente, incrementa a eficiência dos nutrientes e dos fertilizantes, melhora a efetividade de alguns herbicidas e aumenta a produtividade do cultivo. O excesso de acidez é um dos principais obstáculos para a obtenção de altos rendimentos e produtividade dos solos.

A aplicação da tecnologia na agricultura dentro do sistema de produção é uma realidade principalmente com a abertura de novos mercados através da globalização. Dentre as tecnologias disponíveis à agricultura, talvez o que promove maior retorno econômico é o calcário, pois, na região tropical, têm-se, com alta frequência, solos com reação ácida, que limitam o crescimento e produção da maioria das culturas comerciais (PRADO, 2003).

Pesquisas exaustivas e abundantes comprovam que os solos brasileiros são em sua maioria muito ácidos e que a correção de sua acidez pela calagem

³*Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão.*





é imprescindível para se obter uma colheita abundante. Em não sendo utilizada a calagem em alguns solos, os rendimentos de algumas culturas são tão baixos que o seu cultivo se torna economicamente inviável (VOLKWEISS S. et al 1995).

A recente preocupação ambiental, resultando em leis cada vez mais rígidas, além da necessidade de aproveitar economicamente os resíduos e as partículas finas geradas no beneficiamento de minérios fez com que a briquetagem voltasse a ser uma importante alternativa para aglomerar valor econômico (CARVALHO e BRINCK, 2010).

Ainda de acordo com autores Carvalho e Brinck (2010), a briquetagem consiste na aglomeração de partículas finas por meio de pressão, com auxílio ou não de um aglomerante, permitindo a obtenção de um produto não só compactado, porém com forma, tamanho e parâmetros mecânicos adequados. Redução de volumes do material, em alguns casos, além dos benefícios tecnológicos, permite que materiais finos possam ser transportados e armazenados de forma mais econômica.

Portanto, o objetivo deste trabalho foi o aproveitamento do rejeito de mineração do calcário que possui como subproduto um tipo específico conhecido como filler, com granulometria ultrafina que através de processos de aglomeração foram utilizados diminuindo o passivo ambiental, e dessa maneira foi dominado o processo de briquetagem do rejeito resultando em briquetes de calcário, com diferentes teores de umidade e aplicados a testes de queda assim que produzidos.

2. METODOLOGIA

O experimento foi conduzido no Laboratório de Modelamento e Pesquisa em Processamento Mineral da Universidade Federal de Goiás - Regional Catalão, utilizando calcário "filler" (material tipicamente passante em 500#), proveniente da região de Lagamar - Minas Gerais.

O primeiro teste realizado foi o estudo da quantidade de água para homogeneização do calcário para conformação do briquete. O estudo de umidade dos briquetes foi realizado com 0; 5; 7,5; 10; 12,5; e 15% de água em peso. Na porcentagem de 12,5% a conformação do briquete apresentou-se pouco mais difícil, pois apenas a água extravasa para fora do cilindro quando aplicada a pressão desejada, porém a retirada no briquete da fôrma ainda era possível e a com a porcentagem de 15% de umidade não foi possível à fabricação do briquete, pois o material depois que aplicada à pressão necessária, transbordava totalmente para fora do cilindro.

O calcário utilizado nos experimentos teve sua massa específica determinada através de picnômetria, sendo a análise granulométrica do mesmo realizada por peneiramento a úmido, efetuado em triplicata. Massas de 50 g de calcário foram peneiradas com adição de solução de metassilicato de sódio a 1%. Uma amostra do calcário foi enviada para análise química, realizada pelo Instituto de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Uberlândia.

Avaliou-se o potencial de aglomeração do calcário por meio da briquetagem, com água como agente aglomerante, utilizando uma massa de calcário de 15 g em cada composição elaborada. Após homogeneização da mistura de calcário e água a massa resultante foi colocada em uma briquetadeira (figura 1) e aplicada compressão uniaxial na mesma, de modo a promover a aglomeração do material.

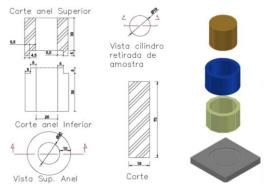


Figura 1. Cortes e vistas do cilindro utilizado para produção dos briquetes.

Para a pesagem do material, calcário, foi utilizada uma balança SHIMADZU. A adição da água foi realizada com pipetas graduadas para garantia do correto volume conforme a quantidade de líquido necessária. Em um béquer de 250 mL foi adicionado as 15 g de calcário e a quantidade de água parcelada em 3 vezes para garantir que a homogeneização da mistura fosse a melhor possível, sendo esta etapa realizada com ajuda de uma espátula.

Após a determinação da quantidade de água para conformação dos briquetes os mesmos foram produzidos para realização dos testes de queda. Os testes foram realizados através da queda livre dos briquetes em alturas padronizadas de 30, 60, 90, 120 e 150 cm através da colocação de um suporte metálico graduado que garantia o padrão de queda. O briquete foi submetido à altura de 30 cm e aferido seu peso na balança de precisão acima supracitado, sendo o mesmo briquete após pesado recolhido e submetido à altura posterior repetindo este processo até que o mesmo perdesse 5% de sua massa original. Por fim, os briquetes foram pesados





e medidos (diâmetro e altura), de modo a calcular a massa específica de cada um deles.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

A massa específica encontrada nos ensaios de picnômetria foi de 2,765 g/cm³, resultado obtido que pode ser confirmado por valores encontrados na literatura (2,72 a 2,87 g/cm³) (SAMPAIO e ALMEIDA, 2008). A análise granulométrica de calcário é apresentada na figura 2.

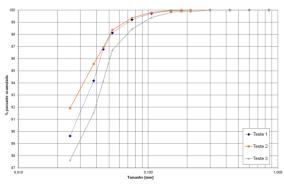


Figura 2. Análise granulométrica das amostras de calcário.

A partir da análise do gráfico acima podese concluir que, pela média dos três testes, que uma quantidade de material superior a 90% possui granulometria passante na peneira de 500#, evidenciando-se assim as dimensões extremamente pequenas das partículas de calcário utilizado nos ensaios de aglomeração.

A tabela 1 apresenta o resultado da análise química da amostra de calcário utilizado nos testes, sendo o mesmo classificado como calcário dolomítico D. A classificação foi obtida baseandose no teor de óxido de magnésio (Calcítico: < 5% MgO, Dolomítico: > = 5% MgO) e o grupo quanto ao PRNT (Poder Relativo de Neutralização Total) - grupo D (>90%).

Tabela 1. Análise química da amostra de calcário.

CaO	CaCO ₃	MgO	MgCO ₃	PN	ER	PRNT	Sílica e insolúveis
33,6	59,8	11,1	23,3	100,0	99,6	99,6	Ns

A figura 3 apresenta vistas dos briquetes de calcário a partir do calcário filler com forma, tamanho e parâmetros mecânicos adequados adquiridos após o processo de briquetagem antes submissão aos testes de queda. E as figuras c e d, mostram briquetes submetidos a testes de quedas a 30 cm de altura, até perderem 5% da massa. As figuras apresentam briquetes com 7,5% de umidade, os quais demonstraram maiores resistências mecânicas.

De acordo com a análise dos gráficos, pode-se perceber que há uma redução no número de quedas quando se eleva as alturas nos testes, como esperado. Sem a adição de aglomerantes (figura 4) o briquete se mostrou frágil, suportando menos que 5 quedas a 30 cm e reduzindo sua resistência mecânica nas demais. Já com a adição de água como aglomerante (figura 5, 6, 7 e 8), os briquetes obtiveram maior resistência mecânica nas primeiras duas alturas, demonstrando assim seu potencial na briquetagem deste material.

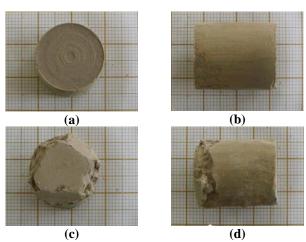


Figura 3. Vistas dos briquetes: (a) superior e (b) lateral antes do teste de queda, e (c) superior e (d) lateral após o teste de queda.

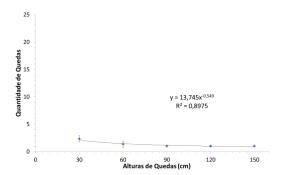


Figura 4. Quantidade de quedas em relação às alturas de queda a 0% de água





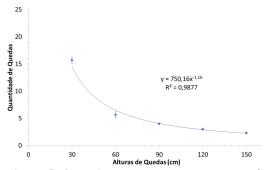


Figura 5. Quantidade de quedas em relação às alturas de queda a 5% de água.

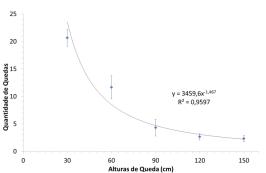


Figura 6. Quantidade de quedas em relação às alturas de queda a 7,5% de água.

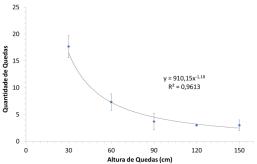


Figura 7. Quantidade de quedas em relação às alturas de queda a 10% de água.

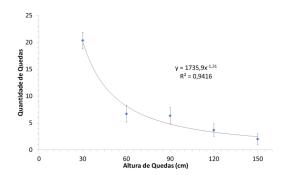


Figura 8. Quantidade de quedas em relação às alturas de queda a 12,5% de água.

Na figura 9, a massa específica comparada a umidade, mostra que quanto maior a porcentagem de água presente no briquete maior será sua densidade. A massa específica dos briquetes não chegou ao resultado da picnometria de 2,765 g/cm³, pois se entende que no material, durante a aplicação de pressão, os poros foram preenchidos por água, que possui massa específica de 1 g/cm³, dessa forma os briquetes não teriam a mesma massa específica definida pelo teste do picnômetro, justificando sua densidade menor que o esperado.

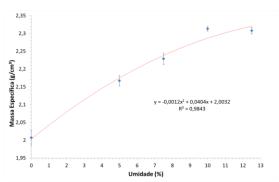


Figura 9. Variação da massa específica dos briquetes em relação à umidade.

Diante dos resultados pode-se comprovar que a briquetagem é possível utilizando água como aglomerante. Os melhores resultados encontrados para avaliar resistência mecânica foram registrados com os teores de umidade de 7,5% e 12,5%.

Nesse caso os briquetes apresentaram o melhor desempenho nas alturas de 30 e 60 cm, a 7,5% de umidade com médias de 21 e 9 quedas respectivamente, e 21 e 6 quedas também a 30 e 60 cm de altura na devida ordem a 12,5% de água. Os testes foram efetuados até que os briquetes perdessem 5% de sua massa.

Considera-se uma perda de massa de até 5% como um valor ótimo para estes tipos de briquetes, sendo considerados ruins quando as perdas são superiores a 10%. Tais resultados apresentaram-se favoráveis quando comparados à literatura, a qual cita que para briquetes sem cura, considera-se 3 quedas a 0,3 m como um valor razoável (CETEM, 2010). O resultado obtido é sete vezes maior que o mínimo necessário. Ainda além, quanto maior a umidade presente no briquete (até 12,5% em peso), maior é a resistência nas primeiras duas alturas no teste de queda (30 e 60 cm).

AGRADECIMENTOS

Agradecemos às agências de fomento CNPq, CAPES e FAPEG pelo auxílio financeiro, primordial para a realização do presente estudo, bem como a Cala Calcário Lagamar Ind. Comércio

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.





por ceder o calcário utilizado no estudo e a Universidade Federal de Goiás.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, E. A.; BRINCK, V. Briquetagem. Centro de Tecnologia Mineral Ministério da Ciência e Tecnologia. Coordenação de Processos Minerais – COPM, Rio de Janeiro, 2010.

NAHASS, S.; SEVERINO, J. Calcário Agrícola no Brasil. CETEM/MCT. Rio de Janeiro, 2003.

PRADO, R. M. A calagem e as propriedades físicas de solos tropicais: revisão de literatura.

Departamento de Solos e Adubos, Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias da Universidade

Estadual Paulista. Revista Biociências, Taubaté, v.9, n.3, p.7-16, jul.-set. 2003. SAMPAIO, J. A.; ALMEIDA, S. L. M. Rochas e Minerais Industriais. In: LUZ, A. B.; LINS, F. A. F. 2° edição. Capítulo 15, Calcário e Dolomito Rio de Janeiro: CETEM/MCT, 2005. VOLKWEISS, S. J.; TEDESCO, M. J.; GIANELLO, C.; BISSANI, C. A.; BOHNEN, H. Análise de solo, plantas e outros materiais. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 1995. 174 p. (Boletim Técnico, 5).

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

REUSE OF THE LIMESTONE MINING WASTE USING THE BRIQUETTING AS PROCESS AGGLOMERATION.

Barros, Mariana Rezende, mrezendeb@outlook.com¹
Silva, André Carlos²
Silva, Elenice Maria Schons³

¹Master's student in Organizational Management Graduate Program at Federal University of Goiás - Regional Catalão.

²Federal University of Goiás - Regional Catalão, Brazil.

³Federal University of Goiás - Regional Catalão, Brazil.

Abstract. Technological application in agriculture within the production system is globalized reality. Liming is a cheap practice, but is neglected as to its use. Briquetting is the agglomeration of fine particles by pressure, with or without a binder, allowing obtaining compacts, the shape, size, and adequate mechanical parameters. The recent environmental concern, resulting in stricter laws, and the need to economically harness waste and fine particles generated in ore processing caused briquetting back be an important alternative for forming economic value. The objective was to agglomerate fine limestone by briquetting, generated in the same processing varying amounts of water (used as a binding agent) 0; 5; 7.5; 10; 12.5 and 15%. The briquettes were subjected to drop tests at 30, 60, 90, 120 and 150 cm. Best results found for resistance were obtained with 7.5% moisture, with averages of 21 falls to 30 cm and 10 falls to 60 cm. These results were favorable when compared to the literature, which mentions that for briquettes no cure, it is considered 3 falls to 0.3 m as a reasonable value. Result is seven times higher than the minimum required.

Keywords: Brickettes; Limestone; Slim; Agglomeration.



PRODUÇÃO DE CONCENTRADO DE BARITA E MAGNETITA POR JIGAGEM A PARTIR DO REJEITO DE ROCHA FOSFÁTICA

Tomáz, Raphael, raphael.tomaz@ifgoiano.edu.br ¹
Silva, André, ancarsil@ufg.br²
Silva, Elenice, eschons@ufg.br³
Sousa, Débora, debora.nascimento@ifgoiano.edu.br⁴

¹Instituto Federal Goiano ²Universidade Federal de Goiás ³Universidade Federal de Goiás ⁴Instituto Federal Goiano

Resumo: A barita (BaSO₄) é a fonte mais importante para a obtenção de bário metálico e o principal insumo mineral na indústria mundial de petróleo e gás natural, onde é empregada como agente selador na lama de perfuração. Em 2012 o estado de Goiás produziu 148,8 kt, o que corresponde a 80% da produção do país, de barita por flotação, sendo que essa técnica de separação inviabiliza a venda desse material para o seu principal mercado consumidor (lama de perfuração). Atualmente a Anglo American Fosfatos do Brasil possui uma produção de rejeito de 2 Mt com teores de barita de 6% e magnetita de 36%, sendo esse material enviado integralmente para a barragem de rejeito. O aproveitamento desse material traria um aumento de 40% na produção de barita e um crescimento de 11,5 milhões U\$ no PIB do estado. O enriquecimento do rejeito pela jigagem para a extração da barita e magnetita é explicada devido à diferença de massa específica dos minerais envolvidos, a simplicidade e baixo custo de operação equipamento. Para o procedimento experimental utilizouse amostras de magnetita e quartzo. Os resultados dos ensaios mostram que há um enriquecimento mássico da magnetita e um consequente decréscimo no quartzo com as duas variáveis operacionais do jigue analisadas (granulometria da alimentação e a frequência dos pulsos).

Palavras-chave: quartzo; barita; magnetita; rocha fosfática, jigagem.

1. INTRODUÇÃO

A barita é o mais abundante mineral de bário (BaSO4), em estado puro, contém 58,8% de bário e 41,2 % de sulfato, esse elemento também pode ser obtido a partir da witherita (Ba2CO3), mas é um mineral raro com pouca importância econômica, sendo assim a barita é a mais importante fonte comercial do bário (DNPM, 1997).

A barita é insumo básico em três setores industriais, I- fluido de perfuração de petróleo e gás; II- sais químicos de bário (sulfato, hidróxido, peróxido, óxido, cloreto, carbonato, sulfeto, titanato, nitrato, silicato, cromato, etc.); III-preparação de tintas, pigmentos, vernizes, vidros, papel, plásticos. Sendo a indústria petrolífera a sua mais importante utilização no mundo, como agente densificante para perfuração de poços de petróleo e gás, isso devido às propriedades características de elevada massa específica, pouca abrasividade, inércia química e não susceptibilidade magnética (BRASIL, 2014).

Quando o minério in natura situa-se dentro das especificações do mercado, como acontece em alguns depósitos, a barita é consumida sob a forma bruta, onde o minério é apenas moído e/ou micronizado. Na maioria das vezes, no entanto, o seu uso adequado impõe a necessidade de beneficiamento. Portanto a barita proveniente de flotação não pode ser utilizada para a sua principal utilização, que é na composição de lamas de perfuração.

Em 2012, apenas o estado de Goiás produziu 148,8 mt, o que correspondeu a 80% da produção do país. Em 2013, a produção interna bruta de barita foi de 41,1mt (mil toneladas) toneladas, valor 82,0% abaixo do registrado em 2012. A Vale Fertilizantes, no Estado de Goiás, que em 2012 respondeu por quase a totalidade da produção brasileira de barita, não apresentou produção em 2013 e nem em 2014. Sendo que toda a produção de barita do estado é feita por flotação e vendida como subproduto da exploração de rocha fosfática, portanto o mercado dessa barita é restrito, pois não é aproveitada para as indústrias de petróleo e gás.



Atualmente a Anglo American Fosfatos do Brasil não produz barita, mas possui uma produção de rejeito de 2 Mt (milhões toneladas) com teores de barita de 6% e magnetita de 36%, na granulometria de 10#, sendo esse material enviado integralmente para a barragem de rejeito. O aproveitamento desse material, dada uma recuperação de 60%, supriria em quase totalidade a demanda de barita do país e traria um crescimento de 11,5 milhões U\$ no PIB do estado.

Para Fernando (2010) os métodos de separação gravítica são utilizados para tratar uma grande variedade de minerais, com grande variedade de massas específicas, que vão desde os sulfetos de metais pesados tais como a galena (7,5 g/cm3) a carvão, e grande variedade de tamanhos de partículas.

A concentração densitária perdurou como método de processamento mineral dominante por cerca de 2000 anos e foi somente no século 20 que sua importância declinou, com o desenvolvimento de processos como a flotação e a concentração magnética que permitirá o tratamento seletivo de minérios complexos e de baixos teores (Wills, 2006).

Para Sampaio (2005) a jigagem é um processo de separação hidráulica que consiste da repetida expansão e contração vertical de um leito de partículas pelo movimento pulsante de água. O resultado desse movimento é a estratificação do leito, onde se tem a separação dos materiais pela massa específica em ordem crescente do topo à base.

Como a utilização da flotação para a concentração de barita não é interessante devido à restrição da sua utilização posterior em lamas de perfuração, o enriquecimento do rejeito jigagem para a extração de barita e magnetita se justifica devido à diferença de massa específica dos minerais envolvidos (4,6 g/cm3 para a barita, 5,1 para a magnetita e 3,1 g/cm3 para a apatita), aliado a simplicidade de operação do equipamento e pelo seu baixo custo de operação.

A retirada desse da magnetita e da barita do processo de produção de fosfato traria três grandes ganhos: o primeiro seria a redução de material enviado para os seguintes de flotação da apatita e fosfato, e o segundo a geração de um material que poderá ser facilmente separado por separação magnética e produzir barita para a sua utilização mais nobre, que é a produção de lama de perfuração e o terceiro seria a redução de material enviado para a barragem de rejeito, evitando assim a construção de novas barragens e reduzindo os impactos ambientais.

Com a dificuldade em se obter materiais provenientes do rejeito das mineradoras da região

de Catalão para obtenção dos dados experimentais foi sugerido a substituição das substâncias por quartzo e magnetita, já que os mesmos possuem uma boa diferença de massa específica, são de fácil obtenção e de baixo custo.

Os resultados da utilização do jigue como separador dos minerais são satisfatórios, sendo o próximo passo a utilização de baritas e apatitas puras para exploração dos resultados e analisarmos a viabilidade da produção de barita para lama de perfuração como coproduto da produção de concentrado de rocha fosfática.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

O trabalho experimental foi dividido em três etapas. Na primeira, as amostras de quartzo e magnetita foram bitoladas granulometricamente por peneiramento a úmido. Na segunda etapa foi efetuada uma separação magnética em amos minerais para a retirada de contaminantes no quartzo e de partículas mistas na magnetita. Na terceira etapa foram realizados ensaios de jigagem.

2.1. Peneiramento das amostras

As amostras minerais a serem utilizadas nos ensaios de jigagem foram quarteadas para obtenção de amostras de 400 g e peneiradas via peneiramento a úmido de modo a obter amostras bitoladas em 80, 100 e 150#. O tempo de peneiramento adotado foi de 15 minutos.

2.2. Separação magnética da amostra

Para a obtenção de amostras de mais alta pureza, todo material peneirado foi submetido a uma separação magnética utilizando-se um ímã de terras raras de 2,0 G. Para a composição das amostras foram misturados o quartzo e a magnetita na proporção de 50% de cada em mesma granulometria. Após homogeneização alíquotas de 100 g foram enviadas para os testes de jigagem.

2.3. Ensaios de jigagem

Foram feitas três baterias de testes, dividindo as amostras em três frações granulométricas: 80, 10 e 150#. Outra variável estudada foi a frequência dos pulsos do jigue. Para tal utilizou-se um inversor de frequência acoplado ao motor do equipamento. Este inversor tem a capacidade de gerar frequências no jigue de 30 a 350 RPM. Para os ensaios de jigagem foram utilizadas as frequências de 100, 220 e 330 RPM.

Os ensaios foram realizados colocando-se as amostras no jigue com fluxo de água contínuo e na frequência de pulsos correta. O material transbordado e afundado era recolhido e enviado para filtragem e secagem em estufa. Após a secagem, o material era submetido a separação magnética, obtendo-se assim as massas individuais de quartzo e magnetita do afundado e do transbordo. Todos os testes foram realizados em triplicata.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

A tabela 1 apresenta os resultados da jigagem de quartzo e magnetita bitolado em 80# (180 μm). Nota-se que com o aumento da frequência dos pulsos o teor de quartzo no afundado diminuiu. A figura 1 apresenta a diminuição da massa de quartzo no afundado com o aumento dos pulsos do jigue.

Tabela 1. Resultados obtidos na granulometria de 80# ($180~\mu m$).

Frequência	Amos	Amostra (g)		Material afundado (g)		Enriquecimento (%)	
(RPM)	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	
100	53,16	51,00	43,40	50,81	-2,89	4,97	
220	50,89	51,26	38,24	51,90	-8,38	7,40	
330	51,70	50,67	33,38	49,74	-13,53	10,35	

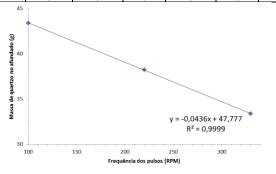


Figura 1. Massa de quartzo no material afundado em função da frequência dos pulsos do jigue para granulometria de 80#

A tabela 2 apresenta os resultados da jigagem de quartzo e magnetita bitolado em 100# (150 μ m). Novamente o aumento da frequência dos pulsos gerou uma diminuição no teor de quartzo no afundado. Contudo, diferente do esperado pela literatura, os resultados encontrados para a granulometria de 100#, mais fina que a anterior, foram melhores com relação às massas de quartzo e magnetita no afundado. A figura 2 apresenta a diminuição da massa de quartzo no afundado com o aumento dos pulsos do jigue.

A tabela 3 apresenta os resultados da jigagem de quartzo e magnetita bitolado em 150# (106 μ m).

O aumento da frequência dos pulsos gerou uma diminuição no teor de quartzo no afundado, sendo que a diminuição na granulometria dos dois minerais favoreceu ainda mais a separação dos mesmos. A figura 3 apresenta a diminuição da massa de quartzo no afundado com o aumento dos pulsos do jigue.

Tabela 2. Resultados obtidos na granulometria de 100# (150 μ m).

F	requência	Amos	stra (g) Material afundado Enriquecimento (imento (%)		
(RPM)	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	
	100	52,49	50,74	33,80	50,30	-8,96	10,65
	220	51,36	50,06	32,80	49,71	-10,15	10,88
	330	55,03	51,75	31,90	51,29	-11,22	13,19

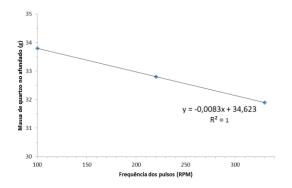


Figura 2. Massa de quartzo no material afundado em função da frequência dos pulsos do jigue para granulometria de 100#

Tabela 3. Resultados obtidos na granulometria de 150# (106 μm).

Frequência	Amos	stra (g)	Material afundado (g) Enriqu			ecimento (%)	
(RPM)	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	Quartzo	Magnetita	
100	53,23	50,79	29,20	50,29	-12,09	14,43	
220	52,19	51,45	26,06	50,48	-16,05	16,31	
330	51,61	52,77	21,46	50,90	-21,84	19,79	

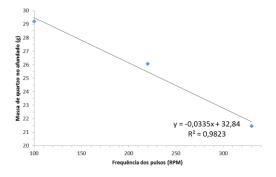


Figura 3. Massa de quartzo no material afundado em função da frequência dos pulsos do jigue para granulometria de 150#



Os resultados dos ensaios mostram que há um enriquecimento mássico da magnetita e um decréscimo do quartzo no afundado. Com isso temse que o procedimento de jigagem possui capacidade de melhorar o material fazendo a separação destes minerais.

As amostras apresentaram uma clara tendência de aumento do enriquecimento para as frações mais finas. Deve-se ressaltar que mesmo nas frações mais grossas houve uma retirada positiva de materiais leves, tendo visto um enriquecimento do elemento de interesse (magnetita) na parte afundada, com a diminuição das partículas de quartzo no material afundado, como visto nas figuras 1 a 3

Observa-se que o enriquecimento das amostras aumenta com as duas variáveis analisadas. Nota-se que o aumento da frequência de jigagem gera uma melhora na purificação do material. É possível observar também que com a diminuição da granulometria há uma maior retirada do mineral leve (quartzo) das amostras testadas.

O estudo da jigagem para a retirada de materiais finos da amostra apresentou bons resultados no que se diz respeito de enriquecimento do material afundado. Mesmo com a granulometria mais grosseira e com frequência mais baixa, situação de pior cenário, houve um enriquecimento do material em quase 5%. Nas condições mais favoráveis, que são com granulometria mais fina e frequência mais alta, vemos uma melhora no material de quase 20%.

Estes resultados indicam que a jigagem é um processo válido na concentração de minerais quando se tem a necessidade de retirada de elementos mais leves dos materiais. Com isso podemos utilizar extrapolar os resultados e dizer que esse método possui parâmetros que indicam uma eficiência na separação da barita e da magnetita do minério de rocha fosfática proveniente das mineradoras da região de Catalão. Com a separação desse material vemos que é possível produzir concentrados de barita por jigagem e separação magnética, sendo possível a sua utilização na composição de lama para perfuração utilizada nas indústrias de petróleo e gás.

Como trabalhos futuros é necessário a realização de mais estudos com outras granulometrias e frequências, para melhor detalhamento destas variáveis, utilizando amostras de barita no processo de jigagem, além de incluir outras variáveis no estudo como a vazão volumétrica de água e a espessura da camada de fundo.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem às agências de fomento CNPq, CAPES, FAPEG e FUNAPE pelo suporte financeiro que possibilitou a realização desta pesquisa e à Universidade Federal de Goiás.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Departamento Nacional de Produção Mineral. Anuário Mineral Brasileiro 2005. Brasília: DNPM, 2014.

BURT, R.O. Gravity Concentration Technology. Amsterdam: Elsevier,1984.

DNPM/CPRM. Principais depósitos minerais do Brasil. Vol. IV, Parte B, 1997.

FERNANDO, A.F. L. Concentração gravítica. In: LUZ, A.B, SAMPAIO, J.A, FRANÇA, S.C.A. Tratamento de Minérios. Rio de janeiro: CETEM/MCT, 2010. 5ª Ed. Cap. 8. P. 329-366.

SAMPAIO, C.H; TAVARES, L.M.M. Beneficiamento Gravimétrico. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005.

WILLS, B.; NAPPIER T. M. Mineral Processing Technology. 2006.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho.



PRODUÇÃO DE CONCENTRADO DE BARITA E MAGNETITA POR JIGAGEM A PARTIR DO REJEITO DE ROCHA FOSFÁTICA

Tomáz, Raphael, raphael.tomaz@ifgoiano.edu.br ¹
Silva, André, ancarsil@ufg.br²
Silva, Elenice, eschons@ufg.br³
Sousa, Débora, debora.nascimento@ifgoiano.edu.br⁴

¹Instituto Federal Goiano ²Universidade Federal de Goiás ³Universidade Federal de Goiás ⁴Instituto Federal Goiano

Abstract. Barite (BaSO4) is the most important source of barium and the main input in the production of drilling mud used in oil and natural gas industry. It also has important applications in the industry of steel, chemical, paper, rubber, plastics and others. In 2012, the state of Goiás/Brazil produced 148.8 kt of barite concentrate, corresponding to 80 % of Brazilian production; all barite from Goiás is produced by flotation, which method precludes its use in the oil and gas industry. Currently the Anglo American Phosphate Brazil generates about 2 Mt of waste per year (with average grade of 6% barite and 36% of magnetite) to produce phosphate rock concentrate, which is disposed in the tailings dam. The production of this barite would generate an increase of 38.6% in Brazilian production and bring an increase of US\$ 11.5 million for year to the GDP of the state of Goiás. The enrichment of tailings by jigging for the extraction of magnetite and barite is explained due to the density difference of the involved minerals, simplicity and low cost of operation of the equipment. For the experimental procedure was used magnetite and quartz. Results indicate a mass enrichment of magnetite and a decrease in quartz grade regarding the two operational variables analyzed (feed size and pulse frequency).

Keywords: quartz; barite; magnetite; phosphate rock; jigging.



POLÍTICA ECONÔMICA DO FPM - 2005 A 2014: UMA ANÁLISE AOS REPASSES AOS MUNICÍPIOS DE CATALÃO-GO E RIO DAS OSTRAS-RJ

Hordones, Paulo A. M., ecn.pauloantonio@gmail.com1

Alves, Anayama A.² Camargo, Victor H.³ Fuchigami, Hélio Y.⁴

¹Universidade Federal de Goiás – UFG

Resumo: O mecanismo de distribuição das receitas públicas no Brasil, alinhado ao pacto federativo, resulta em que as transferências constitucionais são consideradas uma das maiores fontes de receitas para as finanças municipais, gerando vínculos de dependência intensos entre os municípios e o governo federal. Este trabalho procurou contribuir para a compreensão dos critérios de rateio do fundo a partir do resgate histórico da evolução da legislação relacionadas ao tema. Foi apresentada evolução dos repasses dos municípios de Catalão-GO e Rio das Ostras-RJ, no período de 2005 a 2014. Os resultados mostram que os repasses a Catalão-GO cresceram 290% no período.

Palavras-chave: fpm, gestão pública, esforço tributário.

1. INTRODUÇÃO

A organização político-administrativa República Federativa do Brasil compreende três governamentais autônomos níveis interdependentes, são eles: o Governo Federal, os Estados e o Distrito Federal, e os Municípios. As relações fiscais intergovernamentais estabelecidas pelo pacto federativo firmado na Constituição de 1988, que definiu as principais diretrizes tributárias, dispondo sobre os princípios gerais, as limitações do poder de tributar, as competências e também sobre a repartição das receitas tributárias.

As transferências constitucionais têm exercido um papel interessante e digno de análise no processo de busca da isonomia econômico-financeira e democrática entre estados e municípios no que tange a distribuição e alocação dos recursos captados pelos entes federativos estaduais e municipais.

O escopo desta análise foi o Fundo de Participação dos Municípios (FPM), por se tratar de uma fonte importante de recursos para os municípios e cujo foco é a redução das desigualdades sociais e econômicas.

O questionamento central deste trabalho foi: no período de 2005-2014, com a atual política econômica de redistribuição do Fundo de

Participação dos Municípios, como se comportou os repasses feitos ao município de Catalão-GO em relação ao município de Rio das Ostras-RJ?

O município de Rio das Ostras - RJ foi selecionado como base para comparação por ter apresentado no período mencionado, o maior crescimento populacional dentre todos os municípios brasileiros segundo o IBGE.

Para responder ao problema da pesquisa foi realizado um estudo do histórico concernente a política econômica de redistribuição do FPM desde sua criação até os dias atuais.

A pesquisa pretendeu esclarecer, ainda que empiricamente, como ocorre a alocação dos recursos captados pelo governo na forma de tributos e impostos e a distribuição aos entes federativos municipais.

2. EMBASAMENTO TEORICO

2.1. Histórico e Evolução da Legislação FPM no Brasil

O Fundo de Participação dos Municípios (FPM) foi instituído pela Emenda Constitucional nº 18, de 10 /12/1965, a qual, em seu art. 21, destinava 20% do produto da arrecadação do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e do Imposto Sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza (IR)

²Universidade Federal de Goiás – UFG

³Universidade Federal de Goiás – UFG

⁴Universidade Federal de Goiás – UFG

àquele e ao Fundo de Participação dos Estados e do Distrito Federal (FPE). O \$10 do dispositivo remeteu à lei complementar o regramento da aplicação dos recursos; coube ao Código Tributário Nacional – CTN – (Lei 5172/1966) estabelecer, no seu art. 91, o critério de repartição do FPM com base nas populações municipais.

Com a Constituição Federal (CF) de 1967, reduziu-se para 5% a participação do FPM no montante de arrecadação de IPI e IR e foram incluídas condições para a entrega das cotas aos Municípios.

A Emenda Constitucional (EC) nº 5, de 1975 elevou o percentual do FPM para 9%, por meio de um aumento gradual na seguinte forma: 6%, 7%, 8% e 9%, correspondente aos exercícios de 1976, 1977, 1978 e 1979, respectivamente. Em 1980 a EC 17 elevou o percentual do FPM para 11%, por meio de novo aumento gradual na seguinte forma: 10%, 10,5% e 11%, correspondente aos exercícios de 1981, 1982 e 1984, respectivamente.

O Decreto Lei (DL) 1881 de 1981 Alterou o CTN, criando a Reserva do FPM e modificando a tabela de coeficientes dos Municípios não-Capitais. Na nova modalidade, exclusiva aos Municípios com mais de 156.216 habitantes, foram destinados 4% dos recursos previstos para os Municípios não-Capitais (90%), ou seja, o equivalente a 3,6% do montante do FPM. Portanto, aos Municípios não-Capitais e com menos habitantes, restam 86,4% dos recursos do FPM.

Em 1987 a EC nº 23 elevou o percentual do FPM para 16%. Em 1985 nova mudança: a EC nº 27 aumentou em mais 1 ponto percentual a composição do FPM e vinculou parte dos recursos à aplicação em programas de saúde.

A CF de 1988 elevou o percentual do FPM para 22,5%, por meio de um aumento gradual na seguinte forma: 20% em 1988, com acréscimos de 0,5% a cada ano, atingindo 22,5% em 1993. A partir do novo texto constitucional, nada menos do que 47% dos recursos arrecadados pelo IR e pelo IPI passaram a ser destinados aos fundos dos Estados e Municípios. Ainda em 1988, a Lei Complementar (LC) 59, definiu que as revisões do número de habitantes e, conseqüentemente, dos coeficientes atribuídos aos Municípios, a partir de 1989, passassem a ser anuais, com base nos dados oficiais da população produzidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Em 1989, a LC 62 alterou a revisão dos coeficientes individuais de participação para que, no caso da criação e da instalação de novos Municípios, o surgimento das novas unidades repercutisse somente nos Municípios do próprio Estado.

A LC 71/1992, manteve os parâmetros fixos até que lei específica estabelecesse novos critérios. Em 1993 a LC 72 prorrogou as disposições da LC nº 71 até 1993. No ano de 1993, a LC 74 manteve os coeficientes dos Municípios determinados para 1992, além de revisar os daqueles que cederam população para novos Municípios criados em 1993 e revogar a LC nº 71/1992

A EC 14/1996 determinou a criação do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento do Ensino Fundamental e de Valorização do Magistério (Fundef), por meio da vinculação de, no mínimo, 15% dos recursos do FPM.

Em 1997 a LC 91 determinou que, a partir do exercício de 1998, ficariam mantidos os coeficientes do FPM atribuídos em 1997 aos Municípios que apresentarem redução de seus coeficientes pela aplicação do coeficiente populacional. A partir de 1999, os ganhos adicionais em virtude da manutenção do coeficiente sofreriam aplicação de um "redutor financeiro", a ser aplicado até 2002, cujo resultado seria automaticamente redistribuído aos demais Municípios da categoria.

A LC 106/2001 alterou os percentuais de aplicação do redutor financeiro de tal forma que a regularização ocorrerá no exercício de 2008.

Uma alteração importante foi introduzida pela EC 55/2007, que acrescentou 1 ponto percentual ao FPM (que assim passou a ter alíquota de 23,5%); este percentual a mais, entretanto, seria acumulado na Conta Única do Tesouro Nacional ao longo de 12 meses, para ser entregue aos Municípios por seu valor integral no 1º decêndio de dezembro de cada ano.

A Figura 1 ilustra o acima exposto numa linha de tempo.

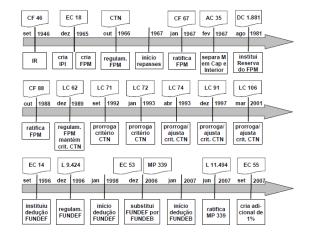


Figura 1. Histórico da legislação sobre FPM.

2.2. Distribuição do FPM

O FPM é o resultado da receita bruta do IR e do IPI deduzidos as restituições e os incentivos fiscais, a esse resultado liquido aplica-se uma alíquota de 23,5% a serem destinados ao fundo. O cálculo do coeficiente individual do FPM para cada município, obtido através dos dados da população e da renda per capita disponibilizados pelo IBGE, estabelece a formação de três grupos para a distribuição dos recursos: os municípios das Capitais; os municípios pertencentes ao Fundo de Reserva, que são os municípios com população superior a 142.633 habitantes; e os municípios do Interior.

A Tabela 1 demonstra a evolução das alíquotas de formação do FPM a partir de 1967 que parte de 10% sobre o volume arrecadado de IPI e IR, entre 1969 e 1975 essa alíquota passa a ser de 5%, a partir daí, há um crescimento até atingir 17 % em 1988. Com a nova Constituição Federal de 1988, define-se um novo parâmetro de evolução que em 2007 chega a 23,5%, alíquota que continua em vigor.

Tabela 1. Evolução dos Percentuais do FPM.

Dispositivo Legal	FPM (%)	Vigência
Código Tributário Nacional (1966)	10,0	1967/68
Ato Complementar 40/1968	5,0	1969/75
	6,0	1976
Ferranda Constitucional E/107E	7,0	1977
Emenda Constitucional 5/1975	8,0	1978
	9,0	1979/80
Emenda Constitucional 17/1980	10,0	1981
Emenda Constitucional 17/1980	10,5	1982/83
Emanda Canatitusianal 22/1092	13,5	1984
Emenda Constitucional 23/1983	16,0	1985
Emenda Constitucional 27/1985	17,0	1985/88
	20,0	1988 ^(a)
	20,5	1989
Canatituiaña Fadaral da 1000	21,0	1990
Constituição Federal de 1988	21,5	1991
	22,0	1992
	22,5	a partir de 1993
Emenda Constitucional 55/2007	+ 1,0	a partir de2007 ^(b)

 ⁽a) A partir da promulgação da Constituição.
 (b) Em 2007, a partir da arrecadação do mês de setembro.

A repartição dos recursos do FPM ocorre da seguinte forma: 10% aos Municípios das capitais dos Estados, 3,6% para os Municípios do interior incluídos na Reserva do FPM, e 86,4% aos Municípios do interior. Essas categorias são apresentadas a seguir na Tabela 02.

Tabela 02. Percentuais de distribuição do FPM

FPM –	FPM –	DECRETO	FPM
CAPITAIS	INTERIOR	– LEI	LIQUIDO
		1.881/81	
		Fundo de	
		Reserva	
10%	86,4%	3,6%	100%

A cota de FPM recebida por um dado município é calculada com base em coeficientes de

participação definidos segundo critérios populacionais, conforme Tabela 3. O coeficiente mínimo, 0.6, é estabelecido para municípios com até 10.188 habitantes. Para municípios cuja população situa-se entre 10.188 e 156.216 habitantes, foram definidas 18 faixas populacionais, cabendo a cada uma delas coeficiente individual. Para todos os municípios do interior com mais de 156.216 habitantes foi determinado o coeficiente 4.0.

Tabela 3. FPM Interior – coeficientes por faixa de habitantes.

Faixa de habitantes	Coeficiente	Faixa de habitantes	Coeficiente
Até 10.188	0,6	De 61.129 a 71.316	2,4
De 10.189 a 13.584	0,8	De 71.317 a 81.504	2,6
De 13.585 a 16.980	1,0	De 81.505 a 91.692	2,8
De 16.981 a 23.772	1,2	De 91.693 a 10.1880	3,0
De 23.773 a 30.564	1,4	De 101.881 a 115.464	3,2
De 30.565 a 37.356	1,6	De 115.465 a 129.048	3,4
De 37.357 a 44.148	1,8	De 129.049 a 142.632	3,6
De 44.149 a 50.940	2,0	De 142.633 a 156.216	3,8
De 50.941 a 61.128	2,2	Acima de 156.216	4,0

3. METODOLOGIA

Segundo as definições de Martins (2010, p.45-49) e Nakano (2010, p.64), esta pesquisa possui abordagem quantitativa, pois há preocupação com mensurabilidade, causalidade, generalização e replicação. Pode ser classificada também como pesquisa aplicada, uma vez que objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos e envolve verdades e interesses locais.

Além disso, de acordo com Gerhardt e Silveira (2009, p.37) este trabalho se classifica como pesquisa documental, uma vez que recorre a fontes diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico.

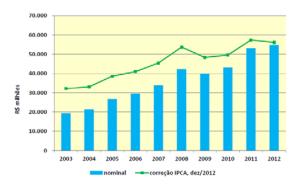
Do ponto de vista dos procedimentos técnicos a base de dados utilizada é proveniente da Secretaria do Tesouro Nacional (STN), e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), informações disponibilizadas em sites governamentais e, por conseguinte análise estatística.

4. RESULTADOS

O Gráfico 1 demonstra uma evolução nos valores nominais dos recursos que foram repassados aos municípios de 2003 a 2012. Pode-se observar de forma clara o crescimento do volume de recursos recebidos pelos Municípios e a evolução nos valores nominais do fundo, reflexo da arrecadação geral dos impostos federais que o forma.

Gráfico 1. Evolução anual das transferências intergovernamentais do FPM





Pode-se observar claramente que o repasse saiu em 2003 de algo em torno de 32 bilhões de reais para chegar em 2012 na casa dos 58 bilhões de reais. Esta evolução corresponde a um crescimento anualizado na faixa dos 6,13%. No mesmo período, o PIB brasileiro apresentou crescimento médio de 3,79% a.a com um pico em 2010 que chegou a 7,6% a.a., segundo o IBGE.

A tabela 4 demonstra a evolução populacional e os repasses per capita do FPM para os municípios de Catalão-GO e Rio das Ostras-RJ.

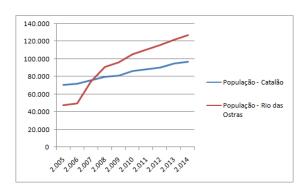
Tabela 4. Evoluções: populacionais, repasses do FPM e repasses per capita do FPM para os Municípios de Catalão-GO e Rio das Ostras-RJ de 2005 a 2014.

Catalão - GO					
Ano	Volu	ıme Total	População	FPM/P	er capita
2.005	R\$	8.991.494,87	70.574	R\$	127,41
2.006	R\$	9.989.171,30	71.680	R\$	139,36
2.007	R\$	12.501.297,57	75.623	R\$	165,31
2.008	R\$	15.526.251,91	79.618	R\$	195,01
2.009	R\$	14.516.590,98	81.109	R\$	178,98
2.010	R\$	15.602.932,91	86.647	R\$	180,07
2.011	R\$	20.294.725,70	88.354	R\$	229,70
2.012	R\$	20.907.483,64	90.004	R\$	232,30
2.013	R\$	22.352.782,18	94.896	R\$	235,55
2.014	R\$	25.729.304,38	96.836	R\$	265,70
Rio das Ostras - RJ					
2.005	R\$	6.883.548,02	47.819	R\$	143,95
2.006	R\$	7.589.171,06	49.868	R\$	152,19
2.007	R\$	8.721.280,18	74.750	R\$	116,67
2.008	R\$	14.017.932,90	91.085	R\$	153,90
2.009	R\$	14.063.053,49	96.622	R\$	145,55
2.010	R\$	16.154.577,00	105.676	R\$	152,87
2.011	R\$	21.176.688,08	110.992	R\$	190,79
2.012	R\$	21.788.628,48	116.134	R\$	187,62
2.013	R\$	24.767.128,40	122.196	R\$	202,68
2.014	R\$	26.903.800,12	127.171	R\$	211,56

Ao acompanhar a evolução do repasse do FPM na Tabela 4, verifica-se que em 2005, Rio das Ostras recebia pouco mais de 76% do valor recebido por Catalão. Em 2014 a cidade do Rio de Janeiro passa a receber 104% do valor repassado à cidade goiana.

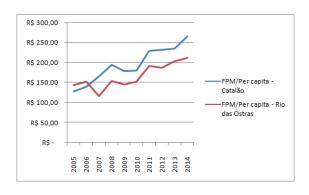
No Gráfico 2 verifica-se que no período de 2005 a 2014 Catalão teve um crescimento populacional médio da ordem de 3,21% a.a., enquanto que a população de Rio das Ostras cresceu a taxas médias de 10,28% a.a., sendo segundo o IBGE, o município brasileiro que apresentou maior crescimento populacional no período analisado.

Gráfico 2. Evolução populacional dos municípios de Catalão GO e Rio das Ostras RJ



No Gráfico 3 pode-se observar que crescimento do repasse per capita do FPM para município de Catalão GO apresentou uma taxa de crescimento de 7,63% a.a., enquanto que o repasse per capita do FPM para município de Rio das Ostras teve um crescimento médio de apenas 3,93% a.a.

Gráfico 3. Repasse do FPM per capita para os municípios de Catalão GO e Rio das Ostras RJ



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O FPM tem sua discussão associada ao federalismo fiscal, pertencente ao estudo das finanças públicas relacionado à análise de divisão de competências e prestação de serviços pelos entes federados e que, portanto, como já mencionado, está atrelado ao critério de distribuição, com o intuito de promover igualdade e proporcionar eficiência na alocação dos recursos.

O trabalho procurou contribuir para a compreensão dos critérios de rateio do fundo a partir do resgate histórico da evolução da legislação relacionadas ao tema.

No que diz respeito aos resultados, verifica-se no período estudado, uma evolução nos valores nominais do FPM, reflexo da arrecadação geral dos impostos que o formam. Isso demonstra que o Governo teve sua arrecadação crescente neste período.

O município de Catalão apresentou aumento populacional total no período estudado de 37,21% e aumento dos repasses do fundo de 186%. Já o município de Rio das Ostras, apresentou o maior crescimento populacional do Brasil no período: 165,94%. Esta cidade apresentou ainda um aumento nos repasses do fundo da ordem de 290%.

No ano de 2005, o repasse per capita do FPM recebido por Catalão era menor do que o apresentado por Rio das Ostras. Já no ano de 2014, Catalão recebeu repasse per capita 25,59% maior do que Rio das Ostras.

Para o desenvolvimento de futuros trabalhos, sugere-se a avaliação dos motivos que justificam um recebimento per capita maior por Catalão em relação a Rio das Ostras e a inclusão da capital goiana na base de comparação dos dados.

REFERÊNCIAS

- ABRANTES, L. A. FERREIRA, M. A. M. Gestão Tributária. Departamento Ciências Administração UFSC. Florianópolis. Brasília CAPES-UAB. 2010.
- BRASIL. Ato complementar N° 35, de 28 de Fevereiro de 1967. Alteração da lei n 5.172 de 25 de Outubro de 1966. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ACP/acp-35-67.htm#art1 Acesso em: 02 de Junho de 2014

- Decreto-lei Nº 86.309, de 24 de Agosto de 1981. Reajuste os limites das fixas de números de habitantes de que trata o § 2º do artigo 91 da Lei nº 5.172, de 25 de Outubro de 1966. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/D86309.htm Acesso em: 02 de Junho de 2014
- ______. Decreto-lei Nº 1.881, de 27 de Agosto de 1981. Altera a Lei nº 5.172, de 25 de Outubro de 1966, cria a Reserva do Fundo de Participação dos Municípios FPM a dá outras providências. Disponível em:https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/Del1881.htm Acesso em: 02 de Junho de 2014
- . Emenda Constitucional Nº 55, de 20 de Setembro de 2007. Altera o art. 159 da Constituição Federal, aumentando a entrega de recursos pela União ao Fundo de Participação dos Municípios. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc55.htm#art1 Acesso em: 02 de Junho de 2014
- STN. O que você precisa saber sobre Transferências Constitucionais e legais. Ministério da Fazenda Secretaria do Tesouro Nacional, Brasília, 2011. Disponível em: http://www.stn.fazenda.gov.br/estados_municipios/download/CartilhaFPM.pdf > Acesso em: 02 de Junho 2014.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"O autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

ECONOMIC POLICY OF FPM - 2005 2014: AN ANALYSIS TO TRANSFERS TO CATALÃO-GO AND RIO DAS OSTRAS - RJ

Hordones, Paulo A. M., ecn.pauloantonio@gmail.com¹
Alves, Anayama A.²
Camargo, Victor H.³
Fuchigami, Hélio Y.⁴

¹Universidade Federal de Goiás - UFG

²Universidade Federal de Goiás - UFG

³Universidade Federal de Goiás – UFG

⁴Universidade Federal de Goiás - UFG



Abstract. The distribution mechanism of public revenues in Brazil, in line with the federal pact, results that the constitutional transfers are considered a major source of revenue for municipal finances, generating intense dependency links between municipalities and the federal government. This article sought to contribute to the understanding of the fund's apportionment criteria from the historical review of the evolution of legislation related to the theme. Were presented the evolution of transfers made to Catalão-GO and Rio das Ostras RJ, from 2005 to 2014. The results show that the transfers to Catalão-GO increased 290% in the period.

Keywords: fpm, public administration, tax effort.



INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E COOPERAÇÃO PARA PROMOÇÃO DE VANTAGEM COMPETITIVA: UM ESTUDO DE INTERESSE NO COMPATILHAMENTO DE INFORMAÇÃO

Siqueira, Wender Rodrigues de, wendersiqueira@gmail.com¹

¹Universidade Federal de Goiás

Resumo: A capacidade de proporcionar vantagem competitiva, por meio da inteligência competitiva, tem atribuído um papel estratégico à informação dentro das organizações. Com isso, estudos sobre Arranjos Produtivos Locais (APLs) tem ganhado destaque devido à capacidade de interrelação e cooperação das empresas nesses ambientes. Assim, o estudo buscou identificar e analisar o interesse e a disponibilidade dos empresários do APL Moveleiro de Uberlândia em compartilhar informações estratégicas e de inteligência relativas ao macro e microambiente organizacional. Adotou-se nesta pesquisa quantitativa ó descritiva e aplicada ó o estudo de caso. Os resultados indicam interesse e disponibilidade dos empresários no compartilhamento de informações. Todavia, a troca incipiente mostra a necessidade de construir mecanismos de interação entre as empresas.

Palavras-chave: informação, inteligência competitiva, arranjo produtivo local, cooperação, indústria moveleira.

1. INTRODUÇÃO

No cenário atual, caracterizado por intensa concorrência entre as indústrias, as empresas dos mais variados setores da economia têm buscado alternativas, visando alcançar e/ou manter competitividade. Dessa forma, devido a crescente necessidade de informações relevantes, precisas, oportunas e confiáveis sobre o ambiente competitivo em que as empresas atuam, a inteligência competitiva (IC) surge como um imperativo (OLIVEIRA; GONÇALVES; PAULA, 2011).

Entende-se que uma forma do setor se manter competitivo é usar a inteligência competitiva em ambiente de cooperação entre as empresas do setor. Neste sentido, empresas participantes de um mesmo Produtivo Local Arranjo (APL) possuem características, experiências e informações comuns, que podem ser compartilhadas entre si. É possível, portanto, inferir que a participação de empresas em APLs pode contribuir para a superação de barreiras e proporcionar crescimento competitiva, além disso, pode possibilitar inovação, desenvolvimento local e competição em mercados cada vez mais distantes.

Diante disso, o estudo parte da necessidade de explicitar a disponibilização de informações estratégicas e/ou inteligência como base relevante para um conjunto de empresas e a aceitação ou não do seu compartilhamento entre elas, em específico, para os APLs. Sob esse aspecto busca-se responder a seguinte questão: Como se caracteriza a ação dos

empresários do APL Moveleiro de Uberlândia-MG em relação ao compartilhamento de informações estratégicas e inteligência, relativas ao macro e microambiente organizacional?

Assim, tem-se como propósito de pesquisa, identificar e analisar a percepção dos empresários do APL Moveleiro de Uberlândia-MG quanto aos interesses e disponibilidade no compartilhamento de informações estratégicas e de inteligência, relativas ao macro e ao microambiente organizacional.

2. O AMBIENTE DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NUM CONTEXTO COLETIVO PROPÍCIO À COOPERAÇÃO.

Para se prevenirem e avistarem novas oportunidades de mercado - em qualquer ambiente de competição - é fundamental que as empresas desenvolvam um completo conhecimento de seu ambiente externo (BALESTRIN, 2001). A partir desse conhecimento os tomadores de decisão poderão fazer suas escolhas, de maneira estratégica, para que possam alcançar os melhores resultados para a organização.

A análise ambiental é o processo de monitoramento do ambiente organizacional que permite identificar os riscos atuais e futuros que possam influenciar a capacidade da empresa de atingir seus objetivos. Neste sentido, Moresi (2001) afirma que, devido à sua amplitude e complexidade, o ambiente externo pode ser analisado a partir de



dois segmentos: o ambiente geral (macroambiente) e o ambiente-tarefa (microambiente). Os componentes do ambiente externo, divididos por segmento (macro e microambiente), podem ser observados na Fig. 1.

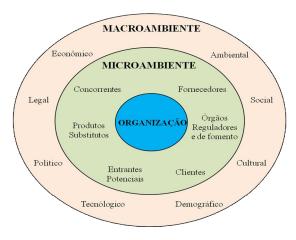


Figura 1 - O macro e o microambiente e seus componentes.

Fonte: Lopes, De Muÿlder e Judice (2011, p. 218), adaptado de Moresi (2001, p. 68).

Porter (2004) esclarece que, enquanto no macroambiente os componentes afetam todas as empresas na indústria, no microambiente, por estarem mais próximos, afetam diretamente as empresas de determinado segmento ou setor econômico, determinando, nesse caso, o nível de competitividade imediato entre as organizações. Portanto, conhecer o ambiente externo é essencial para gerar conhecimento das oportunidades e ameaças que podem influenciar a competitividade das organizações.

O ambiente em que se inserem as empresas é uma relevante fonte de informações quanto ao processo de inteligência e estratégia. A análise e o gerenciamento dessas informações pode proporcionar vantagem competitiva, por isso, as empresas têm investido sistematicamente em processos e sistemas de IC no intuito de evitarem surpresas que coloquem em risco sua sobrevivência e seu crescimento nos mercados em que operam.

A IC tem ganhado importância cada vez maior dentro das organizações contemporâneas, contudo, Gomes e Braga (2004) chamam a atenção para os diversos estudos que a conceituam. Embora existam pequenas divergências entre as definições de IC, entende-se que esta se constitui num processo sistemático de levantamento, processamento, análise e disseminação de informações sobre o ambiente organizacional, obtidas por meios éticos, para subsidiar a tomada de decisão.

Logo, a IC representa uma ferramenta estratégica que possibilita aumentar a

competitividade da organização (CARDOSO JÚNIOR, 2005) e pode gerar desenvolvimento econômico e social para a região onde as empresas estão inseridas (VALENTIM et al., 2003).

Neste sentido, a partir da organização das empresas de uma região, pode-se ter no APL um ambiente para IC.

A investigação dos sistemas locais de produção tem ganhado destaque (GARCIA, 2006). Diversos estudos (Lastres e Cassiolato, 2003; Mytelka e Farinelli, 2005; Lopes, De Muÿlder e Júdice, 2011) foram desenvolvidos com ênfase nessa ótica de interrelação entre empresas localizadas em limitado espaço geográfico, geralmente as pequenas e médias empresas (PMEs), e de sua capacidade de promover vantagens competitivas (GARCIA, 2006).

Apesar da importância atribuída aos APLs, ainda há grande dificuldade para se encontrar uma definição precisa. Cabe salientar que tal conceito, tradicionalmente, destaca a importância da cooperação, tendo como característica fundamental a presença de PMEs concentradas espacialmente em alguns dos elos de uma cadeia produtiva (SANTOS, DINIZ, e BARBOSA, 2004).

Assim, é possível compreender os APLs como sendo aglomerados de agentes econômicos, políticos e sociais atuantes em um mesmo setor produtivo, localizados em um mesmo território, desenvolvendo uma relação de cooperação, aprendizado e inovação, e com potencial para promoverem vantagem competitiva e desenvolvimento local.

enquanto Destarte. organizações nas individuais, o desenvolvimento de IC é considerado pela literatura como importante instrumento no suporte à tomada de decisão, a fim de alcançar ou manter um posicionamento estratégico mais competitivo da empresa (LOPES; DE MUü LDER; JUDICE, 2011); no contexto atual, em que as redes organizacionais ó como por exemplo os APLs ó são consideradas um novo modelo de organização, com ambiente propício à atuação conjunta, associada e cooperada (LASTRES; CASSIOLATO, 2003; HOFFMANN; GREGOLIN; FARIA, HOFFMANN; CAMPOS, 2013), compartilhando recursos, informação e conhecimento, torna-se crucial compreender as possíveis alternativas de aplicação de IC nesses ambientes organizacionais coletivos.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo utilizou-se do método survey com base em amostragem não probabilística, por conveniência, do universo de empresas do APL Moveleiro de Uberlândia-MG estando aptos a



participarem da pesquisa, os proprietários de empresas formais.

Foram visitadas 109 empresas, porém, em apenas 103 destas, os empresários foram encontrados. Todos os 103 empresários concordaram em participar da pesquisa e responderam o questionário tendo sido todos validados. Como a população era constituída de aproximadamente 200 respondentes o percentual de participação foi de 51,50%.

O instrumento de pesquisa utilizado contém 51 questões, sendo a maioria de múltipla escolha, e se estrutura em quatro blocos.

Para o tratamento e análise dos dados foi utilizado o software SPSS, o qual possibilitou a realização de análise de frequência e fatorial.

Realizou-se, primeiramente, uma análise descritiva das variáveis pesquisadas. Posteriormente, com o intuito de realizar uma descrição mais resumida das variáveis medidas, tanto no segundo quanto no terceiro bloco do instrumento de coleta de dados, optou-se por realizar a análise fatorial. De acordo com Hair Jr. *et al.* (2009), essa técnica permite reduzir a quantidade de variáveis por meio da formação de fatores que facilitam sua interpretação.

É importante ressaltar que todo método e toda fonte apresentam limitações. Portanto, alguns fatores podem influenciar os respondentes ao emitirem sua opinião, como por exemplo, a colaboração, o perfil, a predisposição, as crenças, os valores e os momentos pessoais dos empresários para responderem ao questionário.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os respondentes do instrumento de coleta de dados se caracterizam como um grupo composto, em sua maioria, por homens, com faixa etária predominante entre 51 e 60 anos, tendo os mesmos concluído o 2º Grau e sendo originários do Triângulo Mineiro. Já em relação às empresas, predominam as micro, voltadas à fabricação e ao varejo, com mais de 10 anos de existência, tendo faturamento anual de até R\$ 240.000,00 e filiadas ao Sindicato das Indústrias de Marcenaria e Mobiliário do Vale do Paranaíba (SINDMOB).

Para medir a percepção da importância, para as empresas, quanto ao acesso aos componentes do macro e do microambiente organizacional na potencialização de sua competitividade foi calculada a média das respostas que seguiram uma escala de 1 a 5. Para a medição foi considerado o valor exatamente 3 como sendo o ponto neutro, equivalente a respostas em branco. Dessa forma, os valores menores que 3 foram considerados **sem**

importância e os valores maiores que 3 foram considerados **importante**.

Destacam-se entre os componentes com maior importância: clientes (4,91); fornecedores (4,81); ambiente tendências tecnológicas (4,53);econômico (4,28); e meio ambiente (4,23). Em contrapartida, entre os componentes com menor percentual de importância, têm-se: órgãos de regulamentação (3,66); produtos substitutos (3,64); concorrência ao nível da organização (3,56); e novos entrantes (3,16). O único componente considerado sem importância para as empresas quanto à potencialização de sua competitividade foi o ambiente político (2,85), que integra o macroambiente.

Esses resultados vão ao encontro do que afirma Balestrin (2001) sobre a necessidade das empresas por informações provenientes de áreas bastante distintas. De acordo com esse autor, as empresas necessitam tanto de informações sobre os elementos com os quais se relacionam diariamente (microambiente), quanto de informações sobre seu ambiente mais amplo (macroambiente) para identificarem mudanças e tendências que exigem adaptação em suas estratégias.

Na seqüência, para medir o interesse dos empresários do APL quanto ao compartilhamento de informações estratégicas e inteligência competitiva foi calculada a média das respostas - também, numa escala de 1 a 5. Para a medição foi considerado o valor exatamente 3 como sendo o ponto neutro, ou seja, falta de opinião formada. Assim, os valores menores que 3 foram agrupados na alternativa não tem interesse no compartilhamento e os valores maiores que 3 foram agrupados na alternativa tem interesse no compartilhamento.

Entre os componentes com maior interesse estão: ambiente legal (4,09) e tendências tecnológicas (4,00). Já entre os componentes em que o interesse é menor se destacam: concorrência a nível do APL (3,44); produtos substitutos (3,39); clientes (3,18); e ambiente político (3,13). Em relação ao compartilhamento de informações estratégicas, as empresas demonstraram não ter interesse em dois componentes, a saber: concorrência ao nível da organização (2,97) e novos entrantes (2,96).

Porter (2004) reforça que os dois componentes com maior interesse no compartilhamento de informações representam forças externas ao ambiente da indústria, portanto, mais distantes das organizações. Ainda segundo o autor, elas afetam todas as empresas de determinada indústria. Com relação aos componentes com menor interesse no compartilhamento de informações, exceto o ambiente político, todos fazem parte do



microambiente da indústria. Os dois únicos componentes (concorrência ao nível da organização e novos entrantes) em que não há interesse no compartilhamento de informações também integram o microambiente da indústria (PORTER, 2004).

Para uma análise mais consistente dos dados, foi realizada a análise fatorial, que permitiu averiguar as interrelações (correlações) entre as variáveis (componentes) que caracterizam a percepção dos empresários em relação à importância do acesso às informações e, também, em relação ao interesse destes no compartilhamento de informações estratégicas e inteligência.

Após os devidos testes foi confirmado que a análise fatorial é considerada apropriada para se analisar a correlação dos dados de importância do acesso às informações do ambiente e o interesse no compartilhamento de informações estratégicas e inteligência.

Nas duas análises fatoriais foram considerados os fatores com autovalor superior a 1 e que apresentaram uma percentagem acumulada em um nível satisfatório, no mínimo, 60% da variância.

A análise fatorial da importância das informações para potencializar a competitividade das empresas permitiu a extração de quatro fatores que foram denominados de: 1) Potencial de crescimento e de desenvolvimento das empresas; 2) Políticas de incentivo ao desenvolvimento de empresas locais; 3) Produção ambientalmente responsável; e 4) Incorporação de tecnologias no processo produtivo.

Posteriormente, a análise fatorial do interesse no compartilhamento de informações possibilitou a extração de cinco fatores variados, que foram denominados pelo pesquisador de: 1) Políticas econômicas, sociais e ambientais; 2) Financiamento e fomento para novas tendências; 3) Concorrência dos produtos substitutos dentro do APL; 4) Capacidade dos fornecedores em atender as demandas dos clientes; e 5) Concorrência ao nível da organização.

As análises fatoriais realizadas foram importantes para condensar as variáveis (14 componentes), em conjuntos menores de novas variáveis fortemente interrelacionadas (fatores), com uma pequena perda de informação.

5. CONCLUSÕES

Estima-se que o estudo colaborou para ampliar a compreensão da dinâmica do APL, com base nas interrelações entre as empresas que o compõem, para a troca de informações estratégicas e inteligência. Desse modo, considerando-se os resultados obtidos, identifica-se que é preciso rever

a estrutura do APL, uma vez que foi possível constatar que a cooperação nesse ambiente, embora incipiente, tem permitido aos empresários aumentar a competitividade de suas empresas.

O APL já conseguiu alguns resultados positivos em se tratando de cooperação, entretanto, é preciso que esses resultados sejam mais expressivos e contribuam para o aumento da competitividade das empresas instaladas. Para tanto, é necessário que haja maior engajamento das empresas para causas coletivas.

De maneira geral, a pesquisa permite concluir que há interesse e disponibilidade dos empresários APL moveleiro de Uberlândia compartilhamento de informações estratégicas e de inteligência, relativas ao micro e ao macroambiente organizacional. Entretanto, atualmente, a troca de informações ainda é incipiente. Isso mostra a necessidade de serem criados mecanismos que facilitem a interação entre as empresas. Nesse sentido, a criação de uma estrutura adequada para tratar as informações aproximará as empresas e, ainda, disponibilizará informações relevantes para a potencialização de sua competitividade.

Vale ressaltar que a informação é um imperativo para o desenvolvimento da inteligência competitiva, todavia, são necessários métodos de estruturação e análise da informação para proporcionar conhecimento aos usuários.

No caso estudado, a solução para o tratamento e codificação de informações a serem disponibilizadas - na mesma medida - para todas as empresas envolvidas, é por meio da criação de um centro de gestão da informação dentro do APL estudado.

Com relação às limitações deste estudo, destaca-se o fato de a pesquisa ter sido realizada em apenas um APL moveleiro, embora existam outros no Estado de Minas Gerais. Diante disso, entendese a necessidade de novos esforços de pesquisa para ampliar o universo de investigação para outros APLs moveleiros, de modo que seja possível comparar os resultados e, com isso, ampliar o conhecimento sobre o comportamento dos empresários de APLs do setor em relação ao compartilhamento de informações estratégicas e inteligência, relativas ao micro e ao macroambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

BALESTRIN, A. Inteligência competitiva nas organizações. II WORKSHOP BRASILEIRO DE INTELIGÊNCIA E GESTÃO DO CONHECIMENTO, 2001, Florianópolis. Anais do II Workshop brasileiro de



- inteligência competitiva e gestão do conhecimento, 2001. s/p.
- CARDOSO JÚNIOR, W. F. **Inteligência empresarial estratégica**. Tubarão: Ed. Unisul, 2005. 176p.
- GARCIA, R. Economias externas e vantagens competitivas dos produtores em sistemas locais de produção: as visões de Marshall, Krugman e Porter. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 301-324, out. 2006.
- GOMES, E.; BRAGA, F. Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004
- HAIR JR., J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 688p.
- HOFFMANN, W. A. M.; GREGOLIN, J. A. R.; FARIA, L. I. L. Desafios para o desenvolvimento regional ó arranjo produtivo local de couro e calçados. **G&DR**, v. 2, n. 3, p. 32-53, set-dez 2006.
- HOFFMANN, V. E.; CAMPOS, L. M. de S. Instituições de suporte, serviços e desempenho: um estudo em aglomeração turística de Santa Catarina. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 18-41, jan./fev. 2013.
- LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. Novas políticas na Era do Conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. **Revista Parcerias Estratégicas**, vol. 8, n. 17, p. 5-29, 2003
- LOPES, B.; DE MUü LDER, C. F.; JUDICE, V. M. M. Inteligência competitiva e o caso de um arranjo produtivo local de eletrônica brasileiro.

- **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 12, n. 2, p. 213-231, jul./dez. 2011.
- MORESI, E. A. D. O contexto organizacional. In: TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001. p. 59-91
- MYTELKA, L.; FARINELLI, F. De aglomerados locais a sistemas de inovação. In: LASTRES, H. M. M; CASSIOLATO, J. E.; ARROIO, A. (Orgs) **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/Contrapomto, 2005. p. 347-378.
- OLIVEIRA, P. H. de; GONÇALVES, C. A.; PAULA, E. A. M. de. Diretrizes para a condução de uma atividade de inteligência competitiva: uma análise preliminar. **Revista Inteligência Competitiva**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 257-272, out./dez. 2011.
- PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 409 p.
- SANTOS, G. A. G. dos; DINIZ, E. J.; BARBOSA, E. K. Aglomerações, Arranjos Produtivos Locais e Vantagens Competitivas Locacionais. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 22, p. 151-179, dez. 2004.
- VALENTIM, M. L. P. et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. DataGramaZero, **Revista de Ciência da Informação**, v. 4, n.3, 2003. s/d.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

O autor é o único responsável pelo conteúdo deste trabalho.

COMPETITIVE INTELLIGENCE AND COOPERATION FOR THE PROMOTION OF COMPETITIVE ADVANTAGE: A STUDY OF INTEREST IN SHARING INFORMATION

Siqueira, Wender Rodrigues de, wendersiqueira@gmail.com¹

¹Universidade Federal de Goiás

Abstract. The ability to provide competitive advantage, through competitive intelligence, has assigned a strategic role of information within organizations. Thus, studies on Clusters has gained prominence due to the ability of interaction and cooperation between companies in these environments. Thus, the study sought to identify and analyze the interest and the availability of entrepreneurs Cluster Furniture from Uberlândia to share strategic information and intelligence relating to organizational macro and microenvironment. We adopted this quantitative research - descriptive and applied - the case study. The results indicate interest and willingness of entrepreneurs in information sharing. However, the incipient exchange shows the need to build mechanisms of interaction between companies.

Keywords: information, competitive intelligence, cluster, cooperation, furniture industry.

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS DE SAÚDE EM DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS

Silva, Larissa Juliana Patrocínio da¹ larissajps_@hotmail.com Silva, Pedro de Freitas² Rosalem, Vagner³

¹ Discente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – UFG

Resumo: O Plano de Gerenciamento de Resíduos em Serviços de Saúde foi exigido pela ANVISA com o objetivo de conter todos os critérios de armazenamento e destino final de resíduos de saúde. A partir disso foi feita uma pesquisa exploratória e um estudo de caso desenvolvido em distribuidora de medicamentos, partindo da premissa que não há quase nada publicado neste ramo de serviços de saúde e poder dar um direcionamento em como fazer o levantamento, planejamento e aplicação do PGRSS. Como resultado o Plano trouxe consigo vantagens como proteção à saúde, ao meio ambiente dos riscos gerados pelos serviços de saúde e também para a minimização dos resíduos gerados.

Palavras-chave: resíduos de Saúde, distribuidoras de medicamentos, Plano de Gerenciamento

1. INTRODUÇÃO

Já faz parte da história da humanidade a geração de resíduos, mas no mundo atual com o aumento da produção e do consumo da sociedade, a quantidade de resíduos tomou proporções gigantescas e o meio ambiente insuficiente para absorver tanto. E as inovações tecnológicas por um lado contribuem para o avanço da sociedade, mas por outro, geram resíduos cada vez mais difíceis de degradar e em muitas vezes tóxicos. Outro fator que contribui para este problema são os resíduos gerados pelos serviços de saúde.

O presente artigo tem como objetivo destacar a importância de planejamento no descarte de medicamentos e apresentar um modelo a fim de contribuir na elaboração e aplicação do Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde (PGRSS) em distribuidora de medicamentos. Para isso aborda as legislações existentes sobre o tema, define PGRSS, apresenta um estudo de caso e a aplicabilidade do PRGSS em uma distribuidora de medicamentos e por fim faz as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Legislação

Os Resíduos de Serviços de Saúde são de maneira geral nocivos à saúde e não podem ser descartados como lixo comum. Estes resíduos são resultados de atividades exercidas por

estabelecimento gerador e necessitam de procedimentos diferenciados, exigindo ou não tratamento prévio para a disposição final. Por esse motivo é necessário políticas econômicas e sociais para garantir o bem estar social e diminuição dos riscos (Camargo, 2009). Por isso a importância da criação da RDC nº 306/04 (Brasil, 2004) para aprimorar e atualizar a RDC nº 33/03 (Brasil, 2003), que aborda o gerenciamento destes resíduos com objetivo de preservar a saúde pública e o meio ambiente. Abrange o país todo e se aplica às empresas de produção e/ou comercialização de produtos e serviços submetidos à fiscalização da Anvisa. Além disso, os estados e municípios podem estabelecer também normas de caráter supletivo ou complementar para adequá-la às características locais. A RDC 306/04 (Brasil, 2004) foi elaborada através de um trabalho técnico da Anvisa e profissionais do Meio Ambiente, Limpeza Urbana, Indústria Farmacêutica e Associações Médicas a fim de agrupar conhecimento científico sobre os riscos dos resíduos de saúde tanto para as pessoas quanto para o meio ambiente. Em conjunto tem a Resolução nº 358/05 do CONAMA (Brasil, 2005) que classifica os resíduos em grupos: A, B, C, D e E. descritas as características na Tab. 1:

Tabela 1. Grupos de Resíduos

Tabela 1. Grupos de Residuos				
Grupo	Característica			
A	Biológico			
В	Químico			

² Discente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional - UFG

³ Docente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – UFG



C Radioativo

D Semelhante aos Domiciliares e Recicláveis

Perfurantes, Cortantes e Abrasivos

Fonte: Resolução nº 358/2005

2.2 Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde (PGRSS)

O PGRSS trata-se de um conjunto de procedimentos de gestão, implantados a partir de conhecimento científico, técnico e legal com o objetivo de minimizar e tratar os resíduos gerados pelos serviços de saúde. Como resultado, descarta-se com segurança e protege os trabalhadores envolvidos, preserva a saúde publica e o meio ambiente. O gerenciamento estabelece todas as etapas englobando desde a geração do RSS até sua disposição final (Tramontini, 2011).

O Plano deve ser elaborado e implantado pela própria empresa responsável com conhecimento, pois gerenciar é avaliar, planejar, prevenir. A implantação do Plano depende da conscientização de todos os colaboradores, do levantamento dos riscos e adequação dos processos (Gonçalves, 2011).

3. METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto foi feita uma pesquisa exploratória que fornece referências na investigação de um fenômeno (Tripodi, 1975). Para isso foi realizado um estudo de caso que pesquisa o motivo de decisões serem tomadas, como foram implementadas e os resultados (Yin, 2001). O estudo de caso foi realizado em uma distribuidora As medicamentos. distribuidoras medicamentos também enquadram na legislação pertinente de Resíduos de Saúde, pois armazenam, transportam e distribuem medicamentos que apresentam riscos à saúde publica e ao meio ambiente se não forem descartados de maneira correta, ou seja, também geram resíduos contaminantes.

A distribuidora selecionada tem sua matriz em São Paulo e possui filiais em Goiás, Espírito Santo e Ceará. Foi escolhida a filial de Catalão-GO por tem um grande volume de medicamentos comercializados e encontra-se em uma cidade de pequeno porte e que pode enfrentar mais problemas no Gerenciamento de Resíduos do que capitais.

4. RESULTADOS

A Distribuidora Alfa precisou planejar e implementar o PGRSS tanto para começar suas funções perante à Anvisa quanto para pedir o Licenciamento Ambiental perante à Prefeitura.

O PRGSS foi elaborado pela farmacêutica responsável da Distribuidora Alfa, que fez levantamento completo de todos os resíduos possíveis de serem gerados pela distribuidora, este foi elaborado de acordo com o Manual de Gerenciamento (Brasil, 2006) e em comum acordo com a gerência e posteriormente aprovado pela mesma. Primeiramente foi pesquisada toda a legislação relacionada ao PGRSS. Em seguida, fez um levantamento de todos os colaboradores envolvidos em cada etapa do processo e também uma pesquisa das empresas responsáveis por coleta e descarte de resíduos de saúde na cidade.

No levantamento dos resíduos foi identificado materiais dos grupos B, D e E. No B fazem parte os produtos hormonais e produtos antimicrobianos, imunossupressores, digitálicos, imunomoduladores, anti-retrovirais e medicamentos controlados pela Portaria MS 344 (Brasil, 1998). No D fazem parte os resíduos que não apresentem risco biológico como resíduos da área administrativa, sobras de alimentos do refeitório, papéis de uso sanitário e resíduos de varrição. No grupo E vidros quebrados provenientes de avarias dos medicamentos como xaropes.

Após o levantamento foi instaurado como seria armazenados os resíduos de acordo com a RDC nº 306 (2004) e a Resolução nº 358 (2005). Para resíduos do grupo B o acondicionamento é feito em duplo saco plástico impermeável e resistente de cor branca leitosa, com identificação do material e grupo ou em recipiente rígido e estanque, compatível com o produto a ser descartado, identificando de forma visível com o nome do conteúdo e grupo. No grupo D, pensando na reciclagem e sustentabilidade os resíduos comuns recicláveis (papel, papelão, plástico e vidro) devem ser separados e acondicionados em sacos pretos resistentes e identificados. No grupo E, Os resíduos perfurantes e cortantes do Grupo A são colocados em recipientes rígidos, resistentes à punctura, rompimento e vazamento, com tampa, devidamente identificados com a simbologia de resíduo infectante e perfuro-cortante, a fim de evitar acidentes durante o manuseio. No caso de derramamento de algum dos resíduos foi instruído a fazer a limpeza imediatamente e notificar a farmacêutica.

A farmacêutica destacou em seu Plano que os resíduos oriundos do grupo B em sua maioria são devolvidos à indústria através da logística reversa, o que ajuda a minimizar o problema decorrente da geração de resíduos da distribuidora. A indústria farmacêutica recolhe medicamentos avariados em sua entrega ou que chegaram com validade curta, os que acabam sendo descartados pela distribuidora são os que atingem o prazo de validade em estoque



ou os que entram no grupo E que são avariados durante o manuseio dentro das instalações.

Em relação à estrutura física da distribuidora foi destinado um espaço para o depósito temporário destes resíduos. O depósito é fechado e exclusivo para os resíduos e são colocados de maneira que não possam cair ou derramar e quanto o espaço estiver ocupado pela metade já providenciar o descarte. O material deste depósito é de material lavável e impermeável e com identificação na porta, e será higienizado a cada coleta. Foi colocado também um cartaz contendo as informações em relação ao grupo que pertencem e a forma correta de armazená-los.

Para o destino final dos resíduos foi identificado uma empresa terceirizada da Prefeitura que realiza a coleta de todos os grupos de resíduos produzidos pela distribuidora, que envia os materiais do grupo D para reciclagem e os grupos B e E para o descarte. Sempre que necessário, a coleta do grupo B e E tem que se fazer um ofício em duas vias contendo todos os produtos e entregar na sede da empresa pedindo o agendamento. Posteriormente a coleta guarda-se uma via do ofício carimbado com a data que foi realizada a coleta e o responsável.

Foi feito em conjunto com o PGRSS Procedimentos Operacional Padrão (POPs) contendo todas as etapas que os colaboradores envolvidos deveriam realizar no manejo dos resíduos e os Equipamentos de Proteção Individual que devem ser usados por eles.

Após toda a elaboração dos mesmos foi enviado à Vigilância Sanitária do município e depois de aprovado foi feita a apresentação destes documentos aos colaboradores da instituição com intuito de sensibiliza-los da importância destes documentos e para uma efetiva educação ambiental e procedimentos a fim de garantir sua saúde e segurança.

5. CONCLUSÃO

Apesar da obrigatoriedade do PGRSS, ele traz uma importância fundamental para garantir a saúde publica e dos trabalhadores envolvidos no processo e principalmente ao meio ambiente, com a finalidade de minimizar seus impactos. O fato de apresentar o PRGSS aos colaboradores da empresa contribui para que estas pessoas se tornem multiplicadores de conhecimento adequado à destinação de resíduos. Levando em consideração que os materiais perfurocortantes são os que mais causam acidentes, todas essas informações também contribuem e muito para a diminuição de acidentes de trabalho. A aplicação de sustentabilidade só tem sucesso por meio de informação, comprometimento

e procedimentos corretos, que através do PGRSS é uma porta para o êxito.

O presente artigo contribui para que outras distribuidoras utilizem as informações como diretrizes e implementem todos estes procedimentos, pois é muito escasso material disponível aplicado em distribuidoras de medicamentos.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Portaria SVS/MS n° 344, de 12 de maio de 1998. Brasília, DF: [s.n], 1998. Disponível em:
 - http://www.anvisa.gov.br/hotsite/talidomida/legis/Portaria_344_98.pdf >. Acesso em: maio (2015).
- BRASIL. Resolução nº 33 de 25 de fevereiro de 2003. Brasília, DF. Dispõe sobre o Regulamento Técnico para o gerenciamento de resíduos de serviços de saúde. Disponível em: http://www.cff.org.br/userfiles/file/resolucao_sanitaria/33.pdf Acesso em maio (2015).
- BRASIL. 2004. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC 306, de 07 de dezembro de 2004. Dispõe sobre o Regulamento Técnico para o gerenciamento de resíduos de serviços de saúde. Diário Oficial da União, Brasília, 10/12/2004.
- BRASIL. Resolução nº 358, de 29 de abril de 2005, CONAMA. Dispõe sobre o tratamento e a disposição final dos resíduos dos serviços de saúde de dá outras providências. Disponível em: < http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res05/res35805.pdf>. Acesso em maio (2015).
- BRASIL. 2006. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Manual de gerenciamento de resíduos de serviços de saúde/Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Brasília, Ministério da Saúde.
- CAMARGO, M. E., MOTTA, M. E. V.; LUNELLI, M. Severo, O. E. A. Resíduos Sólidos de Serviço de Saúde: Um Estudo Sobre o Gerenciamento. *Scientia Plena, vol. 5, nº 7, 2009.*
- GONÇALVES, E. M. N., SANTOS, C. B, BADARÓ, M. L. S., Faria, V. A.; Rodrigues, E.; MENDES, M. E.; SUMITA, N. M. Modelo de implantação de plano de gerenciamento de resíduos no laboratório clínico. *Jornal Brasileiro de Patologia e Medicina Laboratorial (Impresso), v. 47, p. 249-255, 2011.*



TRAMONTINI, A., PANDOLFO, A., REINEHR, R., KALIL, R. M. L., GUIMARÃES, J., OLIVEIRA, C. R. D. R. Resíduos sólidos de serviços de saúde: diagnóstico e diretrizes para gestão hospitalar. *Estudos Tecnológicos - Vol.* 7, n° 2: 109-141, 2011.

TRIPODI, T. et al. A análise da pesquisa social. Petrópolis: Alves (1975).

YIN, R. K. Estudo de caso: Planejamento e Métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman (2001).

RESPONSABILIDADE AUTORAL

Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho.

MANAGEMENT OF HEALTH RESIDUES IN DISTRIBUTORS OF MEDICINES

Silva, Larissa Juliana Patrocínio da¹ Silva, Pedro de Freitas² Rosalem, Vagner³

¹Discente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional

Abstract. The Plano de Gerenciamento de Resíduos em Serviços de Saúde was required by ANVISA in order to contain all the criteria storage and disposal of health residues. In this case, it was made an exploratory research and a case study developed distributor of medicines, on the premise that there is almost nothing published in the health care industry and be able to give a direction on how to map planning and implementation of PGRSS. As a result the Plan brought benefits like health protection, environmental risks generated by health services and also to minimize the waste generated.

Keywords: Health Residues, distributors of medicines, Plan of Management

²Discente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional

²Docente no Mestrado Profissional em Gestão Organizacional



AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

Mesquita, Fabiana Alves de Assunção¹, <u>fabiufg@gmail.com</u> Silva, André Vasconcelos da ², <u>profandrevs@hotmail.com</u> Souza, Carla Mendonça de³, <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u> Santos, Lucas Silva dos⁴, <u>lucasanalista@yahoo.com.br</u> ^{1, 2, 3, 4} Universidade Federal de Goiás

Resumo: A administração pública, nos últimos anos, vem se preocupando em aprimorar ferramentas para alcançar melhor desempenho organizacional e aumentar a qualidade dos serviços prestados. Entre essas ferramentas se encontra a Avaliação de Desempenho, que serve para avaliar tanto os resultados organizacionais como o desempenho individual dos servidores. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é mapear artigos, sobre avaliação de desempenho, publicados nos periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior e nos Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. Por meio de um estudo bibliométrico foram analisados 89 artigos selecionados pelo descritor: avaliação de desempenho. Como resultado obteve-se que a autora com maior número de publicação foi Ensslin, com 6 artigos publicados. O evento com maior número de publicação foi o ENANPAD, com 33 publicações. O estudo de caso foi o método mais utilizado, com 31 dos 89 artigos analisados. A entrevistas semiestruturadas e a pesquisa documental foram os métodos mais usados para a coleta de dados. A avaliação de desempenho foi mais estudada nas organizações públicas (56%) que nas privadas (21%). Além disso, foi possível constatar um aumento considerável de publicações a partir do ano de 2006, com um pico máximo de 15 artigos publicados no ano de 2011.

Palavras-chave: Gestão de Pessoas, Avaliação de Desempenho, Setor Público, Bibliometria.

1. INTRODUÇÃO

As organizações estão inseridas em ambientes altamente competitivos e dinâmicos e estão em constante processo de mudança, a rapidez com que essas mudanças vêm ocorrendo é cada vez maior. Para manterem-se no mercado, as organizações tanto privadas como públicas precisam se adaptar a estas transformações, visando atender às novas necessidades de seus clientes e usuários. Surge então a necessidade de promover a excelência e o mérito. Porém, só é possível desenvolver essas competências, se for possível identificar as melhores práticas aplicadas, bem como os agentes que são responsáveis pela aplicação.

De acordo com Guimarães (2000), o desafio que se coloca para a nova administração pública é transformar estruturas burocráticas e hierarquizadas em organizações flexíveis e empreendedoras. Isso se deve as inovações necessárias à busca de eficiência e qualidade na prestação de serviços públicos. Desse modo, é necessário romper com o modelo tradicional de administração dos recursos públicos e adotar uma nova cultura de gestão.

Entre as inovações necessárias pela busca de eficiência e qualidade, está a avaliação de desempenho. Esta serve como instrumentos de medição e controle de gestão, servindo como apoio aos gestores na tomada de decisão. Pode ser aplicada nos vários níveis da organização (institucional, de equipes e individual).

Para Nogueira (2008), a avaliação de desempenho mostra-se necessária à administração pública brasileira. Não somente por ser uma exigência constitucional, mas, também por ser uma ferramenta gerencial que pode auxiliar o órgão no ato de reconhecer devidamente o mérito profissional de seus servidores e como medida de desenvolvimento estratégico da organização.

Acerca dessa ferramenta administrativa, Narducci et al. (2006) afirmam que a avaliação de desempenho se tornou parte de um processo maior de gestão. Permite, entre tantas funções, rever estratégias, objetivos, processos de trabalho e políticas de recursos. Tudo isto com o objetivo de corrigir desvios, dar sentido de continuidade e sustentabilidade à instituição.

Além disso, segundo Santos (1997), a avaliação de desempenho é um processo de observação, identificação e mensuração de aspectos quantitativos e qualitativos do trabalho dos colaboradores na organização. Permite descobrir falhas no sistema de trabalho, os fatores que levam à falta de motivação, as áreas que necessitam de capacitação, a existência de conflitos internos, entre outros. O que pressupõe o desenvolvimento de ambas as partes (institucional e pessoal).

No setor público a avaliação de desempenho dos servidores é realçada pela Emenda Constitucional 19 de 1998. Que dispõe sobre a aquisição de estabilidade e efetivação do cargo público. O servidor público para obter estabilidade e efetivação



do cargo público deve passar pelo procedimento de avaliação periódica de desempenho (Brasil, 1998a).

Entretanto, apesar de tal institucionalização e do propósito de legitimar o alcance da estabilidade do servidor público, "os programas de avaliação de desempenho ainda não apresentam os resultados desejados e previstos teoricamente, e muito esforço ainda tem que ser desenvolvido nessa área de estudos" (GRILLO, 1983).

Essa falta de resultados da avaliação no serviço público pode ser entendida, conforme Bergue (2007), em razão da resistência à implantação de um processo de avaliação de desempenho mais efetivo, pois a cultura organizacional predominante no setor público está associada à falta de exigência por melhores níveis de desempenho. Segundo Marconi (2004), a avaliação de desempenho efetiva será possível a partir do desenvolvimento de uma cultura voltada para resultados, com alinhamentos dos objetivos individuais e das equipes às metas da organização, assim como já existe na administração de empresas. Outro desafio é a mudança de perspectiva ao mostrar para o funcionário que o processo não é uma ameaça à estabilidade, mas sim um mecanismo de reconhecimento de seu desempenho e insumo para uma boa política de recursos humanos.

Apesar desses desafios, a avaliação de desempenho constitui parte indispensável da gestão de pessoas no setor público. Segundo Santos e Cardoso (2001), a exigência de maior qualidade dos serviços prestados pelos servidores, a escassez de recursos e a pressão para melhorar a gestão financeira, bem como a consideração do público como cliente principal dos serviços prestados são algumas das características desse novo cenário. Dessa forma, a avaliação de desempenho constitui parte indispensável da gestão moderna, ao lado da fixação de metas, contratos e ajustes para controlar a prestação de serviços. Informações adequadas sobre o funcionamento da administração pública podem ajudar os órgãos administrativos a desenvolver suas políticas, administrar seus custos de forma mais eficiente, aumentar a efetividade e promover a transparência da gestão pública (SANTOS E CARDOSO, 2001).

Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo mapear a produção científica referente a avaliação de desempenho, no que concerne a gestão de pessoas, publicados nos periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior e nos Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração no período de 1997 a 2013.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Avaliação de Desempenho

De acordo com Torres (2013), existem diversas definições sobre avaliação de desempenho, que variam de autor para autor e dos pressupostos teóricos que cada um defende. Apesar dessa variedade, segundo o autor, constata-se que há ideias comuns no conteúdo das diversas definições, ou seja, é possível observar que a avaliação de desempenho é um instrumento imprescindível na área de gestão de recursos humanos uma vez que serve, por um lado, para legitimar os instrumentos de avaliação utilizados e, por outro, determinar o contributo individual e coletivo, assinalando problemas de motivação, de desaproveitamento das qualidades do colaborador, identificar necessidades de formação e gerir os sistemas de administração salarial

Brandão e Guimarães (2001) relatam que a avaliação de desempenho passou da metodologia de controle dos tempos e movimentos para processos que consideram o empregado e seu trabalho parte de um contexto organizacional e social mais amplo. Para os autores, os mecanismos utilizados atualmente pelas empresas para avaliar o desempenho procuram desenvolver metodologias adequadas às suas necessidades e finalidades.

Importante ressaltar que o processo de avaliação de desempenho requer, conforme Hipólito e Reis (2002), alguns cuidados especiais de modo a evitar a ansiedade excessiva, viabilizar as mudanças comportamentais desejadas e o efetivo uso dos resultados para subsidiar ações corretas. Entre esses cuidados é necessário: utilização de critérios claros, negociados e legitimados com o grupo; ampla comunicação dos objetivos, etapas e impactos do processo; capacitação dos avaliadores e avaliados no tocante à importância de cada um dos instrumentos de avaliação e à compreensão das ações deles recorrentes; apresentação da avaliação como elemento de apoio ao desenvolvimento da organização e do trabalhador, de modo a desmitificar a relação usualmente estabelecida entre avaliação e punição; e adoção de uma sistemática que não fique restrita à dimensão unilateral (chefe subordinado), estimulando a auto avaliação e a avaliação em múltiplas fontes.

A avaliação de desempenho, segundo Bergamini e Beraldo (1998), tem como objetivo, além de conhecer os insumos humanos disponíveis na organização, fornecer aos indivíduos a noção da importância de atuação para a instituição e, na medida em que fornece subsídios para atender suas necessidades e desejos, estimula comportamentos positivos no sentido de produzir os resultados esperados pela organização.

Contudo, conforme Lucena (1992), as



instituições precisam ter o cuidado de visualizar com clareza, a fim de não confundir e desvirtuar o sentido e os resultados do processo de avaliação de desempenho da ideia de que o desempenho humano se condiciona a partir da definição do que é esperado pela organização.

Além disso, segundo Bergue (2007), avaliar o desempenho transcende a perspectiva tradicional e passa a alcançar o status de imperativo social diferenciado. A monitoração da atuação individual não faz sentido se desvinculado do desempenho de processos executados pelos administradores públicos, do resultado final gerado por eles e dos demais subsistemas de gestão de pessoas.

Nessa perspectiva, a avaliação de desempenho deve possibilitar, além da aferição do mérito do servidor como uma das formas de desenvolvimento na carreira, a identificação de problemas, dificuldades e das necessidades do setor/departamento/instituição quanto à alocação de vagas, cursos de capacitação e, assim, melhorar a qualidade dos serviços prestados pelos servidores e, consequentemente, agregar valor ao desempenho organizacional. No entanto, um dos maiores desafios na gestão de pessoas é conseguir definir a forma mais adequada de avaliação de desempenho a ser utilizada na organização.

Contudo, a definição do melhor método de avaliação não garante o sucesso organizacional. Existem, ainda, fatores que podem influenciar o processo de avaliação, como a desconfiança, a não compreensão e a falta de esclarecimento dos objetivos da avaliação, bem como a relevância de cada etapa. Outro fator extremamente significativo no processo de avaliação de desempenho é a necessidade de comprometimento e apoio dos gestores, não só na aplicação dos instrumentos, mas como participantes ativos no processo, seja como elaboradores, avaliadores ou avaliados, contribuindo de forma crítica e produtiva.

Bergamini (1988) ressalta que a avaliação de desempenho deveria funcionar como uma oportunidade de entendimento entre as pessoas, por meio da atualização e revisão constante do seu próprio comportamento. Deste modo, observa-se que depende menos de métodos revolucionários e de instrumentos técnicos sofisticados e mais de um ambiente espontâneo, aberto e confiante.

Nesse sentido, o processo de *feedback* é crucial como instrumento de avaliação e de desenvolvimento do indivíduo. Rios e Santanna (2008), afirmam que o processo de *feedback* também pode motivar a criação de um ambiente favorável a relacionamentos, troca de experiências e desenvolvimento organizacional e pessoal. Assim, se ressalta a importância de um ambiente construtivo e de ter supervisores bem treinados.

Bergamini (1988) salienta que o fundamental objetivo do treinamento de avaliadores deve ser o desenvolvimento da atitude do bom avaliador, o que pode implicar, inclusive, o desenvolvimento de características de personalidade adequadas à função.

Pereira (1999) define que a atividade de avaliar o desempenho é um meio para se tomar decisões adequadas e que constitui um processo complexo que incorpora, além das características informativas necessárias para se julgar adequadamente um desempenho, requisito essencial para se integrar ao processo de gestão, em suas fases de planejamento, execução e controle.

3. MÉTODO

Este estudo se caracteriza como bibliométrico, pois se quantifica a produção científica e sua disseminação (MARTINS E SILVA, 2005). Segundo Pizzani et al. (2008), a realização da bibliometria é importante no que concerne levantar e mapear a produção da área escolhida, compilando a bibliografia existente nas bases, identificando as principais temáticas abordadas e realizando uma revisão crítica para proporcionar a disseminação do conhecimento à comunidade.

Dessa forma, por meio do descritor 'Avaliação de Desempenho' buscou-se mapear os artigos publicados nas bases de dados dos Periódicos da CAPES e Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração no período de 1997 a 2013.

O critério utilizado para a seleção dos artigos foi baseado na ocorrência da terminologia 'Avaliação de Desempenho' no título, no resumo e/ou nas palavras-chave dos artigos. Foram excluídos da amostra os artigos que não estavam disponíveis por motivos autorais e que não correspondiam à área de gestão de pessoas. Dessa forma, foram selecionados 89 (oitenta e nove) artigos.

Os dados foram tabulados através do preenchimento de eletrônica. planilha levantamento envolveu a identificação seguintes dados: autoria, instituição de origem dos autores, periódicos/eventos, ano de publicação, objetivo e método da pesquisa. Outra classificação realizada foi sobre a esfera organizacional analisada: pública, privada e não identificável. As informações sobre os autores e sua instituição de vinculação foram buscadas junto a Plataforma Lattes do Ministério da Educação. Os artigos foram classificados quanto à abordagem metodológica em: teóricos, empíricos ou estudos de caso.

4. RESULTADOS E CONCLUSÕES



Os 89 (oitenta e nove) artigos selecionados foram publicados em 23 (vinte e três) periódicos e 08 (oito) anais diferentes. Na Fig. 1 é apresentado a quantidade de artigos por evento ou periódico, sendo considerado apenas os locais onde a quantidade de publicação foi igual ou superior a 02 (dois) artigos.

Principais Periódicos e Anais que	Nº de
compõem a amostra	artigos
Encontro da Associação Nacional	
de Pós-Graduação e Pesquisa em	33
Administração (ENANPAD)	
Encontro de Administração Pública	09
e Governança (ENAPG)	09
Encontro de Gestão de Pessoas e	04
Relações de Trabalho (ENGPR)	04
Revista Brasileira de Enfermagem	03
Revista Ciência e Saúde Coletiva	03
Revista da Escola de Enfermagem	02
da USP	02
Revista Ensaio	02
Revista Gestão e Produção	02
Revista Latino Americana de	02
Enfermagem	02
TOTAL	60

Figura 1. Periódicos e Anais que publicaram a quantidade de dois ou mais artigos.

Pode-se perceber, através da Fig. 1, que 37% (33/89) dos artigos analisados foram publicados no evento ENANPAD. Além da quantidade de artigos por evento/periódico, pode-se evidenciar os autores com maior publicação dentre os artigos analisados.

Conforme Fig. 2, a autora que mais publicou foi Sandra Rolim Ensslin da UFSC, com 6 (seis) artigos, seguida por Leonardo Ensslin também da UFSC, com 5 (cinco) publicações, Hamilton Luiz Corrêa da UFSM, Ademar Dutra da UFSC e Vera Lúcia Mira Gonçalves da Escola de Enfermagem da USP, os três com 4 (quatro) artigos. Em se tratando de instituição, pode-se constatar que a UFSC tem a maior representatividade de autores com publicação sobre avaliação de desempenho dentro da amostra analisada.

Autores	N° artigos	Instituição
Sandra Rolim Ensslin	6	UFSC
Leonardo Ensslin	5	UFSC
Hamilton Luiz Corrêa	4	UFSM
Ademar Dutra	4	UFSC
Vera Lúcia Mira Gonçalves	4	EE da USP

Figura 2. Autores com maior publicação.

Sobre a quantidade de autores escrevendo sobre avaliação de desempenho é possível afirmar que, a amostra selecionada indica a existência de uma variedade de autores que escrevem sobre a avaliação de desempenho, o que pode denotar diversidade de visões sobre a temática e a dificuldade de se estabelecer uma construção teórica mais consistente a respeito do tema, considerando o contexto do setor público.

Por meio da Tab. 1 pode-se visualizar a relação da amostra pelo ano e método usado. O estudo de caso foi a abordagem mais utilizada, a partir de técnicas de coletas de dados como entrevistas semiestruturadas e pesquisa documental. Em alguns casos foram aplicadas técnicas quantitativas, com a utilização de questionários, agregando mecanismos qualitativos na interpretação dos dados coletados. Quanto ao tipo de pesquisa, o estudo empírico com abordagem exploratória descritiva aliado à análise de conteúdo predomina na amostra estudada.

Tabela 1. Produção científica de avaliação de desempenho por abordagem metodológica e ano

	Estudo de caso	Pesquisa de campo	Pesquisa ação	Ensaio	Empírico	Teórico
1997	1					
1998						
1999					2	
2000	1				1	
2001	1				1	1
2002	2				1	2
2003						
2004	2				4	
2005					1	
2006	1				4	1
2007	3	2	1		7	1
2008	5	2			5	1
2009	5	1	1		5	
2010	3				7	
2011	2			1	10	1
2012	1	1			2	1
2013	4				1	3
Total	31	6	2	1	51	11

Quanto à esfera organizacional, o setor público é analisado em 51 (cinquenta e um) artigos dos 98 que compõe a amostra, seguido pelos estudos que versam sobre a esfera privada, com 23 (vinte e três) artigos, 09 (nove) que realizam estudos de revisão bibliográfica e 07 (sete) que não foram identificados. Estes dados podem ser melhor visualizados na Fig. 3. A predominância de publicações que analisam o setor público se deve em grande parte às influencias da nova administração pública, abordagem que vem sendo adotada neste setor. De acordo com Guimarães



(2000), esta abordagem tem como objetivo a mensuração de resultados, o que ocasiona a necessidade constante da avaliação de desempenho.



Figura 3. Produção científica por esfera organizacional.

A amostra de artigos selecionada indica que a produção científica brasileira voltada para a avaliação de desempenho se manteve oscilando no transcorrer dos anos analisados. Na Fig. 4 pode-se perceber como essa oscilação ocorre. Apesar da oscilação, pode-se perceber um crescimento na quantidade de publicações a partir de 2006, tendo o ano de 2011 atingido o pico de 15 artigos publicados.

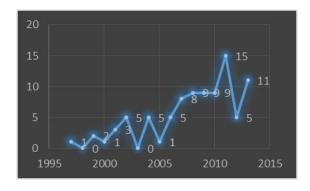


Figura 4. Produção científica por ano

Quanto aos objetivos dos artigos, a maioria busca analisar, descrever e identificar como ocorre os processos de avaliação de desempenho em uma determinada instituição, com intuito de verificar sua efetividade e a percepção dos funcionários sobre o método adotado. Existem também alguns que procuraram verificar o alinhamento da avaliação de desempenho com as estratégias organizacionais, bem como demonstrar a resistência cultural que o processo de avaliação enfrenta dentro das organizações.

Os artigos analisados também enfatizam o despreparo dos gestores na realização da avaliação de desempenho, bem como o despreparo em utilizar

os resultados para proporcionar o desenvolvimento dos servidores. Outro aspecto identificado é o uso da avaliação de desempenho em conjunto com outros instrumentos gerenciais, como a gestão por competências e o *Balanced Scorecard*.

Verifica-se que os artigos analisados obtiveram como resultados o fato de que a avaliação de desempenho vem sendo usada como ferramenta para a mensuração fragmentada dos resultados, impossibilitando uma concepção mais ampla de gestão do desempenho. Dessa forma, existe uma falta de alinhamento entre a avaliação de desempenho com as estratégias organizacionais.

Em suma, a análise dos artigos permitiu constatar que a avaliação de desempenho deve ser realizada com base em critérios claros e objetivos. Deve ser conduzida de forma imparcial, participativa e democrática, em que os avaliadores e avaliados estejam devidamente instruídos e capacitados. Além disso, a avaliação de desempenho deve ser abordada como um instrumento que venha contribuir para a melhoria do desempenho do servidor e da instituição e não apenas para cumprir a legislação vigente.

Portanto, verifica-se a necessidade e a importância de que outros estudos sejam realizados visando proporcionar uma discussão mais ampla e aprofundada sobre as peculiaridades da gestão de pessoas e suas interfaces no setor público.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, C. W. 1998. Avaliação de Desempenho Humano na Empresa. São Paulo: Atlas.

BERGAMINI, C. W.; BERALDO, D. G. R. 1998. *Avaliação de desempenho humano na empresa*. 4. Ed. São Paulo: Atlas.

BERGUE, S. T. 2007. Gestão de pessoas em organizações públicas. 2. Ed. Caxias do Sul: Educs. BRANDÃO, H. P.; GUIMARÃES, T. A. 2001. Gestão por competências e Gestão de Desempenho: Tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto? In Revista de Administração de Empresas v.41, n.1, p. 8-15, São Paulo: FGV.

BRASIL. 1998. Constituição da República Federativa do Brasil. *Emenda Constitucional n. 19, de 4 de junho de 1998*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/e mendas/emc/emc19.htm. Acesso em: 23 mar. 2014. GRILLO, A. N. 1983. *Recursos Humanos*: novos rumos para a administração pública. Florianópolis: Ed. Da UFSC.

GUIMARÃES, T. A. 2000. A nova administração pública e a abordagem da competência. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v.34, n.3, p. 125-140, maio/jun.



HIPOLITO, J. A. M.; REIS, G. G. 2002. A Avaliação como instrumento de gestão. In: FLEURY, Maria Tereza Leme (Coord.). *As pessoas nas organizações*. São Paulo, Gente, p. 73-86.

LUCENA, M. D. S. 1992. Avaliação de Desempenho. São Paulo: Atlas.

MARCONI, N. 2004. Políticas Integradas de Recursos Humanos para o Setor Público. In: LEVY, E.; DRAGO, P. A. (Orgs.). *Gestão pública no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Edições Fundap, P. 330-348.

MARTINS, G. A.; SILVA, R. B. C. 2005. Plataforma Teórica — Trabalhos dos 3° e 4° Congressos USP de Controladoria e Contabilidade: Um estudo bibliométrico. In: *CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE*, 5, São Paulo. Anais eletrônicos... Disponível em: http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos5200 5/>. Acesso em: maio 2014.

NARDUCCI, V.; VILLARDI, B. Q.; DUBEUX, V. 2006. Uma proposta de Análise Quantitativa da Avaliação de Desempenho por Competências para minimizar as restrições culturais do Poder Judiciário ao Modelo de Administração Pública Gerencial: O Caso de um Tribunal de Justiça. *EnANPAD*, Salvador/BH. Disponível em: http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpa d2006-apsa-3082.pdf. Acesso em: 24 mar. 2014. NOGUEIRA, J. M. M. 2008. A Avaliação de Desempenho do Servidor Público Brasileiro: uma

análise da Lei nº 14.694 de 30/07/2003, do Estado

PEREIRA, C. A. 1999. Avaliação de Resultados e Desempenhos. In: CATELLI, Armando (Coord.). *Controladoria:* uma abordagem da gestão econômica GECON. São Paulo: Atlas, p. 188-259. PIZZANI, L.; SILVA, R., C.; HAYASHI, M. C. P. I. 2008. Bases de dados e bibliometria: a presença da Educação Especial na base Medline *Revista*.

de Minas Gerais. EnANPAD, Rio de Janeiro/RJ.

I. 2008. Bases de dados e bibliometria: a presença da Educação Especial na base Medline. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, v. 4, n.1, p. 68-85, jan./jun.

SANTOS. A. E. 1997. Estruturando a avaliação participativa de desempenho: fundamentos, estratégias, práticas e modelos. Londrina: Midiogral.

SANTOS, L. A.; CARDOSO, R. L. S. 2001. Avaliação de Desempenho da Ação Governamental no Brasil – Problemas e Perspectivas. Monografia vencedora do XV concurso de Ensaios. IN: VI Congresso Internacional del CLAD sobre Reforma del Estado y de la Administración Pública.

TORRES, J. L. M. 2013. Comparação entre Diferentes Sistemas de Avaliação de Desempenho. Dissertação de Mestrado Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas. Instituto Politécnico do Porto.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

PERFORMANCE EVALUATION: A BIBLIOMETRIC STUDY

Mesquita, Fabiana Alves de Assunção¹, <u>fabiufg@gmail.com</u> Silva, André Vasconcelos da ², <u>profandrevs@hotmail.com</u> Souza, Carla Mendonça de³, <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u> Santos, Lucas Silva dos⁴, <u>lucasanalista@yahoo.com.br</u>

^{1, 2, 3, 4} Universidade Federal de Goiás

Abstract. The government in recent years, has been concerned about improving tools to achieve better organizational performance and increase the quality of services provided. Among these tools is the Performance Assessment, used to evaluate both the organizational results as the performance of individual servers. Thus, the aim of this study is to map items on performance evaluation, published in the journals of Higher Education Personnel Improvement Coordination and in the Proceedings of the National Association of Graduate Studies and Research in Administration. Through a bibliometric study analyzed 89 articles selected by descriptor: performance evaluation. As a result was obtained that the author with the highest number of publication was Ensslin, with six published articles. The event with the highest number of publication was the ENANPAD, with 33 publications. The case study was the most used method, with 31 of the 89 articles analyzed. The semi-structured interviews and documentary research were the methods most commonly used for data collection. The performance evaluation was most studied in public organizations (56%) than in private (21%). In addition, there has been a considerable increase in publications from the year 2006, with a peak of 15 articles published in 2011

Keywords: People Management, Performance Evaluation, Public Sector, Bibliometric.



O TERCEIRO SETOR: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

Resende, Ana Maria Rodrigues¹, <u>ana.resende@ifgoiano.edu.br</u>
Silva, André Carlos² <u>andre@iceb.ufop.br</u>
Castro, Bernadete de Fátima³, <u>bernadete.castro@gmail.com</u>
Santos, Ney Henrique dos⁴, <u>ngo2160@gmail.com</u>
Souza, Carla Mendonça de⁵, carlamsouza1986@hotmail.com

1, 2, 3, 4, 5 Universidade Federal de Goiás

Resumo: O terceiro setor tem como função suprir demandas sociais que o primeiro e o segundo setores não podem ou não conseguem atender. Dessa forma, surge como agente inovador, mobilizador, proativo e integrador, em áreas prioritárias que ainda não foram ou não podem ser suficientemente atendidas pelo governo. Diante disso, esse artigo tem como objetivo discutir e demostrar a relevância do terceiro setor, dando ênfase argumentativa e retratando sua concepção. Para tanto, realizou-se um estudo bibliométrico, composto por uma amostra de 96 artigos retirados da base de dados da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, publicados no período de 1997 a 2014. É analisada a quantidade de artigos por ano, por eventos e os autores mais referenciados. A amostra selecionada revelou as divergências entre os conceitos do terceiro setor alicerçado à condição chave do bem comum com os diversos focos de atuação. A fim de garantir sua sustentabilidade dando margem aos avanços da cidadania e justiça social, possibilitando desta forma, separar as reais intenções de se moldar o terceiro setor como sendo algo mais comprometido e que necessita de uma maior visibilidade frente a seus novos desafios. Isto requer a definição de estratégias, formação de competências e desenvolvimento de capital humano qualificado.

Palavras-chave: Terceiro Setor, Organizações não Governamentais, Sociedade Civil Organizada.

1. INTRODUÇÃO

O Terceiro Setor pode ser considerado espaço de participação e descobertas de novas maneiras de agir e de pensar sobre a realidade social. Por isso, é necessário um diálogo permanente entre os vários setores, os quais devem agir e pensar em conjunto. Isso pode gerar conflitos de interesses ou de abdicação da autonomia, além de responsabilidade inerentes a cada parceria, mas não pode permitir a transferência de função de um para outro setor. Desta forma, o Terceiro Setor surge como agente inovador, mobilizador, proativo e integrador, em áreas prioritárias que ainda não foram ou não podem ser suficientemente atendidas pelo governo. Para Fernandes (1997, p.27) "pode-se dizer que o terceiro setor é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito governamental, que dão continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato e expandem o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil".

Desta forma, o Terceiro Setor se apresenta, muitas vezes, como alternativa à inclusão social em uma sociedade desprovida de meios e habilidades, onde as diversas classes sociais e os estudiosos sobre o tema, ainda discutem acerca dos serviços prestados por essas organizações, bem como a melhor maneira de defini-las e dar visibilidades àquelas que são destinadas à prestação de serviços públicos. Diante deste cenário, não se pode deixar de relacionar o fato de que o terceiro setor vem se tornando, nos últimos anos, um mercado de trabalho cada vez mais atraente aos profissionais de vários outros segmentos da economia que estão migrando para este setor.

O sentimento de beneficência e a filantropia seguem os cidadãos desde as mais longínquas civilizações. O anseio de ajudar os mais carentes e de colaborar para o desenvolvimento social e econômico da sociedade configuram-se no desenvolvimento pleno de cidadania e não se remete somente aos dias contemporâneos. Para que a educação de um indivíduo possa ser completa, ele carece ser proativo e atuante nas teses sociais; sinta responsável não apenas pelo seu alívio, mas também pela comodidade da comunidade onde está inserido.

Nesse contexto, a iniciativa da sociedade civil em se organizar em associações, fundações e outras instituições, que não pertencem ao setor público e não aspiram o lucro mas sim o bem comum, é um fenômeno que ganha destaque no cenário mundial.



Porém, ainda há muitas dúvidas sobre o tema e a falta de interesse nas abordagens acadêmicas refletem a importância de mais estudos nesta área.

As distintas visões, sobre a participação do Estado, oriundas de olhares diferenciados, estabelecem pesadas críticas sobre a relação entre o Estado e o Terceiro Setor, ressalvando que o aparelhamento da sociedade deve questionar e incentivar as ações governamentais e não "substituir o Estado". Outra relação a ser discutida é a participação também do setor privado com sua reponsabilidade social que lhe é inerente. A sociedade em geral deve sobrepor-se e construir em conjunto com o setor público, privado e o terceiro setor um diálogo e ações para construção de uma sociedade mais justa.

Diante disso, este artigo tem por objetivo analisar os estudos que foram realizados de 1997 a 2014 referentes ao terceiro setor. Através do estudo bibliométrico, tem por intuito analisar as publicações da base dados da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), informando a quantidade de artigos por ano, por eventos e os autores mais citados.

Ainda que apresente limitações quanto sua possibilidade de generalização, a contribuição desta pesquisa para o terceiro setor é relevante, pois há uma grande carência por pesquisas que considerem as particularidades destas organizações, principalmente no campo da administração (FISCHER 1997; SALAMON, 1997). Referindo-se ao contexto brasileiro, tem-se observado um crescente número de publicações sobre o terceiro setor nos últimos cinco anos. Isto denota o interesse acadêmico pelo assunto. Vários autores discutem as hipóteses, trazem reflexões, porém os estudos empíricos ainda são poucos.

Este trabalho apresenta a seguir uma fundamentação teórica, descrevendo os conceitos e características do terceiro setor, posteriormente é apresentado o método usado neste artigo, bem como os resultados encontrados. Por fim, têm-se as considerações finais.

2. CONCEITO E CARACTERIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR

Historicamente, as associações voluntárias sempre existiram nas comunidades e nos primórdios, que eram em sua maioria, ligadas às organizações religiosas e étnicas. Segundo Coelho (2010), os valores religiosos sempre foram um bom terreno para o desenvolvimento do setor voluntário e que, mesmo as organizações mais modernas desse setor, são motivadas por valores de cidadania que, aliás, encontram-se desde os primórdios do associativismo.

Essas associações e suas motivações têm sido objeto de estudo desde o século passado. Coelho (2010) menciona que a obra de Alexis de Tocqueville, a qual traz por título "A democracia na América", publicada em 1835, já apontava como essas instituições eram particulares e importantes na vida político-social americana. Segundo este autor, os americanos através de esforços voluntários resolvem vários problemas sociais, que em outras sociedades são delegados ao governo a responsabilidade para solucioná-los.

Genericamente, a literatura tem se esforçado na busca de definições mais precisas para o universo das organizações sociais. No entanto, os resultados demonstram a falta de precisão conceitual, o que, por sua vez, revela a dificuldade de enquadrar toda a diversidade de organizações em parâmetros comuns.

No Brasil o termo mais usualmente empregado "organização não-governamental"; recentemente alguns autores passaram a utilizar o termo "terceiro setor". Segundo Fernandes (1994), o conceito de organização-não governamental é constituído basicamente em função de duas negações: as "não-governamental", que não fazem parte do governo e portanto não confundem com o Estado; e as "que não têm fins lucrativo", ou seja, aquelas que, embora arrecadem recursos, não são geridas a partir da lógica de mercado, sendo seus dirigentes, de um modo geral, prestadores de serviços voluntários. Entretanto, segundo Coelho (2010), essa tipologia não resolve o problema básico delimitação desse universo da organizações e não proporciona uma descrição inteiramente adequada à realidade do termo "terceiro setor".

Nesse sentido, o termo terceiro setor foi utilizado pela primeira vez por pesquisadores nos Estados Unidos, em 1970, e a partir de 1980 passou a ser usado pelos europeus. Este termo expressa uma alternativa para as desvantagens tanto do mercado, associadas à maximização do lucro, quanto do governo com sua burocracia inoperante. Na concepção de Coelho (2010), as organizações não governamentais existem com a finalidade de distribuir riquezas e bens coletivos às populações desservidas e negligenciadas, visando gerar mudanças sociais e prestar serviço.

Teoricamente, essas organizações distinguiramse das entidades privadas inseridas no mercado por não objetivarem o lucro e por dedicar-se às atividades de interesse coletivo, alicerçado à condição chave para a realização do bem comum (Alves, 2006). O importante é não confundir "coletivo" e "público". Nesse sentido, Franco (1997) explora essa diferença, afirmando que nem todas as entidades pertencentes ao terceiro setor



possuem fins públicos. Grande parte do setor é composta por organizações com fins coletivos privados, ou seja, são cidadãos que se associam voluntariamente, visando a um objetivo que só interessa a eles próprios. Na visão deste autor, apenas pode dizer que têm fins públicos aquelas organizações do terceiro setor que produzem bens ou serviços de caráter público ou de interesse geral da sociedade.

Assim sendo, torna-se relevante o desenvolvimento de uma pesquisa bibliométrica, abordando as diversas pesquisas direcionadas ao terceiro setor. O conteúdo a seguir, destaca a metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa e os resultados obtidos.

3. METODOLOGIA

O desenvolvimento, a disseminação e a utilização do conhecimento em qualquer área acadêmica dependem de forma significativa da circulação de ideias por meio das publicações de livros didáticos e, principalmente, de revistas científicas (HOFFMAN; HOLBROOK, 1993). A metodologia utilizada para este trabalho foi a pesquisa descritiva, uma vez que conceitua e descreve as características do terceiro setor. Quanto à abordagem, pesquisa qualitativa e quantitativa; e quanto aos procedimentos, estudo bibliográfico.

Também, foi realizada uma análise bibliométrica que, segundo Spinak (1998), consiste na avaliação quantitativa da literatura. De acordo com Prasad e Tata (2005), a bibliometria possibilita obter informações sobre publicações, de forma organizada e analisada, a fim de identificar padrões na literatura, tais como periódicos, anos e áreas que os mesmos foram publicados.

Para realização desta pesquisa bibliométrica, foi utilizada a palavra-chave "terceiro setor" na base de dados da ANPAD oriundos de seus encontros. A escolha dessa base de pesquisa foi devido à importância e relevância no campo, sendo órgão de referência no papel de disseminação de conhecimentos científicos e acadêmicos.

Assim, foram encontradas 96 produções acadêmicas no período entre 1997 a 2014, as quais correspondem à amostra desta pesquisa, e que serviram como instrumentos para o preenchimento de uma planilha com os dados dos artigos que possibilitaram a análise e a confecção dos gráficos apresentados neta pesquisa. Extraiu-se deles também todas as referências que foram tratadas e compiladas na planilha do Excel, a fim de averiguar quais os autores mais citados nos artigos estudados, conforme destacam as planilhas inseridas nos resultados.

4. RESULTADOS

Através da pesquisa realizada foi possível verificar a grande variedade de assuntos e métodos abordados pelos autores que desenvolveram estudos científicos referentes ao terceiro setor. A partir do levantamento de dados, foi possível identificar nos 96 artigos selecionados, um visível aumento das publicações ao longo dos anos, conforme mostra o Fig. 1:

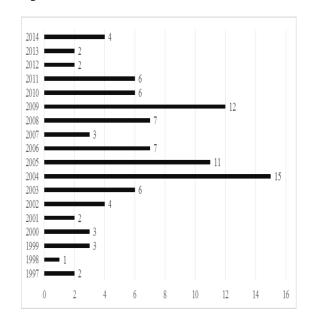


Figura 1. Quantidade de artigos abordando o terceiro setor por ano.

De acordo com a Fig.1, é possível identificar que em 1997 a produção anual foi de apenas 2 trabalhos e, ao longo dos anos, ocorreram oscilações. As maiores quantidades de produções foram nos anos de 2004 (com 15 produções), em 2005 (com 11 produções) e em 2009 (com 12 produções). O crescimento de publicações direcionadas ao terceiro setor pode ser devido a algum incentivo por parte das instituições ou até mesmo pelo despertar do interesse dos estudiosos por este setor, o qual tem se aperfeiçoado e evidenciado resultados e contribuições à sociedade.

A Fig. 2 mostra a distribuição dos 96 artigos, que integram a amostra desta pesquisa, por eventos científicos da ANPAD:



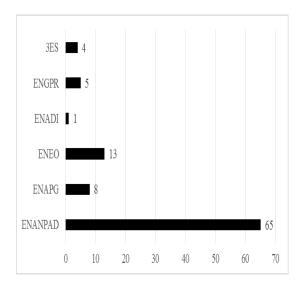


Figura 2. Somatória de artigos por evento da ANPAD.

A Fig. 2 traz as representações das 96 publicações acadêmicas no período analisado (1997 a 2014), de acordo com a base de dados da ANPAD. Verificou-se que a ENANPAD (Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração), com 65 publicações, representou 67,71% do total delas, sendo o evento com o maior número de artigos referentes ao terceiro setor; seguido pelo ENEO (Encontro de Estudos Organizacionais), com 13 trabalhos, o que representa estatisticamente 13,54% do total de artigos publicados referentes ao terceiro setor.

Os resultados obtidos revelam uma tendência junto aos pesquisadores sobre o assunto de selecionar o evento de maior expressão da ANPAD, e a escolha por este setor, por ser uma área aparentemente nova e com poucos trabalhos publicados. Outro fator importante da escolha deste setor é a sua relevância no âmbito social e econômico, pois verifica-se cada vez mais a demanda por mão-de-obra qualificada e a repercussão positiva das pessoas que, de alguma forma, consigam dar visibilidade às ações destas instituições e, consequentemente, o seu nome será bem visto tanto no mercado, como na sociedade em geral, o que poderá lhe trazer benefícios tanto sociais como profissionais.

Outro aspecto proposto neste trabalho foi o da verificação dos autores mais utilizados nos artigos coletados. Assim, foi possível detectar quais os pensamentos e conceitos referentes ao terceiro setor, a título de melhor apresentação destes resultados a Tab. 1, apresenta os autores mais referenciados na confecção dos artigos selecionados, sendo assim, possível identificar os conceitos e pensamentos de maior relevância:

Tabela 1. Relação de análise dos 15 pesquisadores mais utilizados nos 96 artigos da base de dados da ANPAD, no período de 1997 a 2014.

	Autores com	QTD	Hipótese
	maior análise de		percentual sobre
	trabalho		os 96 artigos
1	Fernandes, Rubens	57	59,38%
	César		
2	Tenório, Fernando	40	41,68%
	Guilherme		
3	Salamon, Lester	36	37,50%
	M.; Anheir,		
	Helmut K.		
4	Drucker, Peter F.	34	35,42%
5	Falconer, Andrés	26	27,08%
	Pablo		
6	Coelho, Simone de	24	25,00%
	Castro Tavares		
7	Fischer, Rosa	20	20,83%
	Maria		
8	Salamon, Lester	20	20,83%
9	Teodósio,	20	20,83%
	Armindo dos		
	Santos de Souza		
10	Hudson, Mike	19	19,79%
11	Fischer, Rosa	17	17,71%
	Maria; Falconer,		
	Andrés Pablo		
12	Yin, Robert K.	17	17,71%
13	Serva, Maurício	15	15,63%
14	Alves, Mário	14	14,58%
	Aquino		
15	Bardin, Laurence	14	14,58%

A Tab. 1 mensura os autores mais referenciados e aceitos nas publicações analisadas. Bem como apresenta o percentual de uso destas referências no total de artigos analisados. Os autores mais citados, através de suas ideologias e princípios já determinados, cooperam para a solução de problemas já existentes e sugerem novas propostas aos dilemas vivenciados nos dias atuais, tanto pelas instituições do "Terceiro Setor", como também pelos acadêmicos que se propõem a discorrer sobre o assunto.

5. CONCLUSÃO

Através desta pesquisa conclui-se que o Terceiro Setor pode ser um espaço de conhecimento e descobertas de inovações e atitudes que podem ser replicadas, além de atuar e de pensar sobre a realidade social. As instituições que integram o terceiro setor necessitam ser estudadas para melhor identificação, incentivo a criação de outras,



fortalecendo as já existentes, apresentando credibilidade e a importância de suas ações e, consequentemente, aumentar suas arrecadações otimizando os seus recursos.

O "Terceiro Setor" vem ganhando destaque ao longo do tempo. No entanto, é um tema que merece um maior aprofundamento quanto às várias temáticas e conceitos usados no Brasil, que possui uma legislação bastante flexível e ampla sobre o assunto; uma vez que importância do conhecimento conjugado do Setor Público (Estado), que tem o seu papel junto à sociedade mas não é provável sanar todas as obrigações coletivas; do setor privado (empresas) que tem em suas intenções, muitas, responsabilidades sociais não apenas com doação em dinheiro, mas também de forma a promover e utilizar suas experiências para assessorar as iniciativas voltadas para a concepção de projetos e conceitos, visando a busca de soluções junto aos problemas que afligem a sociedade, principalmente os mais vulneráveis seja na área de subsídio social, educação etc.

Sendo assim, o terceiro setor torna-se o responsável por fomentar esse sentimento de participar e doar, seja de maneira a trazer benefícios aos necessitados ou mostrar aos demais setores a possibilidade de criar uma sociedade mais justa, podendo gerar satisfação e mudanças na vida de pessoas que são contempladas e agraciadas por essas instituições.

Outro fator relevante é o de se investir em estratégias, a fim de dar visibilidade à aplicação dos recursos arrecadados, prestando conta aos seus parceiros e à sociedade como todo. Pode-se utilizar ferramentas apropriadas de todos os segmentos tais como a contabilidade, auditorias externas; a profissionalização dos integrantes, de forma a promover a sua sustentabilidade e continuidade. Muitas destas ações estão sob o comando de pessoas com habilidades e históricos que podem ser avaliados como o alicerce. Mas pensando na importância da permanência, é necessário criar formas que elas se mantenham mesmo quando tais profissionais estiverem ausentes, ou seja o aperfeiçoamento da gestão do "Terceiro Setor"; e não um caso de sucessão de cargos e pessoas, como ocorrem nas empresas familiares.

Para que se tenha melhores condições de atender à sociedade com a qualidade necessária, com o menor custo possível, a gestão das instituições do terceiro setor necessita de adquirir habilidades e traçar estratégias. Também, é

importante investir na área de marketing e outras, tanto para divulgação dos programas e ações, como para o conhecimento da comunidade que serão beneficiadas, quanto da sociedade com objetivo de dar visibilidade à instituição, obtenção de recursos (financeiros e voluntários) e possíveis alianças.

REFERÊNCIAS

COELHO, S. C. T. 2000. Terceiro Setor, um estudo comparado entre o Brasil e Estados Unidos. Editora Senac, São Paulo.

FERNANDES, R. C. 1997. O que é o terceiro setor? Em IOSCHPE, Evely Berg (org). *3º setor: desenvolvimento social sustentado*. São Paulo/Rio de Janeiro: Gife/Paz e Terra.

FICHER, J. 1992. Local Governments and the Independent Sector in the Third World. Em Mccarthy, Kthleen D.; Hodgkinson, Virginia; Sumariwalla, Russy D. *The Nonprofit Sector in the Global Community – Voices from Many Nations, Independent Sector.* San Francisco: Josseuy-Bass.

FRANCO, A. 1997. A questão do fim público das organizações do terceiro setor. Em *Relatório sobre o desenvolvimento humano no Brasil*. São Paulo: PNUD/IPEA.

HOFFMAN, D. L., HOLBROOK, M. B. 1993. The intellectual structure of consumer research: a bibliometric study of author cocitations in the first 15 years of the journal of consumer research. *Journal of Consumer Research*, 19, 505-517.

PRASAD, S.; TATA, J. 2005. Publication patterns concerning the role of teams/groups in the information systems literature from 1990 to 1999. *Information & Management*. Vol. 42, n. 8, p. 1137-1148.

SALAMON, L. 1997. Estratégias para o fortalecimento do terceiro setor. Em IOSCHPE, Evely Berg (org). *3º setor: desenvolvimento social sustentado*. São Paulo/Rio de Janeiro: Gife/Paz e Terra.

SPINAK, E. 1998. *Indicadores cienciométricos*. Ciência da Informação, v. 27, n. 2, 141-148. TOCQUEVILLE, A. 1977. A democracia na América. São Paulo/Belo Horizonte: Edusp/Itatiaia.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

THE THIRD SECTOR: A STUDY BIBLIOMETRIC

Resende, Ana Maria Rodrigues¹, <u>ana.resende@ifgoiano.edu.br</u> Silva, André Carlos² andre@iceb.ufop.br



Castro, Bernadete de Fátima³, <u>bernadete.castro@gmail.com</u>
Santos, Ney Henrique dos⁴, <u>ngo2160@gmail.com</u>
Souza, Carla Mendonça de⁵, <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u>

^{1, 2, 3, 4, 5} Universidade Federal de Goiás

Abstract. The development of this article aims to discuss and demonstrate to society the importance of the third sector, which becomes more and more on the national scene giving emphasis argumentative and portraying its conception, seeking meet social demands that the first and second sectors can not or get at attain. Therefore, we carried out a bibliometric study, consisting of a sample of 96 articles, taken from the ANPAD database, comprising the period from 1997 to 2014 publications, stating the number of articles per year, events and the most referenced authors. The selected sample revealed the differences between the concepts of the third sector lay the foundation to the key of the common good condition with various focuses of action. In order to ensure its sustainability giving rise to advances in citizenship and social justice, thus allowing to separate the real intentions of shaping the third sector as being more committed and requires greater visibility front of their new challenges. This requires the definition of strategies, skills training and qualified human capital development.

Keywords: Third sector, Non-Governmental Organizations, Civil Society Organizations.



MICROFLOTAÇÃO DE APATITA COM ÓLEOS DA POLPA E DA CASTANHA DE MACAÚBA

Pachêco, Canuele Adamiane, canuele@hotmail.com¹
Silva, Anré Carlos, ancarsil@ufg.br¹
Silva, Elenice Maria, eschons@ufg.br²
Rocha, Tércio Willian, terciorocha@hotmail.com¹

¹Universidade Federal de Goiás. Mestrado Profissional em Gestão Organizacional ²Universidade Federal de Goiás. Departamento de Engenharia de Minas

Resumo: Dentre os minerais fosfatados, o grupo das apatitas é a principal fonte do fosfato usado como insumo na fabricação de fertilizantes agrícolas, portanto estudos que buscam alternativas para o melhor o aproveitamento deste minério é de suma importância em um país essencialmente agropecuário como o Brasil. Os fosfatos são classificados como minerais levemente solúveis e são extremamente sensíveis a variações nas suas propriedades superficiais, as quais interferem no seu comportamento durante a flotação. Sendo assim torna-se fundamental o conhecimento do comportamento do sistema dos reagentes para a eficiência deste processo, onde os ácidos graxos atuam como agente coletor. A macaúba (Acrocomia Aculeata) é um fruto típico do cerrado brasileiro e apresenta grandes concentrações de componentes oleaginosos tanto na polpa (43,8%) quanto na castanha (36,2%). O perfil de ácidos graxos da macaúba mostra que a concentração mais elevada é de ácido oléico (58,7%), seguido de ácido palmítico (19,7%) para a polpa e ácido láurico (39,7%) e ácido oleico (25,8%) para a castanha. Essas diferenças na composição de ácidos graxos sugerem comportamentos distintos quando usados como coletores na flotação de minerais. Neste sentido, o presente trabalho procurou demonstrar, através de ensaios de microflotação em tubo de Hallimond, o potencial de utilização dos óleos de macaúba na flotação de apatita. Os testes foram realizados com 1g de apatita de alta pureza, numa granulometria de 104 µm, em pH 9, variando as concentrações do coletor em 2,5; 5,0; 7,5 e 10,0 mg/L. Os resultados mostraram uma flotabilidade maior, em todas as concentrações testadas, para o óleo da polpa quando comparada com o óleo da castanha de macaúba.

Palavras-chave: flotação; ácidos graxos; macaúba.

1. INTRODUÇÃO

Diversos são os produtos químicos utilizados no processo de flotação, dentre eles, os ácidos graxos são particularmente relevantes porque são responsáveis pela concentração de importantes minérios brasileiros como os fosfatados do grupo apatita. Esses minérios representam a principal fonte de fosfato para produção de fertilizantes, um insumo agrícola de grande consumo em um país essencialmente agropecuário como o Brasil.

O grupo da apatita $(Ca_5(Cl, F, OH)(PO_4)_3)$ representa a maioria dos minérios de fósforo das rochas fosfatadas e, os depósitos formados por esses minérios sílico-carbonatados possuem uma complexa mineralogia, contendo impurezas que influenciam sua recuperação nas usinas de beneficiamento.

A baixa seletividade obtida nos processos de separação do fosfato geralmente é atribuída às similaridades existentes nas propriedades eletro cinéticas, solubilidade e química de superfície destes com os minerais de ganga presentes nas jazidas. Para Albuquerque (2010) os metais alcalinos terrosos semelhantes presentes na estrutura cristalina destes minerais contribuem para a adsorção não seletiva dos agentes coletores. Neste contexto, a escolha do sistema de reagentes de flotação é fator determinante na eficiência deste processo.

A flotação é uma técnica que explora as condições de hidrofilicidade e hidrofobicidade das partículas. Considerando que as apatitas são classificadas como minerais levemente solúveis e caracterizam-se por apresentar solubilidade menor que os minerais altamente solúveis, mas superior à grande maioria dos óxidos e silicatos, variações aparentemente pequenas nas suas propriedades superficiais podem interferir no seu comportamento. Assim, os coletores podem atuar neste processo extremamente sensível, de maneira a garantir uma maior adsorção dos minerais de interesse.

Na flotação, é a composição do mineral que determina os mecanismos de adsorção do coletor, podendo ser físicos ou químicos. No caso das apatitas,

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.





o tipo de interação varia com o Ph e distingue-se pelo ponto isoelétrico, que se dá aproximadamente em pH 9.Portanto uma interação coletor/mineral mais efetiva é atingida quando ocorre a quimissorção, promovida em potencial zeta é negativo.

A busca por seletividade em sistemas de flotação envolvendo minerais levemente solúveis tem sido motivo de diversas pesquisas. Estudos fundamentais bem como testes em escala de laboratório e piloto têm sido realizados com diferentes tipos de minérios e sistemas de reagentes, objetivando subsidiar tal separação.

Neste sentido os óleos vegetais, ricos em ácidos graxos, são objeto de investigação em relação ao seu potencial como coletores, no intuito de, dentre outros, buscarem reagentes alternativos aos comumente utilizados, que possuem custo elevado e acarretam na degradação do ambiente.

Dentre estes estudos cabe ressaltar o trabalho realizado por Costa (2012), que analisou o uso de óleos vegetais amazônicos na flotação de minérios fosfáticos. Os resultados obtidos no trabalho indicam que é grande a possibilidade de utilização de óleos vegetais amazônicos como coletores na flotação dessa classe de minérios.

No que tange a seletividade na flotação de minérios silico-carbonatados, pesquisas com o óleo de jojoba foram realizadas por Santos e Oliveira (2012) constatando a eficiência do óleo como coletor alternativo na separação de apatita e calcita.

Pachêco et al. (2014) compararam a recuperação do óleo da polpa da Macaúba saponificado com o reagente industrial Flotigam 5806 em ensaios com tubo de Hallimond usando apatita com alto teor de pureza em uma granulometria de -65+80# (-210+177μm) em pH 9 e obtiveram resultados satisfatórios onde a recuperação deste óleo apresentou valores semelhantes ao coletor aplicado industrialmente.

A Macaúba (Acrocomia aculeata) é uma palmácea de ocorrência natural em toda a zona tropical da América Latina. Sua exploração econômica ocorre tanto em sistemas extrativistas quanto em cultivos racionais, com produtos e usos diversos como farmacológico, nutracêutico, madeireiro, artesanal, forrageiro, alimentício e combustível. Estima-se que sua produtividade de óleo se aproxima à da palma africana (Elaeis guineensis), cerca de 5t de óleo por ha. Esta é a cultura com maior produtividade de óleo por ha cultivado e também a que contribui com a maior parcela do óleo vegetal produzido em nível mundial (REMAPE, 2014).

Tendo em vista o alto potencial oleico da Macaúba e a expansão do mercado consumidor do seu óleo para diversas finalidades, a palmeira da Macaúba pode ser cultivada com viabilidade econômica em diferentes sistemas de produção. Estes sistemas de cultivo têm sido amplamente estudados pela Rede Macaúba de Pesquisa (REMAPE), desenvolvida pela Universidade Federal de Vicosa.

A figura 1 apresenta a diferenciação de cada fração da Macaúba. A extração de óleo vegetal é possível em duas das partes do fruto: polpa (mesocarpo) e castanha. Há também a produção de coprodutos de alto valor agregado, como os resíduos de polpa e da amêndoa após a prensagem e o endocarpo, que podem ser utilizados para nutrição animal e produção de carvão vegetal, respectivamente (REMAPE, 2014).



Figura 1. Partes da Macaúba.

A Macaúba é um fruto oleaginoso e que possui uma grande quantidade de ácidos graxos. Oliveira et al. (2009), em seu trabalho de caracterização físicoquímica da Macaúba, constataram o fruto é rico em lipídeos, correspondendo a 21,04% de sua composição. O estudo compara os resultados com outros trabalhos e indica que a Macaúba se assemelha a outras fontes vegetais oleaginosas como o pequi (33,4%), a soja (20%) e a azeitona (18,5%).

Zuppa (2001) realizou a análise de óleos vegetais de frutos do Cerrado, conduzindo testes de caracterização por Cromatografía Gasosa de Alta Resolução. Desta pesquisa observou-se que a amêndoa e polpa da Macaúba apresentaram alta viabilidade de extração de óleo. O perfil da composição de ácidos graxos descrito pela autora mostra que para a polpa da Macaúba a concentração mais elevada é o ácido oleico (58,7%), seguido de ácido palmítico (19,7%). Já para a castanha, as maiores concentrações são de ácido láurico (39,7%) e ácido oleico (25,8%). A figura 2 apresenta o perfil completo de ácidos graxos para cada uma das partes.



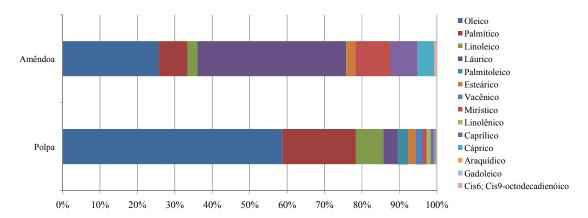


Figura 2. Composição (%) em ácidos graxos da polpa e amêndoa da Macaúba. Adaptado de Zuppa (2001).

As diferenças apresentadas na composição dos ácidos graxos dos óleos extraídos da polpa e da castanha da Macaúba sugerem comportamentos distintos quando usados na flotação. Nesse contexto, este trabalho procurou testar estes dois óleos como uma nova alternativa de reagentes, aplicando-os no processo de separação da apatita, com o intuito de comparar seus potenciais para serem utilizado como coletor.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O mineral de apatita usado neste trabalho foi adquirido na sua forma natural em uma empresa de mineração e submetido, em laboratório, aos procedimentos de moagem em moinho de bolas, peneiramento via úmido com peneirador suspenso para classificação em faixas granulométricas, filtragem no filtro de vácuo e secagem em estufa com temperatura média de 60°C, para seu posterior armazenamento em recipientes devidamente identificados pela faixa granulométrica. A figura 3 apresenta uma imagem microscopia óptica do mineral, na granulometria usada nos testes.

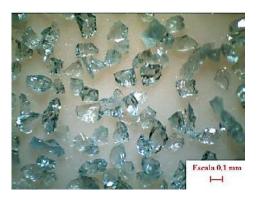


Figura 3. Apatita após cominuição e peneiramento -100+150# (-150+106 μm).

Amostras deste mineral foram enviadas para análise química em uma mineradora da cidade de Catalão, utilizando-se do equipamento Espectrômetro de Fluorescência de Raios – X Panalytical, modelo AXIOX MAX série DY n°5001, o qual fornece a composição do mineral adquirido e utilizado nos testes de flotação.

O óleo da polpa da Macaúba(OPM) e da castanha (OCM)foram adquiridos diretamente com os produtores, a Unidade Beneficiamento Coco Macaúba (UBCM) através da Associação Riacho D'antas Macaúba, com sede em Montes Claros — Minas Gerais. Para serem usados como coletores, os óleos foram submetidos à hidrólise alcalina, também chamada de saponificação. Esse procedimento permitiu torná-los solúveis em água, facilitando a atuação destes como coletor.

O procedimento de saponificação dos óleos de Macaúba (polpa e castanha) foi realizado utilizando-se hidróxido de sódio a 10%. Neste procedimento, foram adicionados 5,0 g de óleo a 20,0 g de água, dispondo a mistura em um agitador magnético. Ligada à agitação, adicionou-se 7,5mL de hidróxido de sódio a 10% para saponificar a solução. Retornando o recipiente para a balança, adicionou-se água até que a solução atingisse 100,0 g. Por fim, o conjunto novamente foi disposto no agitador magnético para homogeneização.

Para efeito de comparação da eficiência destes óleos com um reagente usado industrialmente, foi escolhido o Flotigam 5806, produzido pela Clariant, que passou pelo mesmo procedimento de saponificação descrito para os óleos da Macaúba.

O tubo de Hallimond foi o equipamento usado neste trabalho, uma vez que constitui um método de fácil determinação da hidrofobicidade ou hidrofilicidade dos minerais, definindo se o reagente empregado é eficaz na recuperação do mineral analisado. Os testes de microflotação foram realizados com amostras puras de apatita, numa granulometria de -100+150# (-150+106μm) e em pH 9, variando as

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.





concentrações dos coletores. Os testes foram realizados em triplicata, totalizando 36 testes.

O condicionamento foi realizado pelo período de 7 minutos de forma mais concentrada, isto é, colocouse na parte final do tubo o mineral, uma quantidade de coletor que garanta a concentração final desejada variando em 2,5; 5,0; 7,5 e 10,0 mg/L e completou-se com água até o limite de 50mL de solução para condicionamento. Chegando ao final do condicionamento, adicionou-se o restante da água necessária ao procedimento, chegando a uma solução com 320mL, para então iniciar-se a flotação com intervalos de duração1minuto. Assim, para cada um dos óleos da Macaúba OPMS, OCMS e Flotigam5806 variou-se a concentração em quatro valores diferentes de acordo com a quantidade de solução saponificada adicionada. A tabela 1 resume as condições comuns a todos os testes de microflotação com os coletores:

Tabela 1. Condições dos testes de microflotação.

Condições	Valores
Vazão de ar	40 cm ³ /min
рН	9
Faixa granulométrica	-100+150# (-150+106μm)
Massa do mineral	1 g
Condicionamento	7 minutos
Flotação	1 minuto
Concentrações	2,5; 5,0; 7,5 e 10,0 mL

Os ensaios de arraste hidráulico em Tubo de Hallimond revelaram um baixo índice de transporte hidrodinâmico, ou seja, o carreamento de partículas pelo fluxo ascendente gerado com a passagem do ar.

Os testes apresentaram um arrastes de aproximadamente 0,7% para a vazão 40 cm³/min. Dessa maneira, os dados de microflotação serão apresentados desconsiderando valores de arraste. A recuperação da apatita foi calculada a partir da relação entre a massa flotada e a massa total da amostra.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise de caracterização da amostra de apatita revelou a presença em pequenas quantidades de Barita e Ferro. Entretanto, as concentrações de P_2O_5 e CaO são elevadas, condizendo com uma amostra com alto grau de pureza. A tabela 2 apresenta esses resultados.

Tabela 2. Análise de amostras de apatita.

%
-
40,50
0,07
0,94
0,06
0,38
52,04

Os resultados dos testes de microflotação são apresentados na figura 4. Quando comparado com o Flotigam 5806, o OPM obteve melhor recuperação (valores maiores que 90%) que o OCM quando usados como coletores na flotação de apatita. Para todas as concentrações dos coletores nota-se uma diferença significativa na recuperação do OCM, principalmente nas menores (2,5 e 5,0 mg/L).

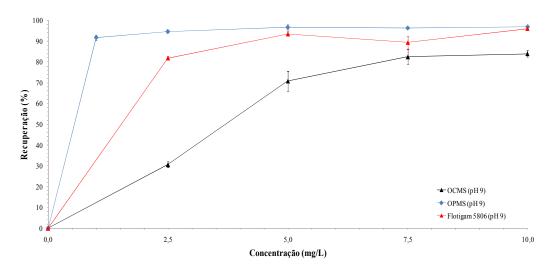


Figura 4. Variação da recuperaçãode apatita em função da concentração do óleo da polpa de Macaúba saponificado (OPMS), óleo da castanha de Macaúba saponificado (OCMS) e do Flotigam 5806 em pH 9.

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.





Testes de microflotação em tubo de Hallimond com apatita pura, conduzidos por Brandão *et al.* (1994) demonstraram que os ácidos graxos insaturados (linoleico, oleico e linolênico) tiveram desempenho superior em relação aos saturados. Considerando a distinção nas composições de ácidos graxos observadas para cada uma das partes do fruto apresentados na figura 4 pode-se relacionar a diferença na eficiência de coleta obtida nos testes realizados, ao teor de ácido oleico presente no óleo da polpa (58,7%), comprovando seu maior potencial de uso como coletor na flotação.

4. CONCLUSÕES

Os testes de microflotação usando os óleos saponificados da Macaúba (polpa e castanha) indicam que estes coletores podem atuar satisfatoriamente na flotação de apatita. No entanto, para o óleo da polpa da Macaúba as condições de flotação se dariam com menores concentrações do reagente, visto que a partir de 2,5 mg/L, o coletor já apresenta resultados de recuperação expressivo. Enquanto que para o uso do óleo da castanha da Macaúba a dosagem ideal seria a partir de 7,5 mg/L para atingir resultados de microflotação de apatita desejados.

Um dos grandes desafios da indústria de fosfato é, portanto, desenvolver um sistema de reagentes mais seletivos e economicamente viáveis, para concentração de minérios sílico-carbonatados. Portanto, conclui-se que o óleo da polpa da Macaúba por necessitar de menores dosagens do coletor no processo de flotação da apatia, é uma alternativa eficiente e acessível.

Salienta-se a necessidade de realização de outros testes, para verificar sua aplicabilidade em escala industrial, pois a viabilização de um reagente mais seletivo na flotação e de baixo custo é particularmente interessante para o Brasil, pois poderia acarretar um melhor aproveitamento econômico e consequente aumento da vida útil das minas ou até mesmo viabilizaria novos empreendimentos, o que levaria a uma redução da importação de fertilizantes fosfatados.

5 AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem às agências de fomento CNPq, CAPES, FAPEG e FUNAPE pelo suporte financeiro que possibilitou esta pesquisa. E adicionalmente, à Anglo American Fosfato e Universidade Federal de Goiás.

6 REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE RO. Alternativas de Processo para Concentração do Minério Fósforo-Uranífero de Itataia. [Tesede Doutorado]. Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte: 2010.
- BALTAR CAM. Flotação no Tratamento de Minério, UFPERecife: 2008.
- BRANDÃO PRG, CAIRES LG, QUEIROZ DSB. Vegetable Lipid Oil-Based Collectors in the Flotation of Apatite Ores. Minerals Engineering 1994; 7(7); 917-925.
- COSTA DS. Uso de óleos vegetais amazônicos na flotação de minérios fosfáticos. [Tese de Doutorado]. Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte;2012.
- OLIVEIRA ALS, TORRES MA, FREIRE SJ, PEREIRA TB, SANTOS TF, SILVA, VO, AZEVÊDO LC. Caracterização físico-química da Macaúba (*Acrocomia Aculeata Jacq. Lodd.*) cultivada no sertão pernambucano. In: IV Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte e Nordeste de Educação Tecnológica; 2009. Belém-PA, Brasil.
- PACHÉCO CAT, SILVA, AC, SILVA, EMS, ALVES BE. Macaúba's pulp oil as collector in apatite froth flotation. In: International Mineral Processing Symposium; 2014. Kusadasi, Turquia.
- REMAPE Rede Macaúba de Pesquisa.Mineração [homepage on the internet]. Viçosa: REMAPE, 2015 [cited 2015 Mar 20]. Available on: http://www.macauba.ufv.br/
- SANTOS EP, OLIVEIRA JF. Utilização de óleo de jojoba como coletor alternativo na flotação seletiva entre apatita e calcita, PEMM/ COPPE/ UFRJ, Rio de Janeiro; 2012.
- ZUPPA TO. Avaliação das potencialidades de plantas nativas e introduzidas no Cerrado na obtenção de óleos e gorduras vegetais. [Dissertação de Mestrado].Instituto de Química da Universidade Federal de Goiás, Goiânia; 2001.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".



APATITE'S MICROFLOTATION WITH PULP END NUT MACAÚBA'S OILS

Pachêco, Canuele Adamiane, canuele@hotmail.com¹
Silva, Anré Carlos, ancarsil@ufg.br¹
Silva, Elenice Maria, eschons@ufg.br²
Silva, Thiago Felipe, thiagofvsilva@outlook.com²
Rocha, Tércio Willian, terciorocha@hotmail.com¹

¹Universidade Federal de Goiás. Mestrado Profissional em Gestão Organizacional ²Universidade Federal de Goiás. Departamento de Engenharia de Minas

Abstract: Among the minerals phosphorus, the group of apatite is the main source of phosphate used as input in the manufacture of industrial fertilizers, so studies that seek alternatives to the best use of this ore is very important in an essentially agricultural country like Brazil. Phosphates are classified as sparingly soluble minerals and are extremely sensitive to changes in their surface properties, which affect their behavior during flotation. Thus, it becomes crucial to understand the reagent system behavior to the efficiency of this process, where the fatty acids act as collector agent. Macaúba (Acrocomia aculeata) is a palmácea tree which naturally occurs in Brazilian savanaand has high concentrations of fatty acids The profile of macaúba's fatty acids shows that the highest concentration is oleic acid (58,7%), followed by palmitic acid (19,7%) for the pulp and lauric acid (39,7%) and oleic acid (25,8%) for the nuts. These differences in fatty acid composition suggest different behavior when used as collectors in the flotation of minerals. In this sense, the present study sought to demonstrate, through microflotation testing Hallimond tube, the potential use of macaúba oils in the flotation of apatite. The tests were performed with 1.0 g of high purity apatite, with a particle size of 104µmat pH 9, varying concentrations of the collector at 2.5, 5.0, 7.5 and 10.0 mg/L. The results showed a better floatability at all concentrations tested for pulp oil compared with macaúba's nut oil.

Keywords: flotation, fatty acids, macaúba, apatite.



CULTURA ORGANIZACIONAL: UMA BREVE EXPLANAÇÃO DA PERSPECTIVA FUNCIONALISTA

Tsukahara, Mariana Pirkel¹, <u>mariana.tsukahara@ifgoiano.edu.br</u>
Alvim, Taís Guedes de Melo³, <u>taiscoach@gmail.com</u>
Silva, André Vasconcelos², andre.silva.ufg@gmail.com

¹Aluna regular do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional na Universidade Federal de Goiás (UFG), servidora do Instituto Federal Goiano (IF Goiano).

² Docente na Fundação Educacional de Goiás - Faculdade Lions

³Docente na Universidade Federal de Goiás (UFG)

Resumo: O presente artigo se destina a verificar, por meio de embasamento teórico, a importância do estudo da cultura organizacional enquanto um fenômeno nos processos organizacionais bem como contextualizar o entendimento de cultura organizacional pelos principais teóricos, Schein e Hofstede. A cultura organizacional será abordada segundo proposta de Linda Smircich e de acordo com as abordagens paradigmáticas de Burrell e Morgan (1979). Metodologicamente, o artigo classifica-se como pesquisa exploratória e como técnica, utiliza-se a pesquisa bibliográfica que possibilita o levantamento de argumentos por meio de registros já disponíveis, tais como livros, artigos, dissertações, entre outros. Observando-se as caracterizações do funcionalismo como forma de interpretar o contexto de cultura dentro da organização, esse estudo pode vir a contribuir com estudos posteriores dentro da mesma temática.

Palavras-chave: cultura organizacional, cultura organizacional sobre a perspectiva funcionalista.

1. INTRODUÇÃO

A partir da década de 70, as organizações – objeto de estudo das ciências sociais – passaram a ser investigadas por diversos teóricos sociais, na busca pelo desenvolvimento de teorias e métodos que explicassem o fenômeno tão complexo, ambíguo e paradoxal que é a organização (TOMEI; ADELSON, 1999).

Uma das perspectivas que as organizações passaram a ser investigadas foi o da cultura. A crescente internacionalização dos mercados acendeu a discussão de diversidades culturais entre países, emergindo, consecutivamente, no interesse por pesquisar as diferenças de culturas entre organizações.

Embora a ideia de cultura nas organizações já se fizesse presente em grandes corporações norte-americanas no princípio do século XX, foi somente no início da década de 80, que a temática se tornou objeto de investigação científica. Nesse período, observou-se fortemente o interesse pelo estudo da cultura aplicado aos estudos organizacionais, suscitado pela Teoria das Organizações.

Buscou-se, por meio de investigações sobre teorias, fundadas na prática de organizações, explicação ao ganho de competitividade dos

japoneses frente ao declínio norte-americano. O excelente desempenho das empresas japonesas da época e a motivação dos trabalhadores, interligada ao envolvimento deles com os valores e a filosofia das organizações, eram tidos como fatores responsáveis pelo sucesso (FERREIRA; ASSMAR, 2008). Pesquisadores organizacionais procuraram investigar a cultura no contexto organizacional na busca por modelos e teorias que pudessem explicar o bom desempenho das empresas japonesas. As primeiras pesquisas comparavam as estruturas formais das organizações japonesas com as ocidentais. Em um segundo momento, os estudiosos passaram a examinar a possibilidade da influência da cultura nacional na cultura das organizações (OUCHI; WILKINS, 1985).

O surgimento do Japão como potência industrial, após sua rápida recuperação no pós guerra - II Guerra Mundial, representou um marco, reconhecido pelos teóricos organizacionais, como a consolidação da relação entre cultura e gestão.

Neste processo de evolução do estudo sobre a cultura, as organizações ainda se encontram em processo de adaptação, sofrendo influências em diversos aspectos. Desta forma, para compreender este contexto organizacional, o presente artigo busca esclarecer como as principais teorias relacionaram cultura à realidade das organizações.





A demanda por alternativas à abordagem tradicional de gestão comando-controle passou a ficar latente à medida que a obtenção de competitividade e sucesso organizacional poderia estar relacionada à mudança da cultura organizacional. Desta forma, entende-se a relevância deste artigo para o entendimento sobre cultura organizacional sob o prisma dos principais teóricos, além das contribuições que este trabalho que poderá trazer para o contexto acadêmico e organizacional, já que este ressalta a importância do estudo sobre cultura organizacional.

Nessa perspectiva, o presente artigo objetiva contextualizar o entendimento de cultura organizacional pelos principais teóricos, bem como a importância destes estudos para as organizações.

Metodologicamente, o artigo classifica-se como pesquisa exploratória e como técnica, utiliza-se a pesquisa bibliográfica que possibilita o levantamento de argumentos por meio de registros já disponíveis, tais como livros, artigos, dissertações, entre outros. Os dados utilizados são de categoria teórica, tendo como alicerce contribuições de estudos sobre este tema.

O artigo em questão estrutura-se nas seguintes seções: abordagem organizacional proposta por Linda Smircich, a importância dos estudos sobre cultura organizacional e considerações finais.

2. ABORDAGEM DE SMIRCICH SOBRE CULTURA ORGANIZACIONAL E O PARADIGMA FUNCIONALISTA

Dada a influência dos estudos sobre antropologia contribuiu significativamente para os delineamentos iniciais em torno de cultura organizacional, conjuntamente com a Sociologia, a Administração e a Psicologia. O entendimento mais consensual hoje existente nas ciências sociais entorno do constructo "cultura" é de que ela seja utilizada para explicitar o fato de diferentes grupos de pessoas terem formas distintas de aprender sobre os fenômenos sociais e reagir com eles, os quais são gradativamente apreendidos **BORGES**compartilhados (ZANELLI; ANDRADE; BASTOS & cols., 2004).

Embora o conceito de cultura tenha sido objeto de interesse e discussão como campo de conhecimento científico no final do século XVIII e início do século XIX, a terminologia "cultura organizacional" foi incorporara à literatura acadêmica a partir do artigo de Pettigrew na revista Administrative Science Quartely, em 1979, nos Estados Unidos. Segundo Schneider, Ehrhart e Macey (2013), Pettigrew buscou legitimar o conceito de cultura organizacional em toda a sua

riqueza potencial, demonstrando como os conceitos de crenças, ideologia linguagem, ritual e mito poderiam ser aplicados aos estudos organizacionais.

De acordo com Pettigrew (1979), os símbolos, a linguagem, a ideologia, as crenças, os ritos e os mitos constituem os elementos expressivos da cultura organizacional: "cultura organizacional é um sistema de significados aceitos pública e coletivamente por um dado grupo num dado momento. Este sistema de termos, formas, categorias e imagens interpretam para as pessoas as suas próprias situações". (PETTIGREW, 1979)

Ainda que a conceituação inicial proposta por Pettigrew tenha sido abrangente, o caráter multidisciplinar dos estudos sobre cultura organizacional originou diversas formas abordagem, implicando na inexistência de uma única definição, bem como na inexistência de um consenso quanto aos aspectos que a formam e quanto à metodologia mais adequada a ser aplicada em seus estudos (ALVESSON, 2002). Assim, o primeiro estudo que categorizou os estudos sobre cultura organizacional foi o proposto por Smircich (1983), o qual distingue os estudos de cultura organizacional em duas principais vertentes teóricas: cultura como uma metáfora, "algo que a organização é" e cultura como variável, "algo que a organização tem".

A vertente metafórica, orientada pela perspectiva fenomenológica, aborda a cultura como "algo que a organização é". Os pesquisadores dessa vertente preocupam-se em descrever e compreender como os membros de uma organização desenvolvem significados e passam a partilhar as próprias suposições que os orientam no desempenho das funções organizacionais. Nesse sentido, as organizações são vistas como expressões de formas e manifestação da consciência humana, tendo raízes nos estudos antropológicos (SMIRCICH,1983). A organização é concebida como uma metáfora, em que parte-se do pressuposto de que a cultura não pode ser modificada, e reconhece-se o papel ativo dos indivíduos na sua construção.

Na vertente teórica da cultura como uma variável, orientada pela perspectiva funcionalista, os pesquisadores preocupam-se em investigar a função da cultura na organização, em que buscam identificar os atributos que a diferenciam uma das outras. Os valores e as crenças da sociedade onde a organização está inserida são levados por seus membros para o ambiente organizacional. Nessa vertente, os teóricos concebem que a cultura pode ser modificada, por meio de análises que subsidiem a elaboração de estratégias de ação das organizações. Logo, a cultura é uma variável,





sujeita a controles, gerenciamento, assim como as demais variáveis de uma organização.

Com base nessas duas vertentes teóricas, Smircich identificou cinco áreas básicas de pesquisa cultural, diferenciando-as pelo modo de tratamento da questão cultural, a saber:

Tabela 1. Áreas básicas de pesquisa cultural.

Tab	,	s de pesquisa cultural.
	Areas Básicas	Forma de concepção da
		cultura
Paradigma Funcionalista	1.Administração comparativa 2.Cultura corporativa	O foco está no estudo da influência que a cultura local ou nacional exerce sobre a cultura organizacional. Desta forma, os membros da organização realizam uma espécie de transposição dos aspectos culturais e sociais para o contexto organizacional, organizando suas atividades com base no que ele foi transposto. Nesta perspectiva, são feitas análises comparativas entre os trabalhadores de países ou regiões diferentes pertencentes a um mesmo tipo de organização. A cultura é vista como uma variável interna. As
Par		organizações são entendidas como instrumentos sociais que produzem bens e serviços, e, como subprodutos, também produzem artefatos culturais distintos como rituais, lendas e cerimônias. Nesta perspectiva, a cultura é compreendida como instrumento que regula e adapta pessoas e organizações.
rpretativo – Feronmenológico	3. Cognição organizacional	Buscam determinar quais são as regras e descobrir como os membros de uma determinada cultura veem e descrevem o mundo. Inclui a autoimagem da organização, bem como as regras constitutivas e reguladoras que organizam as crenças e ações à luz desta autoimagem.
Paradigma Interpretat	4. Simbolismo organizacional	Busca compreender o "modo de ser" da organização. Procura investigar o modelo do discurso simbólico, no qual é necessário interpretar, ler ou decifrar a organização. O foco principal está em saber de que forma a experiência se torna significativa.

5. Processos	A ênfase recai sobre as
inconscientes e	expressões de processos
organização	psicológicos inconscientes.
	Formas de organizações e
	práticas organizacionais são
	entendidas como projeção dos
	processos inconscientes e são
	analisadas como referência ao
	"jogo" entre processos fora da
	consciência e suas
	manifestações conscientes.

Fonte: Freitas (1991), adaptado pelos autores.

Como é possível observar na tabela 1, as duas primeiras áreas básicas enquadram-se no paradigma funcionalista dos estudos organizacionais discutidos por Burrel e Morgan (1979), concebendo a organização como um organismo. As outras três áreas básicas, podem ser classificadas dentro do paradigma interpretativo. Os autores afirmaram que esses dois paradigmas diferem-se um do outro por adotarem concepções opostas sobre o mundo social: objetiva ou subjetiva.

O paradigma funcionalista, de visão objetiva, tende a buscar respostas pragmáticas para os problemas gerenciais, concebendo a cultura como uma variável, em que o interesse subjacente é a busca de previsibilidade e controle organizacional.

O paradigma interpretativo, onde a cultura é orientada para exploração do fenômeno organizacional como uma experiência subjetiva, utiliza-se a ideia de cultura como um artifício epistemológico para estruturar o estudo das organizações como fenômeno social.

Segundo Freitas (1991), um grande volume de pesquisas sobre cultura organizacional estão relacionadas com os aspectos da mudança e do desenvolvimento organizacional, destacando-se as pesquisas que focalizam o conceito de cultura organizacional no paradigma funcionalista. (BORGES *et al.*, 2008). Dentre os teóricos mais clássicos e representativos dessa vertente, destacam-se Schein e Hofstede.

Schein apresentou um dos conceitos mais ricos na literatura sobre cultura organizacional (FREITAS, 1991), em que afirma que a "Cultura organizacional é o conjunto de pressupostos básicos que um grupo inventou, descobriu ou desenvolveu ao aprender como lidar com seus problemas de adaptação externa e de integração interna, e que funcionam suficientemente bem para serem considerados válidos e ensinados a novos membros como a forma correta de perceber, pensar e sentir, em relação a esses problemas".

Para Schein (2008), os níveis em que a cultura pode ser analisada distribuem-se em três: artefatos, valores e pressupostos básicos. A camada mais superficial corresponde aos artefatos, onde se





encontram os produtos visíveis do grupo, como por exemplo, ambiente físico, arquitetura, tecnologia, linguagem, etc. Valores e crenças, segundo nível, representam as estratégias, metas e filosofia, refletindo as racionalizações ou aspirações, ou seja, normas e regras que podem ou não refletir a realidade organizacional. Já o terceiro nível, pressupostos básicos, remete os valores mais intrínsecos da organização, os quais passam a fazer parte da visão de mundo dos seus membros.

Embora o conceito e modelo de análise de cultura proposta por Schein apresentem características que permitam transitar nas diferentes abordagens do paradigma interpretativo fenomenológico, dado o caráter metafórico, o estudo de cultura proposto por ele situa-se preferencialmente no paradigma funcionalista, ao enfatizar a relação de influência entre os pressupostos culturais subjacentes e o nível de artefatos organizacionais visíveis (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS; & cols, 2004). Quando o autor realça a ideia de instrumentalização cultura organizacional, categorizando regularidades comportamentais, normas de grupo, valores racionalizados, filosofia formal, regras do jogo, clima organizacional, habilidades natas, modelos mentais, padrão linguístico, rituais e celebrações formais, revelam-se características elementares da matriz positivista.

Por sua vez, Hofstede *et al.* (1990) apresentou um modelo de análise de cultura organizacional a partir de dois principais constructos: valores e práticas. Segundo ele, os valores nas organizações sustentam a cultura, servindo como base para evolução das práticas organizacionais. Esses valores orientam o comportamento dos gestores e empregados, e acabam por motivar a obtenção de metas e objetivos (HOFSTEDE *et al.*, 1990). Já as práticas organizacionais englobam todas as atividades vinculadas ao interesse da organização ou dos funcionários, fundamentadas em ritos, cerimônias, histórias, mitos, normas, etc.

A pesquisa realizada por de Hofstede enfatizou principalmente a relação entre a cultura de um país e a cultura das organizações, investigando como a cultura local ou nacional exerce influencia na cultura de uma organização. Nesse caso, a cultura tratada como uma variável independente, oriunda do ambiente externo da organização ancorada em uma visão de mundo com base funcionalista.

3. A IMPORTÂNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL

A relevância em conhecer e estudar a cultura organizacional está em descobrir qual é a função que ela desempenha na organização, uma vez que a cultura exerce um papel de fronteira, distinguindo uma organização da outra (ROBBINS, 1999).

Segundo Zanelli, Borges-Andrade e Bastos (2004), a temática cultura organizacional é relevante a todos que se interessam em compreender o comportamento humano dentro das organizações, uma vez que os valores básicos compartilhados influenciam sobremaneira o modo como os membros sentem, pensam e agem.

Segundo Costa (1999), administrar o contingente humano de uma organização e conduzi-lo ao sucesso exige que os processos de inovação e mudança sejam implementados sob estratégias de gerenciamento. Essas estratégias atuam sobre os valores desenvolvidos dentro da cultura da organização, uma vez que estes próprios valores foram desenvolvidos pelo grupo ao aprender como lidar com seus problemas de adaptação externa e integração interna, funcionando suficientemente bem para serem considerados válidos e repassados aos novos membros do grupo (SCHEIN, 1992).

Logo, o estudo da cultura organizacional torna-se, então, essencial para viabilizar as estratégias organizacionais, uma vez que a cultura de uma organização pode servir como uma referência para seus membros. A difusão ampla e intensa da cultura organizacional pelos servidores pode, ainda, contribuir para que hajam em prol dos objetivos organizacionais.

Segundo Dias (2003), o estudo da cultura organizacional pode dar subsídios para a compreensão de interesses de grupos determinados, das relações de poder presente nas organizações, nos comportamentos contraditórios dos membros, assim como nas regras estabelecidas que não são regulamentadas. Portanto, ao ser identificar os valores e as práticas que regem a organização, torna-se mais fácil detectar o impacto que a cultura pode ter no funcionamento dela, assim como pode contribuir na compreensão dos aspectos de resistências às mudanças organizacionais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou contextualizar o entendimento de cultura organizacional por dois principais teóricos, bem como a importância destes estudos para as organizações. Todavia, cultura organizacional tem um caráter multidisciplinar que desencadeia em abordagens dicotômicas. A definição de cultura é complexa, não havendo um conceito comum elaborado pelos estudiosos de cultura organizacional, bem como compleição de



metodologias distintas no processo de análise e sintetização dos aspectos de cultura nas organizações.

Assim, como embasamento teórico, este estudo fundamentou-se nas vertentes teóricas de Smircich (1983), que discriminou os estudos de cultura organizacional sob duas ordens, "é" e "ter", ou seja, a cultura como metáfora, "algo que a organização é"; e a cultura como variável, "algo que a organização tem". Nessa última visão, a cultura é analisada sob aspectos da abordagem funcionalista, ou seja, observa-se aspectos no processo de formação, aprendizagem, transmissão e gerenciamento. Este tipo de análise foi feita observando os paradigmas epistemológicos em que enquadram-se os autores Schein e Hofstede, sendo possível, ainda, avaliar a coerência e a importância dos aspectos de cultura dentro da organização. As avaliações de cultura, observando os aspectos epistemológicos, implica em coerência com os pressupostos iniciais das Teorias Organizacionais.

A pesquisa em questão enfatizou o paradigma funcionalista para avaliar a cultura organizacional, ressaltando, inclusive, os aspectos de previsibilidade das variáveis no controle organizacional.

Acredita-se na relevância deste estudo para as organizações, uma vez que buscou-se abordar o assunto dentro das abordagens paradigmáticas de Burrell e Morgan (1979), observando as caracterizações do funcionalismo como forma de interpretar o contexto de cultura dentro da organização. Esse estudo pode vir a contribuir com estudos posteriores dentro da mesma temática.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, V. C., et al. Mensuração da cultura organizacional: uma análise quantitativa comparativa. Revista de Ciência Administrativa. v. 9, n. 2, nov. 2010.

ALVESSON, Mats. Understanding organizational culture. London: SAGE Publications, 2002.

BORGES, Ricardo C. de O.; BORGES, V. B.; BORGES, F. C. de M. O panorama de estudos acadêmicos em cultura organizacional no século XXI: um levantamento nos anais dos ENANPADS. *In: V* encontro nacional dos programas de pósgraduação em administração. *Anais...* Belo Horizonte, 2008.

BURREL, G.; MORGAN, G. Sociological Paradigms and Organisational analysis. Vermont: Ashgate Publishing, 1979

CAMERON, K. S.; QUINN, R. E. *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco: Jossey-Bass, 2006.

CAVEDON, N. R.; FACHIN, R. C. Homogeneidade versus heterogeneidade cultural: um estudo de caso em universidade pública. In: encontro nacional de programas de Pós-graduação em Administração XXV. *Anais...*. Campinas, 2005. COELHO JR, F. A.; BORGES-ANDRADE, J. E. Percepção de cultura organizacional: uma análise empírica da produção científica brasileira. *Psico-USF*, v. 9, n. 2, p. 191-199. 2004.

DIAS, R. *Cultura Organizacional*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003.

FERREIRA, M.C; ASSMAR, E.M.L. Cultura organizacional. *In*: SIQUEIRA, M. et al. *Medidas do comportamento organizacional*: ferramentas de diagnóstico de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008. FERREIRA, M.C.; ASSMAR, E. M. L.; ESTOL, K. M. F.; HELENA. M. C.C.; CISNE, M. C. F. Desenvolvimento de um instrumento brasileiro para avaliação da cultura organizacional. *Estudos de Psicologia*, 7, p. 271-280, 2002.

FREITAS, M. E. *Cultura organizacional*: evolução e crítica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

_____. *Cultura organizacional:* formação, tipologias e impactos. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.

HOFSTEDE, G. *Culture consequences*: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Beverly Hills, CA: Sage, 2001.

______.; NEUIJEN, B; OHAYV, D; SANDERS, G. Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*, v. 35, n. 2, p. 286-316, 1990.

MARTIN, Joanne. *Organizational culture*: mapping the terrain. London: SAGE Publications, 2002.

MORGAN, G. *Imagens da organização*. São Paulo, SP: Atlas, 1996.

_____. *Imagens da Organização*: organizacional e Cultura Brasileira. São Paulo: Atlas, 2007.

OUCHI, W. G.; WILKINS, A.L. Organizational Culture. *Annual Review of Sociology*, Vol. 11, 1985.

PETTGREW, A. M. On study organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4):570-581, 1979.

PIRES, J. C. S.; MACÊDO, K. B. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. *Revista de Administração Pública* (RAP). Rio de Janeiro. 81-105, jan./fev. 2006.

ROBBINS, S. P. *Comportamento Organizacional.* 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SCHEIN EH. *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass. 4th ed. 2010.

SCHEIN, E. H. Cultura organizacional e liderança. São Paulo: Atlas, 2009.





SCHNEIDER, B.; EHRHART, M. G.; MACEY, W. Organizational Climate and Culture. *Annual Review of Psychology*, Vol. 64, pp. 361-388, 2013. SILVA, N.; ZANELLI J. C.; TOLFO S. R. Cultura Organizacional. In: José Carlos Zanelli; Jairo Eduardo Borges-Andrade; Antonio Virgílio Bittencourt Bastos. (Org.). *Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil.* 2ed. Porto Alegre: Artmed, p. 488-522, 2014.

SILVA, L. P.; FADUL, E. A produção científica sobre cultura organizacional em organizações públicas no período de 1997 a 2007: um convite à reflexão. *Rev. adm. contemp.* vol. 14, n. 4, p. 651-669, 2010.

SIQUEIRA, M. M. M. *Medidas com comportamento organizacional*: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SMIRCICH, L. Concepts of culture and organizational analysis, 1983.

TOMEI, P. A.; BRAUNSTEIN, M. *Cultura organizacional e privatização*: a dimensão humana. São Paulo, SP: Makron Books, 1983.

TOMEI, P. A.; ADELSON, A. D.. A sedução dos modismos. São Paulo, SP: Makron Books, 1999.

ZAGO, C.; AYRES, K.; VEDANA, E.; SÁ, P. A cultura organizacional em uma organização pública: aspectos norteadores para o seu gerenciamento. In: Encontro de administração pública e governança, *Anais...* Rio de Janeiro, 2004.

ZANELLI, J. C. (Org.); BORGES-ANDRADE, J. E. (ORG.); BASTOS, A. V. B. (Org.). *Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

ORGANIZATIONAL CULTURE : A BRIEF EXPLANATION OF PERSPECTIVE FUNCTIONALIST

Tsukahara, Mariana Pirkel, mariana.tsukahara@ifgoiano.edu.br ¹ Silva, André Vasconcelos, andre.silva.ufg@gmail.com² Alvim, Taís Guedes de Melo, taiscoach@gmail.com³

1Regular student of the Professional Master's Degree Program in Organizational Management (UFG), civil servant at Instituto Federal Goiano (IF Goiano).

2Professor (PhD) at the Federal University of Goiás

3 Specialist professor at Fundação Educacional de Goiás - Faculdade Lions

Abstract. This article is intended at theoretically verifying the importance of studying the organizational culture as a phenomenon in organizational processes, as well as and contextualizing the understanding of organizational culture by leading theorists Schein and Hofstede. Organizational culture will be addressed as proposed by Linda Smircich and according to the paradigmatic approaches by Burrell and Morgan (1979). The article is methodologically classified as an exploratory and bibliographic research, which enables raising arguments through available records, such as books, articles and dissertations, among others. Observing the characterization of functionalism as a way of interpreting the cultural context within the organization, this study may ultimately contribute to further researches within the theme.

Keywords: Organizational culture, Functionalist perspective organizational culture.



CLASSIFICAÇÃO CONTÁBIL AMBIENTAL EM UMA TRANSPORTADORA

Souza, Carla Mendonça de¹, <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u>
Zago, Ana Paula Pinheiro², <u>apaulazago@yahoo.com.br</u>
Chaves, Manoel Rodrigues³, <u>manoelufg@gmail.com</u>
Silva, André Vasconcelos da⁴, <u>andre.silva.ufg@gmail.com</u>
Modesto, Munique Cristina⁵, muniquecristina@yahoo.com.br

^{1, 2, 3, 4, 5} Universidade Federal de Goiás

Resumo: As organizações, na atualidade, sofrem cada vez mais pressões para a agregação de estratégias socioambientais em suas atividades. Algumas, de forma reativa, implantam práticas de gestão ambiental para atenderem a essas pressões. Outras, proativamente, transformam essas pressões em oportunidade e vantagem competitiva. Todas, no entanto, precisam de alguma forma evidenciar suas ações ambientais em suas demonstrações financeiras. Assim, neste trabalho procurou-se, através de um estudo de caso em uma empresa do setor de transportes, demonstrar como podem ser classificadas e evidenciadas contabilmente, as informações geradas pela agregação de práticas ambientais nas atividades de uma organização. Durante o processo de implantação da ISO14001 foram colhidas informações nos documentos da empresa e em entrevistas com seus gestores que possibilitaram a confecção da Quadro 1: Classificação Contábil Ambiental da Transportadora. Os dados foram classificados conforme as diretrizes da Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 e a Norma de Procedimento de Auditoria NPA 11 em Ativos ambientais, Gastos (perdas) ambientais, Custos e Despesas ambientais, Receitas ambientais, Passivos ambientais, Passivos Contingentes ambientais e Patrimônio Líquido ambiental. Além disso, verificou-se que a transportadora, no início agiu de forma reativa, procurando se adequar as normas ambientais, mas, em um segundo momento, adotou uma postura proativa com a implantação da ISO14001.

Palavras-chave: Ativo Ambiental, Passivo Ambiental, Contabilidade Ambiental.

1. INTRODUÇÃO

Na visão de Baum (2010), abordagens ecológicas para a mudança organizacional, como a variação de comportamento, podem ser vistas como tentativas experimentais que podem resultar tanto em sucesso como em fracasso. Conforme o autor, algumas variações comportamentais trazem mais benefícios que outras na aquisição de recursos e são selecionadas positivamente no ambiente externo pelos diversos *stakeholders:* clientes, investidores e órgãos governamentais.

Uma variação de comportamento que vem sendo amplamente discutida e cobrada pelo ambiente externo das organizações é a adequação às questões socioambientais. As forças de mercado estão, cada vez mais, comprimindo as organizações para melhorarem e protegerem a qualidade do ambiente onde estão inseridas. Conforme Tachizawa (2011), o atual contexto econômico caracteriza-se por uma rígida postura dos clientes e investidores, voltada à expectativa de interagir com empresas que tenham uma boa imagem

institucional no mercado, que sejam éticas e ecologicamente corretas.

Dessa forma, aspectos socioambientais vêm sendo paulatinamente agregados ao aspecto econômico-financeiro, ou seja, além da preocupação com estratégias que visem lucro e crescimento econômico, as empresas estão sendo comprimidas a se preocuparem também com estratégias que visem controle ambiental. Conforme Pereira (2007), objetivos de responsabilidade socioambiental devem ser agregados a objetivos simplistas de maximização do lucro.

Nesse contexto, para que a organização consiga agregar estratégias socioambientais em sua totalidade é necessário desenvolver uma gestão capaz de transformar a dedicação socioambiental em vantagem competitiva. Segundo Orsato (2002), os gestores precisam identificar as circunstâncias que favorecem tais cenários, para algumas empresas a otimização no uso de recursos pode compensar os investimentos socioambientais, para outras, diferenciar produtos com base em prerrogativas ambientais ou obter o certificado ISO 14001 pode



ser a melhor forma de buscar a vantagem competitiva.

Entretanto, durante o desafio de integrar estratégias ambientais, a empresa se depara com diversas mudanças processuais, entre elas, a evidenciação ambiental. Legislações, normas e diretrizes já cobram a elaboração de relatórios ou a contabilização dos investimentos e preocupações socioambientais.

Surge, assim, a problemática desta pesquisa: como classificar os gastos/receitas ambientais para elaboração dos relatórios contábeis? Diante da questão levantada, o objetivo geral deste trabalho é classificar e evidenciar informações ambientais numa transportadora. Essa transportadora se encontra em processo de implantação da Norma NBR ISO14001, requisitos para gestão ambiental, e necessita classificar e evidenciar os diversos fatos contábeis que estão ocorrendo no aspecto ambiental.

A contribuição desta pesquisa é de caráter prático, a evidenciação ambiental na transportadora é importante para atender aos requisitos da Norma NBR ISO14001. A correta evidenciação das informações ambientais é indispensável para certificação, que por sua vez, é importante para prorrogação de contratos com os principais clientes da empresa estudada. Dessa forma, esta pesquisa pode servir de contributo para as empresas interessadas em introduzir as informações de caráter ambiental nos seus sistemas de gestão e contabilidade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA Estratégias Socioambientais

De acordo com Tachizawa (2011), a gestão socioambiental torna-se importante instrumento gerencial na criação de competitividade entre organizações. A influência socioambiental nos negócios se faz sentir de maneira contínua e com efeitos econômicos cada vez mais profundos. As empresas que decidirem estrategicamente unir questões ambientais às atividades desempenhadas podem conseguir significativas vantagens competitivas.

Demajorovic (2004) classifica como proativa a gestão organizacional consciente da existência dessa nova arena de negociações. Na gestão proativa, os aspectos socioambientais são integrados aos objetivos de longo prazo, são iniciativas das organizações antes das exigências externas. Já, na gestão reativa, se predomina a visão de curto prazo, privilegiando operar ações socioambientais para atender regulações existentes.

Apesar das diversas vantagens em incorporar abordagens proativas no campo socioambiental,

conforme Demajorovic (2004), a maior parte das organizações continua a optar por uma estratégia reativa. Para as organizações, o desafio de superar a gestão reativa está na conciliação dos investimentos necessários para minimizar os impactos ambientais, mantendo a competitividade.

Entretanto, tanto o escopo como a intensidade das regulamentações para garantir a qualidade ambiental estão crescendo. De acordo com Demajorovic (2004), a variável socioambiental representa um novo condicionante interno ao processo decisório organizacional, onde o desempenho socioambiental passou a integrar as exigências de qualidade de bens e serviços.

2.2. Diretrizes Brasileiras

De acordo com Queiroz et al. (2011), o Direito Ambiental Brasileiro cobra as organizações a evitar todos os tipos de danos ambientais, visa equidade e ética para com a sociedade e resguarda que danos socioambientais, como os passivos e perdas, impactem negativamente no patrimônio organizacional. A Lei nº 6.938/81 da Política Nacional do Meio Ambiente estabelece que o degradador tem obrigação de restaurar e/ou indenizar os prejuízos ambientais.

Para que a Política Nacional do Meio Ambiente seja respeitada outras diretrizes ambientais brasileiras foram criadas com intuito de estimular a mensuração e contabilização dos aspectos ambientais nas empresas, são elas: a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 e a Norma de Procedimento de Auditoria (NPA 11).

A Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15, aprovada pela Resolução CFC nº 1.003 (2004), estabelece a criação da Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental com informações extraídas ou não da contabilidade. Esta demonstração deve ser efetuada como complementar aos relatórios contábeis, para efeito de comparação, com informações do exercício anterior e atual, tem o objetivo de demonstrar à sociedade a responsabilidade socioambiental das organizações.

A Norma de Procedimento de Auditoria (NPA 11) do Instituto de Auditores Independentes do Brasil (IBRACON), aprovada em 1996, estabelece os liames entre a contabilidade e o meio ambiente. Assim, as demonstrações contábeis e relatórios organizacionais devem se ajustar às metas ambientais rigorosamente. Implicando na adoção pela contabilidade de registros específicos dos Passivos e Ativos Ambientais.

2.2.1 Ativo Ambiental

De acordo com Queiroz et al. (2011), o ativo da contabilidade tradicional é conceituado como recursos econômicos obtidos por meio de transações passadas, das quais se espera obter benefícios econômicos futuros, já o ambiental pode ser determinado como este, só que, tendo por finalidade o controle, a preservação e a recuperação do meio ambiente.

No ativo ambiental a classificação contábil deve considerar, conforme Queiroz et al. (2011), os seguintes elementos: a) Estoques: insumos utilizados no processo produtivo para controlar e eliminar a emissão de resíduos, inclusive materiais que visem a recuperação de algum impacto ambiental ocasionado pela atividade da empresa; b) Permanentes: classifica-se o diferido e o imobilizado.

No imobilizado classificam-se as máquinas e todo tipo de tecnologia desenvolvida ou adquirida que vise uma operação com menores impactos ambientais. No diferido se classifica os investimentos em pesquisa e desenvolvimento de tecnologias em longo prazo, para solucionar os possíveis impactos ambientais.

Conforme a NPA 11 do IBRACON (1996), componentes representados por empregos e impostos gerados, obras de infraestrutura local, creches, escolas, áreas ajardinadas e verdes também integram o ativo ambiental. Em suma, a busca pelo desenvolvimento e a valorização da região onde se eliminou o passivo ambiental também é considerado ativo ambiental.

Além disso, de acordo com a NPA 11 do IBRACON (1996), outros ativos ambientais poderão ser visualizados por meio de auditorias ambientais, onde ocorre um maior mapeamento e conhecimento dos riscos ambientais, registro e quantificação dos ativos tangíveis e intangíveis, que possam se relacionar e sofrer os efeitos da poluição.

Uma ressalva deve ser feita sobre a classificação do Ativo diferido, conforme Normas Brasileiras de Contabilidade CT 01 (2009) a edição da Medida Provisória nº 449/08, transformada na Lei nº 11.941/09, cita que o ativo diferido foi extinto, as informações que se classificavam como Ativo Diferido recebem, atualmente, a nomenclatura de Despesas Pré-Operacionais.

2.2.2. Passivo Ambiental

Segundo Pereira (2007), o passivo da contabilidade tradicional "é uma obrigação presente da entidade, proveniente de acontecimentos passados, cuja liquidação se espera que resulte uma saída de recursos". Para Queiroz et al. (2011), os passivos ambientais são exigibilidades decorrentes de um fato gerador, originadas de dívidas ou atos

relacionados ao aspecto ambiental que exigirá a entrega de ativos ou a prestação de serviço em um prazo determinado.

De acordo com Iudícibus (2004) citado por Queiroz et al. (2011), o passivo ambiental é considerado contingente caso não se tenha seu valor exato, a empresa deve então reconhecê-lo em notas explicativas ou registrá-lo como provisão se tiver um valor aproximado, isto ocorre pois é muito complexo avaliar um passivo ambiental devido à sua subjetividade na mensuração.

Conforme a NPA 11 do IBRACON (1996), o passivo ambiental pode ser avaliado como toda agressão que se praticou ou pratica contra o meio ambiente e consiste no valor dos investimentos necessários para reabilitá-lo, bem como indenizações e multas em potencial.

Além do passivo ambiental, receitas, despesas e custos podem integrar o balanço ambiental, sendo necessário balizar a natureza tradicional da perspectiva ambientalista.

2.2.3. Receitas, Despesas e Custos Ambientais

Em uma organização a dimensão do termo receita é amplo, inclui tudo aquilo que provém da atividade desenvolvida pela empresa, é de fácil mensuração quando se descreve a contabilidade tradicional. Conforme Pfitscher (2004), quando se trata de receita ambiental, existe uma dificuldade na avaliação do que se realiza como valor ambiental creditício.

De acordo com Soares e Andrade (2000) citado por Faroni et al. (2010), isto ocorre pois a finalidade da gestão ambiental não é essencialmente gerar receitas, existem outros objetivos como o estabelecimento de uma política ambiental e uma estratégia competitiva, o que não impede que a empresa tenha condições de tirar proveito destes processos e gerar receitas. Alguns exemplos de receitas ambientais podem ser citados: a venda de material usado para reciclagem, a própria reciclagem e venda de produtos ou insumos como substitutos, prestação de serviços especializados em gestão ambiental, entre outros.

Já, as despesas ambientais, segundo Braga (2007) citado por Silveira et al. (2012), estão relacionadas com a manutenção da atividade operacional da organização, estas despesas podem beneficiar direta ou indiretamente o patrimônio da entidade e o meio ambiente, gerando receitas ambientais. Como exemplo de despesa ambiental pode ser citado: a compra e utilização de material reciclado, manutenção e operação do departamento de gerenciamento ambiental, inclusive mão de obra, entre outras.

Sobre os custos ambientais, Faroni et al. (2010) classificam os mesmos como "gastos em aplicação direta no sistema de gerenciamento ambiental do processo produtivo e nas atividades ecológicas da empresa". Na visão de Braga (2007) citado por Silveira et al. (2012), "os custos ambientais estão relacionados direta ou indiretamente à operacionalização da gestão ambiental, seja nas vendas, na matéria-prima, na prevenção ou no tratamento de resíduos".

3. ESTUDO DE CASO EM UMA TRANSPORTADORA

A organização estudada se encontra como prestadora de serviços na área de transporte de veículos sobre carretas. Seus principais clientes são montadoras de veículos e concessionárias distribuídas em todo território nacional.

A atividade da organização tem como objetivo atender a demanda no segmento de logística de veículos: coleta, armazenagem e distribuição. Devido à expansão industrial de seus clientes, provocada pelo alto volume de veículos fabricados e vendidos, a transportadora ganhou espaço e crescimento no mercado.

Devido a isso, a organização se viu diante de novas tendências cobradas por seus clientes e outros *stakeholders*, como a necessidade de preservação e conservação do meio ambiente. Iniciou-se então atividades de implantação do Sistema de Gestão Integrado (SGI) baseado nas normas NBR ISO 9001 para gestão da qualidade, NBR ISO 14001 para gestão ambiental e a OHSAS 18001 para gestão da saúde e segurança ocupacional.

A transportadora reconhece que para crescer em um mercado competitivo deve buscar a melhoria contínua e a constante satisfação de seus clientes, buscando atenção especial ao meio ambiente e a seus colaboradores.

No que concerne à gestão ambiental da Norma ISO14001, diversos requisitos devem ser atendidos, entre eles a conscientização de todos os colaboradores quanto aos aspectos e impactos ambientais gerados por suas atividades. Desta forma, todos os setores da empresa foram envolvidos no processo (financeiro, recursos humanos, qualidade, operacional, entre outros).

Para obter uma NBR (Norma Brasileira Regulamentadora), o processo de certificação exige dispêndios de recursos e diversas mudanças para atendimento aos requisitos. Como a transportadora estudada está em processo de certificação, diversos gastos foram e estão sendo feitos, resultando em passivos e ativos ambientais.

3.1. Classificação Contábil Ambiental

Através da análise dos documentos financeiros da empresa estudada e de entrevistas com os gestores da mesma, foi elaborada uma lista de todas os fatos ambientais gerados que poderiam, de alguma forma, ser relacionados nos demonstrativos contábeis da empresa como: ativo, passivo, custo, receita e despesa. Como resultado deste trabalho, confeccionou-se a Quadro 1.

Ativos ambientais:

- Compra de material reciclado (papeis, cartuchos de impressoras, cintas de amarração, etc.).
- Aquisição de kit de emergência química e sinalização;
- Colocação de cerca viva nos limites da empresa;
- Colocação de jardinagem;
- Construção da central de resíduos,
- Construção de limites de proteção nos locais de armazenagem de combustíveis, para que, caso ocorra algum acidente de derramamento o mesmo seja estancado;
- Colocação da bomba para cloração da água nas filiais com poço artesiano;
- Implantação de ETE Estação de Tratamento de Efluentes nas filiais onde não existia rede de esgoto;
- Colocação de lixeiras seletivas em pontos estratégicos;
- Construção de filtro para diminuir impacto da pressão das águas pluviais que escorrem sobre o pátio asfaltado e ocasionam erosão no terreno do vizinho;
- Adequação das plantas (elétrica, hidráulica e estrutural);
- Adequação e reforma poço artesiano.

Gastos (perdas) ambientais:

- Multa devido à supressão de árvores (vegetação nativa) no terreno vizinho que foi comprado para aumentar o pátio;
- Multa devida pressão das águas pluviais que escorrem sobre o pátio asfaltado e ocasionam erosão no terreno do vizinho;

Custos e Despesas ambientais:

- Sondagens do solo;
- Análises químicas (efluentes);
- Armazenagem dos resíduos contaminados (cintas e estopas usadas sujas de óleo) para posterior incineração;
- Incineração dos resíduos contaminados;
- Análise e destinação correta dos efluentes retirados das fossas sépticas nas filiais que não possuem estação de tratamento de efluentes;



- Manutenção preventiva dos caminhões caso o teste de opacidade constatar fumaça escura emitida pelos caminhões;
- Pesquisa no levantamento de passivo ambiental:
- Análises mensais da água utilizada, pois a mesma vem de poço artesiano;
- Teste de opacidade semestral nos caminhões para qualificação da fumaça emitida no ar;
- Compra de mudas de árvores nativas da região para doação;
- Consultoria;
- Salário de funcionários da área específica do SGA;
- Treinamentos;
- Retirada de laudos e licenças;
- Revisão dos manuais;
- Levantamento planialtimétrico;
- Palestras de conscientização dos funcionários e terceiros;
- Manutenção de jardinagem
- Retirada do solo abaixo da oficina, pois estava contaminado devido ao derramamento de óleos usados;

Receitas ambientais:

- Venda de material para reciclagem (metais, papeis, plásticos, etc.);
- Aumento nas vendas devido certificação;
- Redução dos custos operacionais devidos os novos procedimentos;
- Redução do desperdício de energia, água, combustível, etc.;
- Utilização de material reciclado de menor custo:

Passivos ambientais:

- Empréstimo para certificação;
- Fornecedor da ETE Estação de Tratamento de Efluentes;

Passivos contingentes ambientais:

- Melhoria do tráfego no entorno das filiais localizadas em áreas urbanas;
- Colocação de catalisadores nos caminhões;

Patrimônio líquido ambiental:

Integralização de capital por parte dos sócios.

Quadro 1. Classificação Contábil dos Gastos da Transportadora relacionados à Gestão Ambiental

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi classificar e evidenciar informações ambientais em uma transportadora. As informações foram geradas durante o processo de implantação da ISO14001 na empresa estudada. Conforme o Quadro 1, as

informações de custos e gastos ambientais foram classificados em Ativos ambientais, Gastos (perdas) ambientais, Custos e Despesas ambientais, Receitas ambientais, Passivos ambientais, Passivos contingentes ambientais e Patrimônio líquido ambiental.

Esta classificação obedeceu as diretrizes ambientais brasileiras criadas com intuito de estimular a mensuração e contabilização dos aspectos ambientais nas empresas, são elas: a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 e a Norma de Procedimento de Auditoria NPA 11.

Por meio da classificação nota-se que a empresa estudada adotou tanto estratégias proativas quanto reativas. Como estratégia proativa integrada aos objetivos de longo prazo, pode-se considerar a implantação da ISO14001 na transportadora. O objetivo desta estratégia é assegurar que os processos ambientais sejam realizados dentro do planejado por meio de monitoria e melhoria contínua do serviço prestado.

Esta estratégia é um meio para consolidar a empresa frente a crescente competitividade no mercado consumidor. Por meio da certificação ambiental a transportadora demonstra sua capacidade em fornecer serviços que atendam aos requisitos dos clientes, aos requisitos regulamentares, bem como os requisitos da própria organização e da sociedade.

Como estratégia reativa, no primeiro momento, diversas ações socioambientais foram realizadas para atender as regulações existentes: construção de filtro para atender notificação e diminuir impacto da pressão das águas pluviais que ocasionam erosão no terreno do vizinho; retirada do solo abaixo da oficina que estava contaminado; pagamento de multa devido à supressão de árvores; armazenagem dos resíduos contaminados para posterior incineração; análise e destinação correta dos efluentes; adequação e reforma do poço artesiano, entre outras.

Desta forma, é possível afirmar que a classificação contábil é uma ferramenta importante para evidenciar ações ambientais que as organizações realizam, estas ações ocorrem de forma reativa ou proativa, para atender as legislações existentes e para avançar no mercado competitivo. Para novas pesquisas, sugere-se que além da classificação, a própria contabilização seja realizada, ou seja, os fatos contábeis sejam mensurados para seu efetivo lançamento.

REFERÊNCIAS

BAUM, J. A. C. 2012. Ecologia Organizacional. In CLEGG, S. R., HARDY, C., NORD W. R. (Org.). *Handbook de estudos organizacionais:* modelos de

análise e novas questões em estudos organizacionais. v.1, p. 136-193. São Paulo: Atlas. BRASIL. 1981. Lei nº 6.938/81 da *Política Nacional do Meio Ambiente*.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. 2009. Medida Provisória nº 449/08, transformada na Lei nº 11.941/09. *Normas Brasileiras de Contabilidade CT 01*. Brasília.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. 2004. Resolução CFC nº 1003, *Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15:* Informações de natureza social e ambiental.

DEMAJOROVIC, J. 2004. Sociedade de risco e a evolução das abordagens de gestão socioambiental. Instituto Ethos.

FARONI, W., SILVEIRA, S. F. R., MAGALHÃES, E. A., MAGALHÃES, E. M. 2010. Contabilidade Ambiental em empresas certificadas pelas normas ISO14001 na região metropolitana de Belo Horizonte MG. *Revista Árvore*, Viçosa-MG, v.34, n.6, p. 1119-1128.

IBRACON. 1996. *Norma de Procedimento de Auditoria NPA 11:* Balanço e Ecologia. 1996.

ORSATO, R. J. 2002. Posicionamento Ambiental Estratégico: identificando quando vale a pena investir no verde. *Revista Eletrônica de Administração* – Edição Especial 30, V. 8, n. 6, nov./dez.

PEREIRA, A. C. F. 2007. A contabilidade ambiental: a sua revelação no relato financeiro. *Jornal de Contabilidade da Associação portuguesa de técnicos de contabilidade*, N.° 367, Out.

PFITSCHER, E. D. 2004. Gestão e Sustentabilidade através da Contabilidade e Controladoria Ambiental: estudo de caso na cadeia de arroz ecológico. Florianópolis. Disponível em: http://www.nemac.ufsc.br/visualizar/teseelisete.pd f> Acesso em: 15.12.2013.

QUEIROZ, A. P., SILVA, A. L., MONTENEGRO, C. H. C., BRAGA, C., PINHO, D. R., SOUSA, F. C., MACHADO, F. B., HOLANDA, M. J. M. & SANTOS, T. M. S. 2011. *Contabilidade ambiental:* ferramenta para a gestão da sustentabilidade. São Paulo: Atlas.

SILVEIRA, E., PFITSCHER, E. D., UHLMANN, V. O. 2012. Análise de Sustentabilidade ambiental em uma biblioteca universitária. *Revista online Pretexto*, Belo Horizonte, MG, v. 14, n. 4, p. 50-65, out./dez.

TACHIZAWA, T. 2011. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 7ª ed. São Paulo: Atlas.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

ENVIRONMENTAL ACCOUNTING CLASSIFICATION ON A CARRIER

Souza, Carla Mendonça¹, <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u>
Zago, Ana Paula Pinheiro², <u>apaulazago@yahoo.com.br</u>
Chaves, Manoel Rodrigues³, <u>manoelufg@gmail.com</u>
Silva, André Vasconcelos⁴, <u>andre.silva.ufg@gmail.com</u>
Modesto, Munique Cristina⁵, <u>muniquecristina@yahoo.com.br</u>

^{1, 2, 3, 4, 5} Universidade Federal de Goiás

Abstract: Organizations, today, are increasingly pressures for the aggregation of social and environmental strategies in its activities. Some, reactively, deploy environmental management practices to meet these pressures. Other proactively turn these pressures into opportunity and competitive advantage. All, however, need to somehow demonstrate their environmental actions in its financial statements. In this work we tried to, through a case study of a company in the transportation sector, demonstrate how they can be sorted and highlighted the financial statements, the information generated by the aggregation of environmental practices in the activities of an organization. During the implementation process of ISO14001 were collected information on company documents and interviews with their managers that made possible the making of Table 4: Environmental Accounting Classification of Carrier. The data were classified according to the directives of the Brazilian Accounting Standard NBC T 15 and the Audit Procedure Rule 11 NPA in environmental assets, expenses (losses) environmental costs and environmental expenditures, environmental revenues, environmental liabilities, environmental liabilities and Contingent Equity net environmental. In addition, it was found that the carrier earlier acted reactively, trying to adapt environmental standards, but, in a second stage, took a proactive stance with the implementation of ISO14001.

Keywords: Environmental Active, Environmental Liability, Environmental Accounting.



GOVERNANÇA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Santos, Mário Rosa dos, <u>mrosa@gmail.com</u>
Silva, André Vasconcelos, <u>profandrevs@hotmail.com</u>
Chaves, Manoel Rodrigues, <u>manoelufg@gmail.com</u>
Souza, Carla Mendonça de Souza, carlamsouza1986@hotmail.com

¹Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

²Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional,Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

³Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

⁴Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional,Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

Resumo: Adotar um processo de gestão com base em princípios da governança é um desafio para os gestores de qualquer organização, especialmente daquelas cuja missão é a educação e o ensino. Diante desse desafio, Tratase de uma pesquisa exploratória e qualitativa, onde foi realizado um mapeamento bibliográfico nos principais periódicos, dissertações e teses com os descritores "governança", "governança pública", "governança nas Instituições de Ensino Superior". Este artigo tem o como objetivo apresentar um estudo reflexivo da produção científica sobre governança, governança pública e governança nas Instituições de Ensino Superior, bem como propor planos de ações de uma "boa governança". Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias. Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança. Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos.

Palavras-chave: governança, Instituição de Ensino Superior, administração pública, governança pública.

1. INTRODUÇÃO

A administração pública tem sido alvo de controvérsias a respeito da transparência de seus atos. Em países democráticos, a transparência superficial - não tanto pela dotação de recursos, mas pela sua aplicabilidade - se transforma em fator altamente questionável pela sociedade, o que, em muitos casos, tornam ocultas as informações da gestão pública, comprometendo a credibilidade sobre a assertiva desses atos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013).

A cobrança da sociedade por visibilidade está vinculada à necessidade de abrir acesso ao conteúdo informacional dos atos e gastos efetivados pelo governo. O conhecimento pleno daqueles atos, por si só, não atende às expectativas do cidadão, que, também, exige qualidade informacional, em espaço temporal. Uma sociedade participativa consciente

da atuação dos seus representados desempenha, de forma mais satisfatória, o exercício da democracia quando tem o livre arbítrio de opinar e fiscalizar os gastos públicos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013)

O cenário econômico nacional vem sofrendo profundas alterações nos últimos anos e isso se reflete em profundas transformações no campo das políticas públicas, inclusive nas Instituições de Ensino Superior (DUARTE, KHALIL E QUELHAS, 2007).

Segundo Duarte, as organizações tanto no setor público quanto no setor privado, estão passando por mudanças na sua reestruturação, propiciando novos modelos de gestão sustentada nos princípios da transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Estes conceitos e princípios do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2003) podem ser aplicados em qualquer Organização, independente da atividade



fim. Com isso, as instituições de serviço educacionais podem ser incluídas como laboratório de experimentos deste novo modelo de gestão (DUARTE et al., 2007).

Para Vicente e Scheffer (2013) o setor público vem sofrendo um complexo processo de reforma em sua estrutura, situação que requer adaptação contínua às mudanças ambientais e de ajustamento às pessoas, às leis e à sociedade. A busca de mecanismos capazes de lidar com essa nova realidade e desenvolver processos institucionais que promovam maior estímulo à eficiência, à produtividade, à transparência, à prestação de contas e à participação efetiva de cada cidadão na gestão pública é busca constante na Administração Pública moderna e um dos grandes desafios do setor público na atualidade. Essa nova realidade social, a necessidade de modernização e inovação na gestão pública, deu origem a um novo estilo de governar, que muitos autores definem como Governança Pública ou como Governança (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Neste contexto, a Governança Pública passa a ser orientada para as formas de interações entre seus stakeholders, dentro de um processo de cooperação e de interação buscando construir um ambiente sustentável para todos. Sendo a governança constituída a partir da participação crescente da sociedade, é imprescindível que todos os envolvidos tenham acesso à informação, conheçam os processos e participem efetivamente na gestão (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Dentro desta perspectiva, este estudo, percorreu um caminho metodológico que primeiramente apresenta um referencial bibliográfico sobre o tema governança e seus desdobramentos nas IES.

Posteriormente, este estudo tem ainda como objetivo propor planos de ações para as instituições de Ensino Superior.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Governança nas Organizações

Segundo Cardozo (2012) nos estudos iniciais, o tema governança era mais associado ao setor privado, mas com a necessidade da sociedade em acompanhar de maneira efetiva o que ocorre na gestão pública, a governança no setor público mostra-se um tema importante para pesquisas.

Os motivos atribuídos pelos diversos autores ao surgimento da governança passam pelo surgimento e pela expansão das empresas, o que pode levar a problemas de agência, conflito de interesses, aquisição e distribuição de poder, transparências em suas ações e o relato dos seus resultados, bem como escândalos financeiros (FONTES FILHO, 2003;

TSAI e YAMAMOTO, 2005; BENEDICTO, RODRIGUES e ABBUD, 2008; MATIAS-PEREIRA, 2010a; VIANA, 2010).

A governança para Cardozo (2012), é um termo que vem sendo usado em diferentes contextos e com significados, muitas vezes, distintos. A governança exige flexibilidade, experimentação e aprendizagem e, com isso, torna-se multifacetada e plural. O conceito de governança já superou seus aspectos mais operacionais, incorporando novos elementos de interesse, tais como redes sociais informais, hierarquias e associações de diversos tipos e, mesmo sem um conceito único e definitivo, engloba como uma organização é gerenciada, sua estrutura, cultura, políticas, estratégias e formas de lidar com suas diversas partes interessadas (OECD, 2011; ANAO, 2002; WARING et al., 2006; MATIAS-PEREIRA, 2010a; MATIAS-PEREIRA, 2010b; VIANA, 2010).

Nessa mesma linha de pensamento, Procopiuck e Frey (2008) argumentam que na atualidade a governança passou a significar "um novo modo de governar", diferente do modelo hierárquico e tradicional. Governar em redes de políticas como uma forma específica de governança, como mecanismos para mobilizar recursos políticos que se encontram dispersos entre os atores públicos e privados. Assim, os sistemas de governança buscam conceber e conduzir processos políticos voltados à construção de padrões de interação entre a sociedade civil, o governo e o mercado com objetivo de viabilizar ações de caráter público. O conceito de governança busca, então, enfatizar as relações ou interações formais e informais entre atores pertencentes aos diferentes setores da sociedade em torno de questões que envolvam os interesses públicos. Entre o mercado e a hierarquia, as redes de governança surgem como um terceiro tipo de coordenação social. Para Procopiuck e Frey (2008), nesse tipo de redes, "a reciprocidade e interdependência, não a competição, caracterizam as relações, que são sedimentadas na confiança e no mútuo ajustamento entre as partes".

Assim, para Procopiuck (2013), o conceito de rede emerge como uma nova forma de governo que passa a permear e a balizar as relações econômicas, sociais e políticas travadas por conjuntos de novos atores em novos ambientes estruturados pelas tecnologias de informação e comunicação.

A governança para Procopiuck (2013), não elimina, mas reforça o papel empreendedor, facilitador, mediador, dirimidor de conflitos, negociador e formulador de regras que corresponde aos governos, contudo, reconhece que algumas destas funções podem ser também exercidas por outros atores do setor privado ou da sociedade civil.



Na tentativa de delinear sua pesquisa sobre governança pública, Cardozo (2012) cita alguns conceitos de autores que pesquisam sobre a temática. Para Matias-Pereira (2010a), governança refere-se ao tratamento da aquisição e distribuição de poder da sociedade. Fontes Filho (2003) destaca que a governança está associada às formas como as entidades interagem com as expectativas dos diversos stakeholders. Waring et al. (2006) corroboram, afirmando que uma boa governança objetiva estabelecer políticas capazes de orientar ações de uma organização a partir de valores éticos, objetivos e estratégias adequadas e claramente articuladas, atendendo, assim, às expectativas e às necessidades sem infringir políticas, leis e regulamentos estabelecidos. Nesse sentido, de acordo com o ANAO (2002), governança tem um alcance muito amplo, vai além do gerenciamento, estabelecendo estruturas capazes de lidar com cultura, direção e organização geral das políticas das entidades.

No que se refere especificamente à governança corporativa, esta diz respeito à forma como as corporações são governadas, envolvendo questões relativas aos mecanismos que conferem legitimidade e organização, bem como, questões atribuídas à relação dos proprietários, investidores e gestores (CARDOZO, 2012).

Segundo o IBGC (2009, p. 19), "Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, Conselho de Administração, Diretoria e Órgãos de Controle.

Cardozo (2012) conclui que "pode-se definir governança como um conjunto de práticas e recomendações capaz de fazer com que uma organização cumpra além das que são estabelecidas legalmente, normas que a permitam tornar-se transparente, ética, responsável e justa com todos os envolvidos".

2.2 Princípios de governança

Para delimitar os princípios de governança, Cardozo (2012) diz que "as diferenças organizacionais permeiam o estilo, a estrutura e o enfoque atribuído ao emprego das boas práticas, seja em organizações públicas ou privadas".

Os princípios básicos de governança corporativa, segundo o IBGC (2009), são a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability) e a responsabilidade corporativa. Benedicto, Rodrigues e Abbud (2008) consideram os mesmos princípios e ainda acrescentam a ética como base do progresso financeiro, econômico e social.

Para Matias-Pereira (2010a), tais princípios básicos, que ele destaca como transparência (disclosure), equidade (fairness), cumprimento das leis (compliance), prestação de contas (accountability) e conduta ética, norteiam os rumos tanto dos segmentos dos setores privados como dos setores públicos.

No que se refere especificamente ao setor público, segundo ANAO (2002), os princípios de governança que dizem respeito às qualidades pessoais são a liderança, o compromisso e a integridade, e os que dizem respeito às estratégias, sistemas, políticas e processos adequados são a responsabilização (accountability), a transparência e a integração.

Para o IFAC (2001), no contexto do setor público, os princípios de governança são: a abertura, a integridade e a responsabilização e, ainda, conforme o documento são princípios voltados aos padrões de comportamento: a liderança, os códigos de conduta, a objetividade, a integridade e a honestidade. Ainda, de acordo com o IFAC (2001), as entidades do setor público estão sujeitas a formas de prestação de contas com uma complexidade que atinge objetivos políticos, econômicos e sociais para vários intervenientes que, de certa forma, podem diferenciar-se da prestação de contas de uma empresa do setor privado.

A ANAO (2002) destaca que, para implementar eficazmente todos os elementos de governança, é necessário um forte compromisso de todos os participantes, de forma orientada e envolvendo uma melhor comunicação.

Cardozo (2012) conclui que para efeito de sua pesquisa sobre a evidenciação das políticas de governança nas IFES irá utilizar como princípios de governança: a Transparência (Disclosure), a Prestação de Contas (Accountability), a Equidade (Fairness), o Cumprimento de Leis (Compliance), a Ética (ethics), a Liderança (Leadership) e o Compromisso (Commitment)".

2.3 Governança no setor público

Para Kissler e Heidemann (2006), não existe um conceito único de governança pública, mas antes uma série de diferentes pontos de partida para uma nova estruturação das relações entre o Estado e suas instituições nos níveis federal, estadual e municipal, por um lado, e as organizações privadas, com e sem fins lucrativos, bem como os atores da sociedade civil (coletivos e individuais), por outro.

No presente contexto temático, propõe-se entender *governança* como uma nova geração de reformas administrativas e de Estado, que têm como objeto a ação conjunta, levada a efeito de forma eficaz, transparente e compartilhada, pelo



Estado, pelas empresas e pela sociedade civil, visando uma solução inovadora dos problemas sociais e criando possibilidades e chances de um desenvolvimento futuro sustentável para todos os participantes. (Löffer, 2001:212).

Sob a ótica da ciência política, a governança pública está associada a uma mudança na gestão política. Ao novo modelo somam-se a negociação, a comunicação e a confiança que "por meio de redes interorganizacionais, que podem ser formadas por representantes de organizações políticas e administrativas, associações, empresas e sociedades civis, com ou sem a participação estatal" (Jann, 2003:449).

Estado, mercado, redes sociais e comunidades constituem mecanismos institucionais de regulamentação, que se articulam em diferentes composições ou arranjos (Heidemann e Kissler, 2006).

Com base nas experiências práticas e os resultados científicos sobre o funcionamento das redes locais e parcerias, coincidem em vários aspectos com os resultados empíricos sobre os Pactos Municipais de Trabalho realizados por Heidemann e Kissler (2006) que a governança se realiza, na prática por meio: Enfoque pluralista que marcam as concepções de Governança Pública abertos aos diferentes atores interessados em participar; novo modelo político constituído pelas alianças e redes; consenso e cooperação nas relações entre os atores; negócio de troca que ocorre nas alianças e nas redes através do princípio da reciprocidade; acordo entre os aliados; condução que são necessárias ao coordenação desenvolvimento das alianças e das redes; e por fim o modelo de Governança Pública pressupõe a aprovação dos atores participantes e de suas organizações.

Segundo Raquel e Van Bellen (2012), as reformas implementadas na administração pública nos últimos anos propiciaram mais dinamismo, eficiência e profissionalização do setor público. A administração publica Burocrática foi parcialmente substituída pela Nova Administração Pública e agora para uma perspectiva de Governança Pública. O campo teórico da ciência da administração pública e da ciência política está aperfeiçoando o entendimento sobre a Governança Pública. A concepção de governança defendida por Pierre e Peters (2000) consiste na capacidade do Estado em desenvolver políticas, a partir de formas institucionais colaborativas, visando atender a interesses coletivos.

Alcântara et al (2014) ao tratar da conceituação de governança pública faz uma aproximação e delimitação no campo teórico-conceituais entre gestão social e governança pública. Busca na

"redução sociológica de Guerreiro Ramos a possibilidade de articulações teórico-conceituais sem deformar os conceitos. Ambas se aproximam pela orientação das ações por meio do interesse público. Contudo, os conceitos se distanciam no que diz respeito ao protagonismo das ações e à sua orientação específica: na governança pública a orientação é o interesse público estatal e o protagonismo é do Estado; na gestão social a orientação é o interesse público não estatal e o protagonismo da sociedade.

Contudo, segundo Alcântara et al (2014), o conceito de governança pública está sendo discutido mais recentemente no Brasil como um modelo (HEIDEMANN e KISSLER, 2006; SECCHI, 2009) pautado na cooperação entre Estado, mercado e sociedade em prol de objetivos comuns, assim, inicialmente, apresenta proximidades como o conceito de gestão social.

Diante das variedades de constructos conceituais e teóricos do termo governança, Alcântara et al argumenta que "vemos que o modelo da governança pública seria uma superação do modelo de administração pública gerencial e do governo empreendedor.

Para Ronconi (2008), a Governança Pública pressupõe relações conflituosas, marcadas por consensos, dissensos e conflitos, devido ao fato de ser um tipo de gestão do Estado. Essa, por sua vez, articula as dimensões econômico-financeira, institucional-administrativa e sociopolítica, interagindo com sociedade civil e mercado. Essa interação ocorre, de acordo com a autora, em função do surgimento de demandas por uma gestão compartilhada das políticas públicas. Governança Pública, a gestão da coisa pública envolve a participação de diversos atores e gera espaços participativos de decisão e controle social.

Na tese de Ronconi (2008), baseado na obra de Jann (2002), foram consideradas como implicações práticas da governança:

- a co-produção dos serviços públicos
- a interação entre Estado, mercado e sociedade civil
- compartilhamento de responsabilidades
- cooperação e diálogos

Segundo Ronconi (2008), a partir dessas implicações o cidadão não se limita apenas a fazer reivindicações ao Estado, mas sim participa dos processos decisórios nas instâncias deliberativas constituídas pelo Estado. Além dessa dimensão sociopolítica da gestão, preocupada com a participação da sociedade nos processos decisórios, o modelo de Governança Pública busca também o eauilíbrio com a dimensão institucionaladministrativa, vinculada às questões administração (planejamento, direção, controle) e



articulação do arranjo institucional da Governança Pública.

Para o Tribunal de Contas da União, à luz de várias fontes consultadas, foram sintetizados conceitos, fundamentos e princípios relevantes para a compreensão e a melhoria da governança e da gestão no contexto do setor público. Resultou dessa análise a formulação da seguinte conceituação:

"Governança no setor público compreende essencialmente os mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a atuação da gestão, com vistas à condução de políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade" (TCU, 2014).

2.4 Governança nas Instituições de Ensino Superior

Para Cardozo (2012) as transformações em nível mundial que estão ocorrendo no ambiente das organizações empresariais e nos mercados em termos de ordem econômica e política atingem também as IES. Sendo as IES peça chave na engrenagem da modernização desempenhando um papel central fundamental no século XXI.

As imposições do livre mercado acabam por substituir atribuições, funções e demandas concedidas às IES, relacionadas ao desenvolvimento técnico e científico da sociedade. As pressões internas e externas que resultam em reformas no governo do ensino superior estão seguindo, em grande parte, o mesmo padrão, e este ambiente, resultante de mudanças diversas, é benéfico tanto para o governo, como para as instituições CARDOZO, (2012).

Ainda segundo Cardozo (2012) a expansão do ensino superior no Brasil, nos últimos anos, é explicada por um conjunto de fatores que envolvem o aumento do número de matrículas no ensino médio, a flexibilização dos critérios de abertura de novos cursos promovidos pelo Ministério da Educação, o reconhecimento contemporâneo da relação entre qualificação e empregabilidade, bem como os programas de concessão de bolsas de estudos e ampliação de acesso e permanência dos alunos na educação superior, tais como o Programa Universidade para Todos (PROUNI) e o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI).

Neste contexto de mudança e crescimento da educação superior no País, leva o setor a mudar sua filosofia nos processos de gestão, exigindo da administração das IES um maior detalhamento das informações dos resultados (MURARO, SOUZA e DIEHL, 2007; LOURENÇO e KNOP, 2011; MEC, 2012).

O crescimento do número de IES no Brasil e as mudanças ocorridas no cenário econômico nacional modificaram o mercado de ensino. O ensino superior agrega valor que pode ser vendido e comprado no comércio. A acirrada competição, a busca por maior qualidade, os recursos escassos e a necessidade de prestar contas de avaliação acadêmica e institucional são outros percalços enfrentados pelas IES (CARDOZO, 2012).

Além destes aspectos de gestão do ensino superior, segundo Enders (2004) apud Cardozo (2012), mesmo considerando diferenças de contexto nacional, período histórico ou setor específico, as funções das IES estão fortemente envolvidas em todo tipo de atividade econômica e social e, além disso, devem considerar que não há nenhum tipo de estabilidade nas relações com a sociedade e que não é possível agradar e suprir as necessidades de todas as partes. Nesse sentido, o autor ainda destaca que são "multiuso" e "multiprodutos" provenientes da contribuição na geração e na transmissão da ideologia, na seleção e formação de elites, no desenvolvimento social, cultural e educacional, na atualização das sociedades, na produção e aplicação do conhecimento e na formação da força de trabalho altamente qualificada.

Esse processo de transformação também passa pelo contexto das instituições públicas, que vêm experimentando e sofrendo mudanças em sua atuação desde a década de 1990. Dentre estas mudanças, está a implementação de uma filosofia gerencial", chamada de "gestão pública demandando a necessidade de profissionais e desenvolvimento de gestores públicos com competências para enfrentar as situações profissionais complexas que permeiam a gestão pública, além do fato de uma sociedade que, cada vez mais, cultiva uma postura mais ativa, exigindo celeridade e qualidade na prestação dos serviços governamentais (CARDOZO, 2012).

O surgimento, o desenvolvimento e a expansão das IFES acompanham acontecimentos históricos, culturais e políticos que exerceram influência na estrutura, nos valores e na organização das atuais políticas públicas de educação. Inseridas na administração pública, as universidades públicas, por exemplo, são constituídas como autarquias ou fundações e são dependentes de recursos públicos, fato este que as obriga a prestar contas do uso de seus recursos com transparência (CARDOZO, 2012).

Cardozo diz que, considerando que as IES, de forma geral, passam a ser vistas como empresas convencionais e, diante de seus diversos envolvidos com interesses próprios e nem sempre igualitários, surge a necessidade de transparência, prestação de contas e, sobretudo, uma nova forma de governar que, no contexto das IES privadas, passa pela abertura de capital, pela necessidade de investimentos, pela captação de recursos menos onerosos e pelo fortalecimento do mercado neste setor. No contexto das IES públicas, a necessidade de boas práticas de governança vai além dos interesses comerciais e, diante das reformas recentes que consagram mais autonomia em matéria de governação e liberdade para gerir os seus próprios assuntos, a participação popular é dependente da transparência nas informações operacionais, orçamentárias, institucionais, de desempenho e de demais ações governamentais (COUGHLIN, HOEY e HIRANO-NAKANISHI, 2009; ROSSETTO, 2009; PLATT NETO e CRUZ, 2009; MARQUES, 2012).

No Brasil, afirma Cardozo "a educação superior é amplamente regulamentada pelo Governo Federal, que estabelece praticamente todos os critérios e requisitos para que as IES sejam criadas, credenciadas, autorizadas e reconhecidas, bem como a forma como devem atuar. No caso das universidades públicas, estas são cobradas tanto por seu papel social, como por ser uma entidade pública pautada pela necessidade em administrar seus recursos e se preocupar com os anseios da sociedade. Nesse contexto, as instituições públicas de ensino superior brasileiras afetam e são afetadas diretamente pela sociedade na qual estão inseridas, tanto pela forma como são subsidiadas, como pela credibilidade e responsabilidade depositada pela sociedade".

Para Marques (2012) apud Cardozo (2012), sistemas eficazes de governança nas universidades públicas requerem separação das funções executivas e de responsabilidade dentro da organização, cujo fator determinante é o princípio da liberdade acadêmica.

Cardozo (2012) finaliza dizendo que a abrangência da contribuição e das expectativas geradas pelas universidades públicas perante a sociedade requer um nível de qualidade na melhoria das estruturas de governança seja na prestação de contas, transparência, aspectos éticos e nas demais responsabilidades, é crucial".

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo identificar os conceitos subjacentes ao termo de governança e seus desdobramentos para as Instituições de Ensino Superior. Para tanto, foi realizado uma pesquisa bibliográfica com os descritores "governança", "governança pública" e "governança nas

Instituições de Ensino Superior (IES)" nos principais periódicos, dissertações e teses.

Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias.

Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança.

Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos no que tange a visibilidade de suas ações perante a sociedade.

4. REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, V. C., SILVA, E. A. F., PEREIRA, J. R.. Gestão *Social e Governança Pública: Aproximações e (De)Limitações Teórico-Conceituais.* In:VI EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 16 a 18 de novembro. Belo Horizonte: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2014.

CARDOZO, M. A.. A evidenciação das políticas de governança nas IFES: um estudo nas Universidades Federais do sul do Brasil . 2012. 175 f. Dissertação em Contabilidade - Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

DUARTE, R. S. ; <u>KHALIL, R. O.</u> ; QUELHAS, O. L. G. . Governança: uma Ferramenta Desconhecida Pelas Instituições de Ensino?. 2007. In: SEGeT2007 - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2007, Rio de Janeiro. Associação Educacional Dom Bosco, 2007.

FIGUEIREDO, V. S.; SANTOS, J. L.. Transparência e controle social na administração pública. Temas de Administração Pública (UNESP. Araraquara), v. 8, p. 20-40, 2013.

KISSLER, L..; HEIDEMANN, F. G.. Governança Pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, Mercado e Sociedade?. RAP. Revista Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro/RJ, v. 40, n.3/2006, p. 479-499, 2006.



MacLennan, Maria Laura Ferranty; AVRICHIR, I. A prática da replicação em pesquisas do tipo survey em Administração de Empresas. Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP), v. 14, p. 39-61, 2013.

PROCOPIUCK, Mário e FREY, Klaus. Governança e Interações Multiatores em Redes de Políticas. In: Administração Pública e Fundamentos da Administração Pública. Análise e Avaliação. Governança e Redes de Políticas Administração Judiciária. Mário Procopiuck. São Paulo: Editora Atlas, v. 1, 2013, p. 169-208.

PROCOPIUCK, MARIO e FREY, KLAUS. Governança e redes em políticas de caráter público. In: EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 12 a 14 de novembro. Salvador: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2008.

RAQUEL, I.; VAN BELLEN, H. M.. Contribuição à Concepção da Governança Pública: Uma Análise a partir da Visão de Especialistas. In: XXXVI EnAnpad, 2012, Rio de Janeiro. Anais do XXXVI EnAnpad, 2012.

RAQUEL, I.. Governança Pública: A Consolidação de uma Matriz com Atributos que Caracterizam o Tema, na Perspectiva de Especialistas. 2012. 175 f. Dissertação em Administração - Centro Sócio-

Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

RODRIGUES, A. L.; MALO, M. C.. Estruturas de Governança e Empreendedorismo Coletivo: o Caso dos Doutores da Alegria. RAC – Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro/RJ, v. 10, n. 3, 2006, p. 29-50, 2006.

RONCONI, L. F. A.. A Secretaria Nacional de Economia Solidária: uma experiência de governança pública. 2008. 279 f. Tese em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

TCU. Governança Pública: referencial básico de governança aplicável a órgãos e entidades da administração pública e ações indutoras de melhoria / Tribunal de Contas da União. – Brasília: TCU, Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão, 2014. 96 p.

VICENTE, E. F. R; SCHEFFER, E. O. Governança e Internet: um estudo de caso sobre a divulgação de dados da Administração Pública sob a ótica dos princípios da governança pública - doi: 10.5102/un.gti.v3i2.2412. Universitas: Gestão e TI, v. 3, p. 69-78, 2014. trabalho".



GOVERNANÇA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Santos, Mário Rosa dos, <u>mrosa@gmail.com</u>
Silva, André Vasconcelos, <u>profandrevs@hotmail.com</u>
Chaves, Manoel Rodrigues, <u>manoelufg@gmail.com</u>
Souza, Carla Mendonça de Souza, carlamsouza1986@hotmail.com

¹Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

²Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional,Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

³Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

⁴Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional,Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

Resumo: Adotar um processo de gestão com base em princípios da governança é um desafio para os gestores de qualquer organização, especialmente daquelas cuja missão é a educação e o ensino. Diante desse desafio, Tratase de uma pesquisa exploratória e qualitativa, onde foi realizado um mapeamento bibliográfico nos principais periódicos, dissertações e teses com os descritores "governança", "governança pública", "governança nas Instituições de Ensino Superior". Este artigo tem o como objetivo apresentar um estudo reflexivo da produção científica sobre governança, governança pública e governança nas Instituições de Ensino Superior, bem como propor planos de ações de uma "boa governança". Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias. Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança. Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos.

Palavras-chave: governança, Instituição de Ensino Superior, administração pública, governança pública.

1. INTRODUÇÃO

A administração pública tem sido alvo de controvérsias a respeito da transparência de seus atos. Em países democráticos, a transparência superficial - não tanto pela dotação de recursos, mas pela sua aplicabilidade - se transforma em fator altamente questionável pela sociedade, o que, em muitos casos, tornam ocultas as informações da gestão pública, comprometendo a credibilidade sobre a assertiva desses atos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013).

A cobrança da sociedade por visibilidade está vinculada à necessidade de abrir acesso ao conteúdo informacional dos atos e gastos efetivados pelo governo. O conhecimento pleno daqueles atos, por si só, não atende às expectativas do cidadão, que, também, exige qualidade informacional, em espaço temporal. Uma sociedade participativa consciente

da atuação dos seus representados desempenha, de forma mais satisfatória, o exercício da democracia quando tem o livre arbítrio de opinar e fiscalizar os gastos públicos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013)

O cenário econômico nacional vem sofrendo profundas alterações nos últimos anos e isso se reflete em profundas transformações no campo das políticas públicas, inclusive nas Instituições de Ensino Superior (DUARTE, KHALIL E QUELHAS, 2007).

Segundo Duarte, as organizações tanto no setor público quanto no setor privado, estão passando por mudanças na sua reestruturação, propiciando novos modelos de gestão sustentada nos princípios da transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Estes conceitos e princípios do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2003) podem ser aplicados em qualquer Organização, independente da atividade



fim. Com isso, as instituições de serviço educacionais podem ser incluídas como laboratório de experimentos deste novo modelo de gestão (DUARTE et al., 2007).

Para Vicente e Scheffer (2013) o setor público vem sofrendo um complexo processo de reforma em sua estrutura, situação que requer adaptação contínua às mudanças ambientais e de ajustamento às pessoas, às leis e à sociedade. A busca de mecanismos capazes de lidar com essa nova realidade e desenvolver processos institucionais que promovam maior estímulo à eficiência, à produtividade, à transparência, à prestação de contas e à participação efetiva de cada cidadão na gestão pública é busca constante na Administração Pública moderna e um dos grandes desafios do setor público na atualidade. Essa nova realidade social, a necessidade de modernização e inovação na gestão pública, deu origem a um novo estilo de governar, que muitos autores definem como Governança Pública ou como Governança (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Neste contexto, a Governança Pública passa a ser orientada para as formas de interações entre seus stakeholders, dentro de um processo de cooperação e de interação buscando construir um ambiente sustentável para todos. Sendo a governança constituída a partir da participação crescente da sociedade, é imprescindível que todos os envolvidos tenham acesso à informação, conheçam os processos e participem efetivamente na gestão (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Dentro desta perspectiva, este estudo, percorreu um caminho metodológico que primeiramente apresenta um referencial bibliográfico sobre o tema governança e seus desdobramentos nas IES.

Posteriormente, este estudo tem ainda como objetivo propor planos de ações para as instituições de Ensino Superior.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Governança nas Organizações

Segundo Cardozo (2012) nos estudos iniciais, o tema governança era mais associado ao setor privado, mas com a necessidade da sociedade em acompanhar de maneira efetiva o que ocorre na gestão pública, a governança no setor público mostra-se um tema importante para pesquisas.

Os motivos atribuídos pelos diversos autores ao surgimento da governança passam pelo surgimento e pela expansão das empresas, o que pode levar a problemas de agência, conflito de interesses, aquisição e distribuição de poder, transparências em suas ações e o relato dos seus resultados, bem como escândalos financeiros (FONTES FILHO, 2003;

TSAI e YAMAMOTO, 2005; BENEDICTO, RODRIGUES e ABBUD, 2008; MATIAS-PEREIRA, 2010a; VIANA, 2010).

A governança para Cardozo (2012), é um termo que vem sendo usado em diferentes contextos e com significados, muitas vezes, distintos. A governança exige flexibilidade, experimentação e aprendizagem e, com isso, torna-se multifacetada e plural. O conceito de governança já superou seus aspectos mais operacionais, incorporando novos elementos de interesse, tais como redes sociais informais, hierarquias e associações de diversos tipos e, mesmo sem um conceito único e definitivo, engloba como uma organização é gerenciada, sua estrutura, cultura, políticas, estratégias e formas de lidar com suas diversas partes interessadas (OECD, 2011; ANAO, 2002; WARING et al., 2006; MATIAS-PEREIRA, 2010a; MATIAS-PEREIRA, 2010b; VIANA, 2010).

Nessa mesma linha de pensamento, Procopiuck e Frey (2008) argumentam que na atualidade a governança passou a significar "um novo modo de governar", diferente do modelo hierárquico e tradicional. Governar em redes de políticas como uma forma específica de governança, como mecanismos para mobilizar recursos políticos que se encontram dispersos entre os atores públicos e privados. Assim, os sistemas de governança buscam conceber e conduzir processos políticos voltados à construção de padrões de interação entre a sociedade civil, o governo e o mercado com objetivo de viabilizar ações de caráter público. O conceito de governança busca, então, enfatizar as relações ou interações formais e informais entre atores pertencentes aos diferentes setores da sociedade em torno de questões que envolvam os interesses públicos. Entre o mercado e a hierarquia, as redes de governança surgem como um terceiro tipo de coordenação social. Para Procopiuck e Frey (2008), nesse tipo de redes, "a reciprocidade e interdependência, não a competição, caracterizam as relações, que são sedimentadas na confiança e no mútuo ajustamento entre as partes".

Assim, para Procopiuck (2013), o conceito de rede emerge como uma nova forma de governo que passa a permear e a balizar as relações econômicas, sociais e políticas travadas por conjuntos de novos atores em novos ambientes estruturados pelas tecnologias de informação e comunicação.

A governança para Procopiuck (2013), não elimina, mas reforça o papel empreendedor, facilitador, mediador, dirimidor de conflitos, negociador e formulador de regras que corresponde aos governos, contudo, reconhece que algumas destas funções podem ser também exercidas por outros atores do setor privado ou da sociedade civil.



Na tentativa de delinear sua pesquisa sobre governança pública, Cardozo (2012) cita alguns conceitos de autores que pesquisam sobre a temática. Para Matias-Pereira (2010a), governança refere-se ao tratamento da aquisição e distribuição de poder da sociedade. Fontes Filho (2003) destaca que a governança está associada às formas como as entidades interagem com as expectativas dos diversos stakeholders. Waring et al. (2006) corroboram, afirmando que uma boa governança objetiva estabelecer políticas capazes de orientar ações de uma organização a partir de valores éticos, objetivos e estratégias adequadas e claramente articuladas, atendendo, assim, às expectativas e às necessidades sem infringir políticas, leis e regulamentos estabelecidos. Nesse sentido, de acordo com o ANAO (2002), governança tem um alcance muito amplo, vai além do gerenciamento, estabelecendo estruturas capazes de lidar com cultura, direção e organização geral das políticas das entidades.

No que se refere especificamente à governança corporativa, esta diz respeito à forma como as corporações são governadas, envolvendo questões relativas aos mecanismos que conferem legitimidade e organização, bem como, questões atribuídas à relação dos proprietários, investidores e gestores (CARDOZO, 2012).

Segundo o IBGC (2009, p. 19), "Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, Conselho de Administração, Diretoria e Órgãos de Controle.

Cardozo (2012) conclui que "pode-se definir governança como um conjunto de práticas e recomendações capaz de fazer com que uma organização cumpra além das que são estabelecidas legalmente, normas que a permitam tornar-se transparente, ética, responsável e justa com todos os envolvidos".

2.2 Princípios de governança

Para delimitar os princípios de governança, Cardozo (2012) diz que "as diferenças organizacionais permeiam o estilo, a estrutura e o enfoque atribuído ao emprego das boas práticas, seja em organizações públicas ou privadas".

Os princípios básicos de governança corporativa, segundo o IBGC (2009), são a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability) e a responsabilidade corporativa. Benedicto, Rodrigues e Abbud (2008) consideram os mesmos princípios e ainda acrescentam a ética como base do progresso financeiro, econômico e social.

Para Matias-Pereira (2010a), tais princípios básicos, que ele destaca como transparência (disclosure), equidade (fairness), cumprimento das leis (compliance), prestação de contas (accountability) e conduta ética, norteiam os rumos tanto dos segmentos dos setores privados como dos setores públicos.

No que se refere especificamente ao setor público, segundo ANAO (2002), os princípios de governança que dizem respeito às qualidades pessoais são a liderança, o compromisso e a integridade, e os que dizem respeito às estratégias, sistemas, políticas e processos adequados são a responsabilização (accountability), a transparência e a integração.

Para o IFAC (2001), no contexto do setor público, os princípios de governança são: a abertura, a integridade e a responsabilização e, ainda, conforme o documento são princípios voltados aos padrões de comportamento: a liderança, os códigos de conduta, a objetividade, a integridade e a honestidade. Ainda, de acordo com o IFAC (2001), as entidades do setor público estão sujeitas a formas de prestação de contas com uma complexidade que atinge objetivos políticos, econômicos e sociais para vários intervenientes que, de certa forma, podem diferenciar-se da prestação de contas de uma empresa do setor privado.

A ANAO (2002) destaca que, para implementar eficazmente todos os elementos de governança, é necessário um forte compromisso de todos os participantes, de forma orientada e envolvendo uma melhor comunicação.

Cardozo (2012) conclui que para efeito de sua pesquisa sobre a evidenciação das políticas de governança nas IFES irá utilizar como princípios de governança: a Transparência (Disclosure), a Prestação de Contas (Accountability), a Equidade (Fairness), o Cumprimento de Leis (Compliance), a Ética (ethics), a Liderança (Leadership) e o Compromisso (Commitment)".

2.3 Governança no setor público

Para Kissler e Heidemann (2006), não existe um conceito único de governança pública, mas antes uma série de diferentes pontos de partida para uma nova estruturação das relações entre o Estado e suas instituições nos níveis federal, estadual e municipal, por um lado, e as organizações privadas, com e sem fins lucrativos, bem como os atores da sociedade civil (coletivos e individuais), por outro.

No presente contexto temático, propõe-se entender *governança* como uma nova geração de reformas administrativas e de Estado, que têm como objeto a ação conjunta, levada a efeito de forma eficaz, transparente e compartilhada, pelo



Estado, pelas empresas e pela sociedade civil, visando uma solução inovadora dos problemas sociais e criando possibilidades e chances de um desenvolvimento futuro sustentável para todos os participantes. (Löffer, 2001:212).

Sob a ótica da ciência política, a governança pública está associada a uma mudança na gestão política. Ao novo modelo somam-se a negociação, a comunicação e a confiança que "por meio de redes interorganizacionais, que podem ser formadas por representantes de organizações políticas e administrativas, associações, empresas e sociedades civis, com ou sem a participação estatal" (Jann, 2003:449).

Estado, mercado, redes sociais e comunidades constituem mecanismos institucionais de regulamentação, que se articulam em diferentes composições ou arranjos (Heidemann e Kissler, 2006).

Com base nas experiências práticas e os resultados científicos sobre o funcionamento das redes locais e parcerias, coincidem em vários aspectos com os resultados empíricos sobre os Pactos Municipais de Trabalho realizados por Heidemann e Kissler (2006) que a governança se realiza, na prática por meio: Enfoque pluralista que marcam as concepções de Governança Pública abertos aos diferentes atores interessados em participar; novo modelo político constituído pelas alianças e redes; consenso e cooperação nas relações entre os atores; negócio de troca que ocorre nas alianças e nas redes através do princípio da reciprocidade; acordo entre os aliados; condução que são necessárias ao coordenação desenvolvimento das alianças e das redes; e por fim o modelo de Governança Pública pressupõe a aprovação dos atores participantes e de suas organizações.

Segundo Raquel e Van Bellen (2012), as reformas implementadas na administração pública nos últimos anos propiciaram mais dinamismo, eficiência e profissionalização do setor público. A administração publica Burocrática foi parcialmente substituída pela Nova Administração Pública e agora para uma perspectiva de Governança Pública. O campo teórico da ciência da administração pública e da ciência política está aperfeiçoando o entendimento sobre a Governança Pública. A concepção de governança defendida por Pierre e Peters (2000) consiste na capacidade do Estado em desenvolver políticas, a partir de formas institucionais colaborativas, visando atender a interesses coletivos.

Alcântara et al (2014) ao tratar da conceituação de governança pública faz uma aproximação e delimitação no campo teórico-conceituais entre gestão social e governança pública. Busca na

"redução sociológica de Guerreiro Ramos a possibilidade de articulações teórico-conceituais sem deformar os conceitos. Ambas se aproximam pela orientação das ações por meio do interesse público. Contudo, os conceitos se distanciam no que diz respeito ao protagonismo das ações e à sua orientação específica: na governança pública a orientação é o interesse público estatal e o protagonismo é do Estado; na gestão social a orientação é o interesse público não estatal e o protagonismo da sociedade.

Contudo, segundo Alcântara et al (2014), o conceito de governança pública está sendo discutido mais recentemente no Brasil como um modelo (HEIDEMANN e KISSLER, 2006; SECCHI, 2009) pautado na cooperação entre Estado, mercado e sociedade em prol de objetivos comuns, assim, inicialmente, apresenta proximidades como o conceito de gestão social.

Diante das variedades de constructos conceituais e teóricos do termo governança, Alcântara et al argumenta que "vemos que o modelo da governança pública seria uma superação do modelo de administração pública gerencial e do governo empreendedor.

Para Ronconi (2008), a Governança Pública pressupõe relações conflituosas, marcadas por consensos, dissensos e conflitos, devido ao fato de ser um tipo de gestão do Estado. Essa, por sua vez, articula as dimensões econômico-financeira, institucional-administrativa e sociopolítica, interagindo com sociedade civil e mercado. Essa interação ocorre, de acordo com a autora, em função do surgimento de demandas por uma gestão públicas. compartilhada das políticas Governança Pública, a gestão da coisa pública envolve a participação de diversos atores e gera espaços participativos de decisão e controle social.

Na tese de Ronconi (2008), baseado na obra de Jann (2002), foram consideradas como implicações práticas da governança:

- a co-produção dos serviços públicos
- a interação entre Estado, mercado e sociedade civil
- compartilhamento de responsabilidades
- cooperação e diálogos

Segundo Ronconi (2008), a partir dessas implicações o cidadão não se limita apenas a fazer reivindicações ao Estado, mas sim participa dos processos decisórios nas instâncias deliberativas constituídas pelo Estado. Além dessa dimensão sociopolítica da gestão, preocupada com a participação da sociedade nos processos decisórios, o modelo de Governança Pública busca também o eauilíbrio com a dimensão institucionaladministrativa, vinculada às questões administração (planejamento, direção, controle) e



articulação do arranjo institucional da Governança Pública.

Para o Tribunal de Contas da União, à luz de várias fontes consultadas, foram sintetizados conceitos, fundamentos e princípios relevantes para a compreensão e a melhoria da governança e da gestão no contexto do setor público. Resultou dessa análise a formulação da seguinte conceituação:

"Governança no setor público compreende essencialmente os mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a atuação da gestão, com vistas à condução de políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade" (TCU, 2014).

2.4 Governança nas Instituições de Ensino Superior

Para Cardozo (2012) as transformações em nível mundial que estão ocorrendo no ambiente das organizações empresariais e nos mercados em termos de ordem econômica e política atingem também as IES. Sendo as IES peça chave na engrenagem da modernização desempenhando um papel central fundamental no século XXI.

As imposições do livre mercado acabam por substituir atribuições, funções e demandas concedidas às IES, relacionadas ao desenvolvimento técnico e científico da sociedade. As pressões internas e externas que resultam em reformas no governo do ensino superior estão seguindo, em grande parte, o mesmo padrão, e este ambiente, resultante de mudanças diversas, é benéfico tanto para o governo, como para as instituições CARDOZO, (2012).

Ainda segundo Cardozo (2012) a expansão do ensino superior no Brasil, nos últimos anos, é explicada por um conjunto de fatores que envolvem o aumento do número de matrículas no ensino médio, a flexibilização dos critérios de abertura de novos cursos promovidos pelo Ministério da Educação, o reconhecimento contemporâneo da relação entre qualificação e empregabilidade, bem como os programas de concessão de bolsas de estudos e ampliação de acesso e permanência dos alunos na educação superior, tais como o Programa Universidade para Todos (PROUNI) e o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI).

Neste contexto de mudança e crescimento da educação superior no País, leva o setor a mudar sua filosofia nos processos de gestão, exigindo da administração das IES um maior detalhamento das informações dos resultados (MURARO, SOUZA e DIEHL, 2007; LOURENÇO e KNOP, 2011; MEC, 2012).

O crescimento do número de IES no Brasil e as mudanças ocorridas no cenário econômico nacional modificaram o mercado de ensino. O ensino superior agrega valor que pode ser vendido e comprado no comércio. A acirrada competição, a busca por maior qualidade, os recursos escassos e a necessidade de prestar contas de avaliação acadêmica e institucional são outros percalços enfrentados pelas IES (CARDOZO, 2012).

Além destes aspectos de gestão do ensino superior, segundo Enders (2004) apud Cardozo (2012), mesmo considerando diferenças de contexto nacional, período histórico ou setor específico, as funções das IES estão fortemente envolvidas em todo tipo de atividade econômica e social e, além disso, devem considerar que não há nenhum tipo de estabilidade nas relações com a sociedade e que não é possível agradar e suprir as necessidades de todas as partes. Nesse sentido, o autor ainda destaca que são "multiuso" e "multiprodutos" provenientes da contribuição na geração e na transmissão da ideologia, na seleção e formação de elites, no desenvolvimento social, cultural e educacional, na atualização das sociedades, na produção e aplicação do conhecimento e na formação da força de trabalho altamente qualificada.

Esse processo de transformação também passa pelo contexto das instituições públicas, que vêm experimentando e sofrendo mudanças em sua atuação desde a década de 1990. Dentre estas mudanças, está a implementação de uma filosofia gerencial", chamada de "gestão pública demandando a necessidade de profissionais e desenvolvimento de gestores públicos com competências para enfrentar as situações profissionais complexas que permeiam a gestão pública, além do fato de uma sociedade que, cada vez mais, cultiva uma postura mais ativa, exigindo celeridade e qualidade na prestação dos serviços governamentais (CARDOZO, 2012).

O surgimento, o desenvolvimento e a expansão das IFES acompanham acontecimentos históricos, culturais e políticos que exerceram influência na estrutura, nos valores e na organização das atuais políticas públicas de educação. Inseridas na administração pública, as universidades públicas, por exemplo, são constituídas como autarquias ou fundações e são dependentes de recursos públicos, fato este que as obriga a prestar contas do uso de seus recursos com transparência (CARDOZO, 2012).

Cardozo diz que, considerando que as IES, de forma geral, passam a ser vistas como empresas convencionais e, diante de seus diversos envolvidos com interesses próprios e nem sempre igualitários, surge a necessidade de transparência, prestação de



contas e, sobretudo, uma nova forma de governar que, no contexto das IES privadas, passa pela abertura de capital, pela necessidade de investimentos, pela captação de recursos menos onerosos e pelo fortalecimento do mercado neste setor. No contexto das IES públicas, a necessidade de boas práticas de governança vai além dos interesses comerciais e, diante das reformas recentes que consagram mais autonomia em matéria de governação e liberdade para gerir os seus próprios assuntos, a participação popular é dependente da transparência nas informações operacionais, orçamentárias, institucionais, de desempenho e de demais ações governamentais (COUGHLIN, HOEY e HIRANO-NAKANISHI, 2009; ROSSETTO, 2009; PLATT NETO e CRUZ, 2009; MARQUES, 2012).

No Brasil, afirma Cardozo "a educação superior é amplamente regulamentada pelo Governo Federal, que estabelece praticamente todos os critérios e requisitos para que as IES sejam criadas, credenciadas, autorizadas e reconhecidas, bem como a forma como devem atuar. No caso das universidades públicas, estas são cobradas tanto por seu papel social, como por ser uma entidade pública pautada pela necessidade em administrar seus recursos e se preocupar com os anseios da sociedade. Nesse contexto, as instituições públicas de ensino superior brasileiras afetam e são afetadas diretamente pela sociedade na qual estão inseridas, tanto pela forma como são subsidiadas, como pela credibilidade e responsabilidade depositada pela sociedade".

Para Marques (2012) apud Cardozo (2012), sistemas eficazes de governança nas universidades públicas requerem separação das funções executivas e de responsabilidade dentro da organização, cujo fator determinante é o princípio da liberdade acadêmica.

Cardozo (2012) finaliza dizendo que a abrangência da contribuição e das expectativas geradas pelas universidades públicas perante a sociedade requer um nível de qualidade na melhoria das estruturas de governança seja na prestação de contas, transparência, aspectos éticos e nas demais responsabilidades, é crucial".

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo identificar os conceitos subjacentes ao termo de governança e seus desdobramentos para as Instituições de Ensino Superior. Para tanto, foi realizado uma pesquisa bibliográfica com os descritores "governança", "governança pública" e "governança nas

Instituições de Ensino Superior (IES)" nos principais periódicos, dissertações e teses.

Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias.

Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança.

Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos no que tange a visibilidade de suas ações perante a sociedade.

4. REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, V. C., SILVA, E. A. F., PEREIRA, J. R.. Gestão *Social e Governança Pública: Aproximações e (De)Limitações Teórico-Conceituais.* In:VI EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 16 a 18 de novembro. Belo Horizonte: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2014.

CARDOZO, M. A.. A evidenciação das políticas de governança nas IFES: um estudo nas Universidades Federais do sul do Brasil . 2012. 175 f. Dissertação em Contabilidade - Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

DUARTE, R. S. ; <u>KHALIL, R. O.</u> ; QUELHAS, O. L. G. . Governança: uma Ferramenta Desconhecida Pelas Instituições de Ensino?. 2007. In: SEGeT2007 - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2007, Rio de Janeiro. Associação Educacional Dom Bosco, 2007.

FIGUEIREDO, V. S.; SANTOS, J. L.. Transparência e controle social na administração pública. Temas de Administração Pública (UNESP. Araraquara), v. 8, p. 20-40, 2013.

KISSLER, L..; HEIDEMANN, F. G.. Governança Pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, Mercado e Sociedade?. RAP. Revista Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro/RJ, v. 40, n.3/2006, p. 479-499, 2006.



MacLennan, Maria Laura Ferranty; AVRICHIR, I. A prática da replicação em pesquisas do tipo survey em Administração de Empresas. Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP), v. 14, p. 39-61, 2013.

PROCOPIUCK, Mário e FREY, Klaus. Governança e Interações Multiatores em Redes de Políticas. In: Administração Pública e Fundamentos da Administração Pública. Análise e Avaliação. Governança e Redes de Políticas Administração Judiciária. Mário Procopiuck. São Paulo: Editora Atlas, v. 1, 2013, p. 169-208.

PROCOPIUCK, MARIO e FREY, KLAUS. Governança e redes em políticas de caráter público. In: EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 12 a 14 de novembro. Salvador: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2008.

RAQUEL, I.; VAN BELLEN, H. M.. Contribuição à Concepção da Governança Pública: Uma Análise a partir da Visão de Especialistas. In: XXXVI EnAnpad, 2012, Rio de Janeiro. Anais do XXXVI EnAnpad, 2012.

RAQUEL, I.. Governança Pública: A Consolidação de uma Matriz com Atributos que Caracterizam o Tema, na Perspectiva de Especialistas. 2012. 175 f. Dissertação em Administração - Centro Sócio-

Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

RODRIGUES, A. L.; MALO, M. C.. Estruturas de Governança e Empreendedorismo Coletivo: o Caso dos Doutores da Alegria. RAC – Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro/RJ, v. 10, n. 3, 2006, p. 29-50, 2006.

RONCONI, L. F. A.. A Secretaria Nacional de Economia Solidária: uma experiência de governança pública. 2008. 279 f. Tese em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

TCU. Governança Pública: referencial básico de governança aplicável a órgãos e entidades da administração pública e ações indutoras de melhoria / Tribunal de Contas da União. – Brasília: TCU, Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão, 2014. 96 p.

VICENTE, E. F. R; SCHEFFER, E. O. Governança e Internet: um estudo de caso sobre a divulgação de dados da Administração Pública sob a ótica dos princípios da governança pública - doi: 10.5102/un.gti.v3i2.2412. Universitas: Gestão e TI, v. 3, p. 69-78, 2014. trabalho".



GOVERNANÇA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Santos, Mário Rosa dos, <u>mrosa@gmail.com</u> Silva, André Vasconcelos, <u>profandrevs@hotmail.com</u> Chaves, Manoel Rodrigues, <u>manoelufg@gmail.com</u> Souza, Carla Mendonça de, carlamsouza1986@hotmail.com

¹Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional,Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

²Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

³Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

⁴Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

Resumo: Adotar um processo de gestão com base em princípios da governança é um desafio para os gestores de qualquer organização, especialmente daquelas cuja missão é a educação e o ensino. Diante desse desafio, Tratase de uma pesquisa exploratória e qualitativa, onde foi realizado um mapeamento bibliográfico nos principais periódicos, dissertações e teses com os descritores "governança", "governança pública", "governança nas Instituições de Ensino Superior". Este artigo tem o como objetivo apresentar um estudo reflexivo da produção científica sobre governança, governança pública e governança nas Instituições de Ensino Superior, bem como propor planos de ações de uma "boa governança". Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias. Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança. Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos.

Palavras-chave: governança, Instituição de Ensino Superior, administração pública, governança pública.

1. INTRODUÇÃO

A administração pública tem sido alvo de controvérsias a respeito da transparência de seus atos. Em países democráticos, a transparência superficial - não tanto pela dotação de recursos, mas pela sua aplicabilidade - se transforma em fator altamente questionável pela sociedade, o que, em muitos casos, tornam ocultas as informações da gestão pública, comprometendo a credibilidade sobre a assertiva desses atos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013).

A cobrança da sociedade por visibilidade está vinculada à necessidade de abrir acesso ao conteúdo informacional dos atos e gastos efetivados pelo governo. O conhecimento pleno daqueles atos, por si só, não atende às expectativas do cidadão, que, também, exige qualidade informacional, em espaço temporal. Uma sociedade participativa consciente

da atuação dos seus representados desempenha, de forma mais satisfatória, o exercício da democracia quando tem o livre arbítrio de opinar e fiscalizar os gastos públicos (FIGUEIREDO e SANTOS, 2013)

O cenário econômico nacional vem sofrendo profundas alterações nos últimos anos e isso se reflete em profundas transformações no campo das políticas públicas, inclusive nas Instituições de Ensino Superior (DUARTE, KHALIL E QUELHAS, 2007).

Segundo Duarte, as organizações tanto no setor público quanto no setor privado, estão passando por mudanças na sua reestruturação, propiciando novos modelos de gestão sustentada nos princípios da transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Estes conceitos e princípios do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2003) podem ser aplicados em qualquer Organização, independente da atividade



fim. Com isso, as instituições de serviço educacionais podem ser incluídas como laboratório de experimentos deste novo modelo de gestão (DUARTE et al., 2007).

Para Vicente e Scheffer (2013) o setor público vem sofrendo um complexo processo de reforma em sua estrutura, situação que requer adaptação contínua às mudanças ambientais e de ajustamento às pessoas, às leis e à sociedade. A busca de mecanismos capazes de lidar com essa nova realidade e desenvolver processos institucionais que promovam maior estímulo à eficiência, à produtividade, à transparência, à prestação de contas e à participação efetiva de cada cidadão na gestão pública é busca constante na Administração Pública moderna e um dos grandes desafios do setor público na atualidade. Essa nova realidade social, a necessidade de modernização e inovação na gestão pública, deu origem a um novo estilo de governar, que muitos autores definem como Governança Pública ou como Governança (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Neste contexto, a Governança Pública passa a ser orientada para as formas de interações entre seus stakeholders, dentro de um processo de cooperação e de interação buscando construir um ambiente sustentável para todos. Sendo a governança constituída a partir da participação crescente da sociedade, é imprescindível que todos os envolvidos tenham acesso à informação, conheçam os processos e participem efetivamente na gestão (VICENTE e SCHEFFER, 2013).

Dentro desta perspectiva, este estudo, percorreu um caminho metodológico que primeiramente apresenta um referencial bibliográfico sobre o tema governança e seus desdobramentos nas IES.

Posteriormente, este estudo tem ainda como objetivo propor planos de ações para as instituições de Ensino Superior.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Governança nas Organizações

Segundo Cardozo (2012) nos estudos iniciais, o tema governança era mais associado ao setor privado, mas com a necessidade da sociedade em acompanhar de maneira efetiva o que ocorre na gestão pública, a governança no setor público mostra-se um tema importante para pesquisas.

Os motivos atribuídos pelos diversos autores ao surgimento da governança passam pelo surgimento e pela expansão das empresas, o que pode levar a problemas de agência, conflito de interesses, aquisição e distribuição de poder, transparências em suas ações e o relato dos seus resultados, bem como escândalos financeiros (FONTES FILHO, 2003;

TSAI e YAMAMOTO, 2005; BENEDICTO, RODRIGUES e ABBUD, 2008; MATIAS-PEREIRA, 2010a; VIANA, 2010).

A governança para Cardozo (2012), é um termo que vem sendo usado em diferentes contextos e com significados, muitas vezes, distintos. A governança exige flexibilidade, experimentação e aprendizagem e, com isso, torna-se multifacetada e plural. O conceito de governança já superou seus aspectos mais operacionais, incorporando novos elementos de interesse, tais como redes sociais informais, hierarquias e associações de diversos tipos e, mesmo sem um conceito único e definitivo, engloba como uma organização é gerenciada, sua estrutura, cultura, políticas, estratégias e formas de lidar com suas diversas partes interessadas (OECD, 2011; ANAO, 2002; WARING et al., 2006; MATIAS-PEREIRA, 2010a; MATIAS-PEREIRA, 2010b; VIANA, 2010).

Nessa mesma linha de pensamento, Procopiuck e Frey (2008) argumentam que na atualidade a governança passou a significar "um novo modo de governar", diferente do modelo hierárquico e tradicional. Governar em redes de políticas como uma forma específica de governança, como mecanismos para mobilizar recursos políticos que se encontram dispersos entre os atores públicos e privados. Assim, os sistemas de governança buscam conceber e conduzir processos políticos voltados à construção de padrões de interação entre a sociedade civil, o governo e o mercado com objetivo de viabilizar ações de caráter público. O conceito de governança busca, então, enfatizar as relações ou interações formais e informais entre atores pertencentes aos diferentes setores da sociedade em torno de questões que envolvam os interesses públicos. Entre o mercado e a hierarquia, as redes de governança surgem como um terceiro tipo de coordenação social. Para Procopiuck e Frey (2008), nesse tipo de redes, "a reciprocidade e interdependência, não a competição, caracterizam as relações, que são sedimentadas na confiança e no mútuo ajustamento entre as partes".

Assim, para Procopiuck (2013), o conceito de rede emerge como uma nova forma de governo que passa a permear e a balizar as relações econômicas, sociais e políticas travadas por conjuntos de novos atores em novos ambientes estruturados pelas tecnologias de informação e comunicação.

A governança para Procopiuck (2013), não elimina, mas reforça o papel empreendedor, facilitador, mediador, dirimidor de conflitos, negociador e formulador de regras que corresponde aos governos, contudo, reconhece que algumas destas funções podem ser também exercidas por outros atores do setor privado ou da sociedade civil.



Na tentativa de delinear sua pesquisa sobre governança pública, Cardozo (2012) cita alguns conceitos de autores que pesquisam sobre a temática. Para Matias-Pereira (2010a), governança refere-se ao tratamento da aquisição e distribuição de poder da sociedade. Fontes Filho (2003) destaca que a governança está associada às formas como as entidades interagem com as expectativas dos diversos stakeholders. Waring et al. (2006) corroboram, afirmando que uma boa governança objetiva estabelecer políticas capazes de orientar ações de uma organização a partir de valores éticos, objetivos e estratégias adequadas e claramente articuladas, atendendo, assim, às expectativas e às necessidades sem infringir políticas, leis e regulamentos estabelecidos. Nesse sentido, de acordo com o ANAO (2002), governança tem um alcance muito amplo, vai além do gerenciamento, estabelecendo estruturas capazes de lidar com cultura, direção e organização geral das políticas das entidades.

No que se refere especificamente à governança corporativa, esta diz respeito à forma como as corporações são governadas, envolvendo questões relativas aos mecanismos que conferem legitimidade e organização, bem como, questões atribuídas à relação dos proprietários, investidores e gestores (CARDOZO, 2012).

Segundo o IBGC (2009, p. 19), "Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, Conselho de Administração, Diretoria e Órgãos de Controle.

Cardozo (2012) conclui que "pode-se definir governança como um conjunto de práticas e recomendações capaz de fazer com que uma organização cumpra além das que são estabelecidas legalmente, normas que a permitam tornar-se transparente, ética, responsável e justa com todos os envolvidos".

2.2 Princípios de governança

Para delimitar os princípios de governança, Cardozo (2012) diz que "as diferenças organizacionais permeiam o estilo, a estrutura e o enfoque atribuído ao emprego das boas práticas, seja em organizações públicas ou privadas".

Os princípios básicos de governança corporativa, segundo o IBGC (2009), são a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability) e a responsabilidade corporativa. Benedicto, Rodrigues e Abbud (2008) consideram os mesmos princípios e ainda acrescentam a ética como base do progresso financeiro, econômico e social.

Para Matias-Pereira (2010a), tais princípios básicos, que ele destaca como transparência (disclosure), equidade (fairness), cumprimento das leis (compliance), prestação de contas (accountability) e conduta ética, norteiam os rumos tanto dos segmentos dos setores privados como dos setores públicos.

No que se refere especificamente ao setor público, segundo ANAO (2002), os princípios de governança que dizem respeito às qualidades pessoais são a liderança, o compromisso e a integridade, e os que dizem respeito às estratégias, sistemas, políticas e processos adequados são a responsabilização (accountability), a transparência e a integração.

Para o IFAC (2001), no contexto do setor público, os princípios de governança são: a abertura, a integridade e a responsabilização e, ainda, conforme o documento são princípios voltados aos padrões de comportamento: a liderança, os códigos de conduta, a objetividade, a integridade e a honestidade. Ainda, de acordo com o IFAC (2001), as entidades do setor público estão sujeitas a formas de prestação de contas com uma complexidade que atinge objetivos políticos, econômicos e sociais para vários intervenientes que, de certa forma, podem diferenciar-se da prestação de contas de uma empresa do setor privado.

A ANAO (2002) destaca que, para implementar eficazmente todos os elementos de governança, é necessário um forte compromisso de todos os participantes, de forma orientada e envolvendo uma melhor comunicação.

Cardozo (2012) conclui que para efeito de sua pesquisa sobre a evidenciação das políticas de governança nas IFES irá utilizar como princípios de governança: a Transparência (Disclosure), a Prestação de Contas (Accountability), a Equidade (Fairness), o Cumprimento de Leis (Compliance), a Ética (ethics), a Liderança (Leadership) e o Compromisso (Commitment)".

2.3 Governança no setor público

Para Kissler e Heidemann (2006), não existe um conceito único de governança pública, mas antes uma série de diferentes pontos de partida para uma nova estruturação das relações entre o Estado e suas instituições nos níveis federal, estadual e municipal, por um lado, e as organizações privadas, com e sem fins lucrativos, bem como os atores da sociedade civil (coletivos e individuais), por outro.

No presente contexto temático, propõe-se entender *governança* como uma nova geração de reformas administrativas e de Estado, que têm como objeto a ação conjunta, levada a efeito de forma eficaz, transparente e compartilhada, pelo



Estado, pelas empresas e pela sociedade civil, visando uma solução inovadora dos problemas sociais e criando possibilidades e chances de um desenvolvimento futuro sustentável para todos os participantes. (Löffer, 2001:212).

Sob a ótica da ciência política, a governança pública está associada a uma mudança na gestão política. Ao novo modelo somam-se a negociação, a comunicação e a confiança que "por meio de redes interorganizacionais, que podem ser formadas por representantes de organizações políticas e administrativas, associações, empresas e sociedades civis, com ou sem a participação estatal" (Jann, 2003:449).

Estado, mercado, redes sociais e comunidades constituem mecanismos institucionais de regulamentação, que se articulam em diferentes composições ou arranjos (Heidemann e Kissler, 2006).

Com base nas experiências práticas e os resultados científicos sobre o funcionamento das redes locais e parcerias, coincidem em vários aspectos com os resultados empíricos sobre os Pactos Municipais de Trabalho realizados por Heidemann e Kissler (2006) que a governança se realiza, na prática por meio: Enfoque pluralista que marcam as concepções de Governança Pública abertos aos diferentes atores interessados em participar; novo modelo político constituído pelas alianças e redes; consenso e cooperação nas relações entre os atores; negócio de troca que ocorre nas alianças e nas redes através do princípio da reciprocidade; acordo entre os aliados; condução que são necessárias ao coordenação desenvolvimento das alianças e das redes; e por fim o modelo de Governança Pública pressupõe a aprovação dos atores participantes e de suas organizações.

Segundo Raquel e Van Bellen (2012), as reformas implementadas na administração pública nos últimos anos propiciaram mais dinamismo, eficiência e profissionalização do setor público. A administração publica Burocrática foi parcialmente substituída pela Nova Administração Pública e agora para uma perspectiva de Governança Pública. O campo teórico da ciência da administração pública e da ciência política está aperfeiçoando o entendimento sobre a Governança Pública. A concepção de governança defendida por Pierre e Peters (2000) consiste na capacidade do Estado em desenvolver políticas, a partir de formas institucionais colaborativas, visando atender a interesses coletivos.

Alcântara et al (2014) ao tratar da conceituação de governança pública faz uma aproximação e delimitação no campo teórico-conceituais entre gestão social e governança pública. Busca na

"redução sociológica de Guerreiro Ramos a possibilidade de articulações teórico-conceituais sem deformar os conceitos. Ambas se aproximam pela orientação das ações por meio do interesse público. Contudo, os conceitos se distanciam no que diz respeito ao protagonismo das ações e à sua orientação específica: na governança pública a orientação é o interesse público estatal e o protagonismo é do Estado; na gestão social a orientação é o interesse público não estatal e o protagonismo da sociedade.

Contudo, segundo Alcântara et al (2014), o conceito de governança pública está sendo discutido mais recentemente no Brasil como um modelo (HEIDEMANN e KISSLER, 2006; SECCHI, 2009) pautado na cooperação entre Estado, mercado e sociedade em prol de objetivos comuns, assim, inicialmente, apresenta proximidades como o conceito de gestão social.

Diante das variedades de constructos conceituais e teóricos do termo governança, Alcântara et al argumenta que "vemos que o modelo da governança pública seria uma superação do modelo de administração pública gerencial e do governo empreendedor.

Para Ronconi (2008), a Governança Pública pressupõe relações conflituosas, marcadas por consensos, dissensos e conflitos, devido ao fato de ser um tipo de gestão do Estado. Essa, por sua vez, articula as dimensões econômico-financeira, institucional-administrativa e sociopolítica, interagindo com sociedade civil e mercado. Essa interação ocorre, de acordo com a autora, em função do surgimento de demandas por uma gestão públicas. compartilhada das políticas Governança Pública, a gestão da coisa pública envolve a participação de diversos atores e gera espaços participativos de decisão e controle social.

Na tese de Ronconi (2008), baseado na obra de Jann (2002), foram consideradas como implicações práticas da governança:

- a co-produção dos serviços públicos
- a interação entre Estado, mercado e sociedade civil
- compartilhamento de responsabilidades
- cooperação e diálogos

Segundo Ronconi (2008), a partir dessas implicações o cidadão não se limita apenas a fazer reivindicações ao Estado, mas sim participa dos processos decisórios nas instâncias deliberativas constituídas pelo Estado. Além dessa dimensão sociopolítica da gestão, preocupada com a participação da sociedade nos processos decisórios, o modelo de Governança Pública busca também o eauilíbrio com a dimensão institucionaladministrativa, vinculada às questões administração (planejamento, direção, controle) e



articulação do arranjo institucional da Governança Pública.

Para o Tribunal de Contas da União, à luz de várias fontes consultadas, foram sintetizados conceitos, fundamentos e princípios relevantes para a compreensão e a melhoria da governança e da gestão no contexto do setor público. Resultou dessa análise a formulação da seguinte conceituação:

"Governança no setor público compreende essencialmente os mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a atuação da gestão, com vistas à condução de políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade" (TCU, 2014).

2.4 Governança nas Instituições de Ensino Superior

Para Cardozo (2012) as transformações em nível mundial que estão ocorrendo no ambiente das organizações empresariais e nos mercados em termos de ordem econômica e política atingem também as IES. Sendo as IES peça chave na engrenagem da modernização desempenhando um papel central fundamental no século XXI.

As imposições do livre mercado acabam por substituir atribuições, funções e demandas concedidas às IES, relacionadas ao desenvolvimento técnico e científico da sociedade. As pressões internas e externas que resultam em reformas no governo do ensino superior estão seguindo, em grande parte, o mesmo padrão, e este ambiente, resultante de mudanças diversas, é benéfico tanto para o governo, como para as instituições CARDOZO, (2012).

Ainda segundo Cardozo (2012) a expansão do ensino superior no Brasil, nos últimos anos, é explicada por um conjunto de fatores que envolvem o aumento do número de matrículas no ensino médio, a flexibilização dos critérios de abertura de novos cursos promovidos pelo Ministério da Educação, o reconhecimento contemporâneo da relação entre qualificação e empregabilidade, bem como os programas de concessão de bolsas de estudos e ampliação de acesso e permanência dos alunos na educação superior, tais como o Programa Universidade para Todos (PROUNI) e o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI).

Neste contexto de mudança e crescimento da educação superior no País, leva o setor a mudar sua filosofia nos processos de gestão, exigindo da administração das IES um maior detalhamento das informações dos resultados (MURARO, SOUZA e DIEHL, 2007; LOURENÇO e KNOP, 2011; MEC, 2012).

O crescimento do número de IES no Brasil e as mudanças ocorridas no cenário econômico nacional modificaram o mercado de ensino. O ensino superior agrega valor que pode ser vendido e comprado no comércio. A acirrada competição, a busca por maior qualidade, os recursos escassos e a necessidade de prestar contas de avaliação acadêmica e institucional são outros percalços enfrentados pelas IES (CARDOZO, 2012).

Além destes aspectos de gestão do ensino superior, segundo Enders (2004) apud Cardozo (2012), mesmo considerando diferenças de contexto nacional, período histórico ou setor específico, as funções das IES estão fortemente envolvidas em todo tipo de atividade econômica e social e, além disso, devem considerar que não há nenhum tipo de estabilidade nas relações com a sociedade e que não é possível agradar e suprir as necessidades de todas as partes. Nesse sentido, o autor ainda destaca que são "multiuso" e "multiprodutos" provenientes da contribuição na geração e na transmissão da ideologia, na seleção e formação de elites, no desenvolvimento social, cultural e educacional, na atualização das sociedades, na produção e aplicação do conhecimento e na formação da força de trabalho altamente qualificada.

Esse processo de transformação também passa pelo contexto das instituições públicas, que vêm experimentando e sofrendo mudanças em sua atuação desde a década de 1990. Dentre estas mudanças, está a implementação de uma filosofia gerencial", chamada de "gestão pública demandando a necessidade de profissionais e desenvolvimento de gestores públicos com competências para enfrentar as situações profissionais complexas que permeiam a gestão pública, além do fato de uma sociedade que, cada vez mais, cultiva uma postura mais ativa, exigindo celeridade e qualidade na prestação dos serviços governamentais (CARDOZO, 2012).

O surgimento, o desenvolvimento e a expansão das IFES acompanham acontecimentos históricos, culturais e políticos que exerceram influência na estrutura, nos valores e na organização das atuais políticas públicas de educação. Inseridas na administração pública, as universidades públicas, por exemplo, são constituídas como autarquias ou fundações e são dependentes de recursos públicos, fato este que as obriga a prestar contas do uso de seus recursos com transparência (CARDOZO, 2012).

Cardozo diz que, considerando que as IES, de forma geral, passam a ser vistas como empresas convencionais e, diante de seus diversos envolvidos com interesses próprios e nem sempre igualitários, surge a necessidade de transparência, prestação de



contas e, sobretudo, uma nova forma de governar que, no contexto das IES privadas, passa pela abertura de capital, pela necessidade de investimentos, pela captação de recursos menos onerosos e pelo fortalecimento do mercado neste setor. No contexto das IES públicas, a necessidade de boas práticas de governança vai além dos interesses comerciais e, diante das reformas recentes que consagram mais autonomia em matéria de governação e liberdade para gerir os seus próprios assuntos, a participação popular é dependente da transparência nas informações operacionais, orçamentárias, institucionais, de desempenho e de demais ações governamentais (COUGHLIN, HOEY e HIRANO-NAKANISHI, 2009; ROSSETTO, 2009; PLATT NETO e CRUZ, 2009; MARQUES, 2012).

No Brasil, afirma Cardozo "a educação superior é amplamente regulamentada pelo Governo Federal, que estabelece praticamente todos os critérios e requisitos para que as IES sejam criadas, credenciadas, autorizadas e reconhecidas, bem como a forma como devem atuar. No caso das universidades públicas, estas são cobradas tanto por seu papel social, como por ser uma entidade pública pautada pela necessidade em administrar seus recursos e se preocupar com os anseios da sociedade. Nesse contexto, as instituições públicas de ensino superior brasileiras afetam e são afetadas diretamente pela sociedade na qual estão inseridas, tanto pela forma como são subsidiadas, como pela credibilidade e responsabilidade depositada pela sociedade".

Para Marques (2012) apud Cardozo (2012), sistemas eficazes de governança nas universidades públicas requerem separação das funções executivas e de responsabilidade dentro da organização, cujo fator determinante é o princípio da liberdade acadêmica.

Cardozo (2012) finaliza dizendo que a abrangência da contribuição e das expectativas geradas pelas universidades públicas perante a sociedade requer um nível de qualidade na melhoria das estruturas de governança seja na prestação de contas, transparência, aspectos éticos e nas demais responsabilidades, é crucial".

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo identificar os conceitos subjacentes ao termo de governança e seus desdobramentos para as Instituições de Ensino Superior. Para tanto, foi realizado uma pesquisa bibliográfica com os descritores "governança", "governança pública" e "governança nas

Instituições de Ensino Superior (IES)" nos principais periódicos, dissertações e teses.

Como resultado desta pesquisa pode-se concluir que não existe consenso entre os autores pesquisados um conceito universal sobre governança. Isso se deve ao fato de que a governança é estudada e discutida pelas várias áreas do conhecimento, cada qual com suas especificidades e epistemologias.

Contudo, há de se considerar a grande importância que a compreensão das dinâmicas gerenciais das IES são um avanço na compreensão da governança e das IES em contexto de mudança.

Acredita-se que, se adotados, os princípios de governança analisados neste estudo, quais sejam: a transparência, a equidade, a prestação de contas (accountability), ética e a responsabilidade corporativa poderão contribuir para superação de alguns dos desafios enfrentados pelos gestores públicos no que tange a visibilidade de suas ações perante a sociedade.

4. REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, V. C., SILVA, E. A. F., PEREIRA, J. R.. Gestão *Social e Governança Pública: Aproximações e (De)Limitações Teórico-Conceituais.* In:VI EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 16 a 18 de novembro. Belo Horizonte: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2014.

CARDOZO, M. A.. A evidenciação das políticas de governança nas IFES: um estudo nas Universidades Federais do sul do Brasil . 2012. 175 f. Dissertação em Contabilidade - Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

DUARTE, R. S. ; <u>KHALIL, R. O.</u> ; QUELHAS, O. L. G. . Governança: uma Ferramenta Desconhecida Pelas Instituições de Ensino?. 2007. In: SEGeT2007 - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2007, Rio de Janeiro. Associação Educacional Dom Bosco, 2007.

FIGUEIREDO, V. S.; SANTOS, J. L.. Transparência e controle social na administração pública. Temas de Administração Pública (UNESP. Araraquara), v. 8, p. 20-40, 2013.

KISSLER, L..; HEIDEMANN, F. G. . Governança Pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, Mercado e Sociedade?. RAP. Revista Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro/RJ, v. 40, n.3/2006, p. 479-499, 2006.



MacLennan, Maria Laura Ferranty; AVRICHIR, I. A prática da replicação em pesquisas do tipo survey em Administração de Empresas. Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP), v. 14, p. 39-61, 2013.

PROCOPIUCK, Mário e FREY, Klaus. Governança e Interações Multiatores em Redes de Políticas. In: Administração Pública e Fundamentos da Administração Pública. Análise e Avaliação. Governança e Redes de Políticas Administração Judiciária. Mário Procopiuck. São Paulo: Editora Atlas, v. 1, 2013, p. 169-208.

PROCOPIUCK, MARIO e FREY, KLAUS. Governança e redes em políticas de caráter público. In: EnAPG - Encontro de Administração Pública e Governança 2008, 12 a 14 de novembro. Salvador: ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2008.

RAQUEL, I.; VAN BELLEN, H. M.. Contribuição à Concepção da Governança Pública: Uma Análise a partir da Visão de Especialistas. In: XXXVI EnAnpad, 2012, Rio de Janeiro. Anais do XXXVI EnAnpad, 2012.

RAQUEL, I.. Governança Pública: A Consolidação de uma Matriz com Atributos que Caracterizam o Tema, na Perspectiva de Especialistas. 2012. 175 f. Dissertação em Administração - Centro Sócio-

Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2012.

RODRIGUES, A. L.; MALO, M. C.. Estruturas de Governança e Empreendedorismo Coletivo: o Caso dos Doutores da Alegria. RAC – Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro/RJ, v. 10, n. 3, 2006, p. 29-50, 2006.

RONCONI, L. F. A.. A Secretaria Nacional de Economia Solidária: uma experiência de governança pública. 2008. 279 f. Tese em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

TCU. Governança Pública: referencial básico de governança aplicável a órgãos e entidades da administração pública e ações indutoras de melhoria / Tribunal de Contas da União. – Brasília: TCU, Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão, 2014. 96 p.

VICENTE, E. F. R; SCHEFFER, E. O. Governança e Internet: um estudo de caso sobre a divulgação de dados da Administração Pública sob a ótica dos princípios da governança pública - doi: 10.5102/un.gti.v3i2.2412. Universitas: Gestão e TI, v. 3, p. 69-78, 2014. trabalho".

APLICAÇÃO DO MODELO SERVQUAL PARA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE

<u>Fernandes Nunes, Neubher</u>¹, neubheradm@gmail.com Vasconcelos da Silva, André², andre.silva.ufg@gmail.com

¹Universidade Federal de Goiás / Regional Catalão (UFG / RC)
² Universidade Federal de Goiás / Regional Catalão (UFG / RC)

Resumo: Este artigo tem como objetivo demonstrar a aplicação do modelo SERVQUAL, mediante uma pesquisa de natureza teórica-empírica de abordagem mista. A abordagem quantitativa permitiu descrever o nível de satisfação da qualidade percebido pelos clientes da empresa investigada e apontar em quais atributos que a empresa necessita melhorar, para aumentar o nível de satisfação dos serviços prestados. A abordagem qualitativa possibilitou sugerir quais estratégias a empresa necessita desenvolver, para elevar o nível de satisfação da qualidade, conquistar novos clientes e fideliza-los e manter os já existentes. Desde modo, o estudo respondeu qual o nível de satisfação da qualidade da empresa percebida pelos seus clientes, por meio da análise das expectativas e percepções dos clientes.

Palavras-chave: satisfação da qualidade, expectativas e percepções, servqual.

1. INTRODUCÃO

Em um mercado integrado cada vez mais competitivo, é precioso que as organizações tenham o foco nos clientes. Neste mercado competitivo, a qualidade dos serviços prestado deixou de ser um diferencial de mercado, passando a ser elemento essencial para as organizações que desejam conquistar novos clientes e fideliza-los, mantendo os já fidelizados de forma sustentável, gerando lucros para os proprietários ou acionistas. As empresas que têm o foco nos clientes, melhoram a qualidade de seus serviços prestados, através do que os clientes percebem como qualidade para sua satisfação, pois não adianta ter alta qualidade se os clientes não a enxergam.

Existem diversos métodos para identificar o que os clientes realmente percebem em relação à qualidade dos serviços prestado, desde modo vale ressaltar, a organização que deseja desenvolver esta qualidade percebida, deve escolher o método que melhor adapte à realidade de sua atividade, para que proporcione retorno e não apenas onere os custos.

O artigo tem o objetivo de demonstrar a aplicação do método **SERVQUAL**, neste sentido, a pesquisa busca responder o seguinte questionamento: Qual a satisfação da qualidade da Casa de Carne percebida pelos seus clientes? A respostas para este questionamento, é encontrada mediante a análise das expectativas e percepções dos clientes.

O presente estudo justifica pela importância de fornecer informações, quantitativa sobre a satisfação da qualidade de serviços prestado pela Casa de Carne e qualitativa para apontar possíveis estratégias de melhorias para ser desenvolvida pela mesma, para aumentar nível de percepção da qualidade pelos clientes.

2. MÉTODO

Para verificar a satisfação e identificar o que realmente os clientes de uma Casa de Carne, percebem como qualidade através de suas expectativas e percepções, foi utilizado o método SERQUAL, que se funda em uma pesquisa quantitativa com a finalidade de desenvolver um instrumento para medir a qualidade do serviço, levando em conta as expectativas e percepções dos clientes. O método baseia nas seguintes dimensões qualidade: Tangíveis, Confiabilidade, Atendimento, Segurança e Empatia. O método avalia a qualidade do serviço percebida pelo consumidor através da diferença entre as suas expectativas iniciais (Tab. 3) e o desempenho percebido do servico (Tab. 4).

A coleta de dados para desenvolvimento do estudo foi realizada entre 24/02/2015 a 24/04/2015 em uma Casa de Carne de Catalão-GO, mediante entrevista individual com questionários estruturados baseado no modelo **SERVQUAL**, com 13 atributos sobre as expectativas (Tab. 3) avaliadas pelos clientes em uma escala de Likert de 1 a 5 (Tab. 1) e percepções (Tab. 4) avaliadas pelos clientes em uma escala de Likert de 1 a 5 (Tab. 2).



Tabela 1. Escala de Likert para respostas do SERVQUAL expectativas

Sem	Pouco	Indiferente	Muito	Extremamente
Importância	Importante		Importante	Importante
l	2	3	4	5

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Tabela 2. Escala de Likert para respostas do SERVQUAL percepções

Péssimo	Ruim	Regular	Muito Bom	Excelente
l	2	3	4	5

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Tabela 3. Questionário A - Pesquisa de avaliação da expectativa e percepção da qualidade e satisfação

Qual a sua expectativa em relação à qualidade do serviço prestado pela Casa de Carne? Responda as 13 perguntas colocando um valor de 1 a 5 na coluna NOTA baseando na escala abaixo.

Sem Importância	Pouco Importante	Indiferente	Muito Importante	Extremamente Importante	NOTA
1	2	3	4	5	

TANGIBILIDADE

- 1. Instalações limpas e higienizadas.
- 2. Funcionários com aparência limpa e profissional.

CONFIABILIDADE

- 3. Atendimento dos funcionários.
- Habilidade e interesse da casa de came e funcionários em lidar com os desejos dos clientes (cames e cortes diferenciados).
- 5. Oferecer o serviço correto desde a primeira vez.

RESPONSIVIDADE

- 6. Prestar pronto atendimento aos clientes.
- Agilidade de responder as demandas e desejos dos clientes.

SEGURANÇA

- Funcionários que inspiram e transmitem confiança.
- Demonstrar preocupação com interesse dos clientes.
- Preço acessível.

EMPATIA

- 11. Atenção individualizada, buscando atender necessidades específicas.
- Horário de atendimento.
- 13. SATISFAÇÃO GERAL.

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Tabela 4. Questionário B - Pesquisa de avaliação da expectativa e percepção da qualidade e satisfação

Qual a sua percepção encontrada em relação à qualidade do serviço prestado pela Casa de Carne? Responda as 13 perguntas colocando um valor de 1 a 5 na coluna NOTA baseando na escala abaixo.

Péssimo	Ruim	Regular	Muito Bom	Excelente	NOTA
1	2	3	4	5	HOIA
TANGIBILID	ADE				
1. Instalações l	impas e higieniz	zadas.			
2. Funcionários	com aparência	limpa e profis	sional.		
CONFIABILI	DADE				
3. Atendimento	dos funcionári	OS.			
	e interesse da o entes (carnes e o		e funcionários e iados).	m lidar com os	
5. Oferecer o se	erviço correto d	esde a primeir	a vez.		
RESPONSIVI	DADE				
6. Prestar pront	to atendimento a	nos clientes.			
7. Agilidade de	responder as d	emandas e des	ejos dos clientes.		
SEGURANÇA	1				
8. Funcionários	que inspiram e	transmitem c	onfiança.		
9. Demonstrar	preocupação co	m interesse do	s clientes.		
10. Preço acess	ível.				
EMPATIA					
11. Atenção inc	dividualizada, b	uscando atend	er necessidades e	specíficas.	
12. Horário de	atendimento.				
13. SATISFAC	CÃO GERAL.				

Fonte: Elaboração própria dos autores.

O tamanho da amostra foi definido pela seguinte fórmula:

$$n = 1$$
 FCP = $N \times n$
 ϵ^2 N + n

Onde: N corresponde à população; n é uma constante; ϵ o erro admitido para esta pesquisa e FCP corresponde ao tamanho da amostra. O erro admitido para esta pesquisa foi de 10% (portanto o grau de confiabilidade da mesma foi 90%) e a população ativa de 42 clientes. Assim:



$$n = \frac{1}{0,10^2}$$
 $n=100$ $FCP = \frac{42 \times 100}{42 + 100}$ $FCP = 29,58$

Portanto, o tamanho da amostra para o presente estudo foi de 30 clientes, não foi utilizado método de escolha dos clientes para entrevista, foi por ordem de entrada na Casa de Carne, onde responderam os questionários enquanto eram atendidos, para darem mais atenção às perguntas e responderem de forma coerente.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

É importante reforçar o fato de esta pesquisa ter caráter exploratório, ou seja, familiarizar-se com o fenômeno que está sendo investigado, fornecendo informações qualitativa fundamentada em dados quantitativos. A pesquisa exploratória empregou conceitos existentes na pesquisa para obtenção dos resultados.

Contudo, acredita-se que as informações descritas sobre o estudo, fornecem indicações preciosas sobre a satisfação da qualidade prestada pela Casa de Carne. A seguir são apresentados os resultados do estudo alicerçado em teorias de alguns autores.

O modelo **SERVQUAL**, não trata de forma genérica a satisfação dos clientes pesquisados, quanto ao serviço prestado pela Casa de Carne, mas busca mensurar de forma mais específica dimensões da qualidade, em geral, atreladas a **tangibilidade**, **confiabilidade**, **responsividade**, **segurança e empatia**, que são desdobradas em atributos mais específicos ainda, relativos a cada uma destas dimensões conforme mostra a Fig. 1.

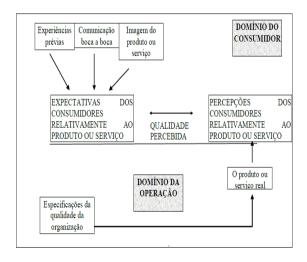


Figura 1. Lógica do modelo SERVQUAL Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985).

Os desejos e exigências dos clientes passam por constantes modificações e, por esse motivo, os serviços devem ser constantemente avaliados. Essa avaliação deve ser realizada considerando o que realmente é necessário para proporcionar serviços de qualidade. Segundo Stefano et. al. (2008) mensurar a qualidade mediante a percepção dos clientes / consumidores, por meio dos serviços que eles recebem, gera informações importantes para as empresas, e são traduzidas em benefícios.

Assim, a diferença entre a expectativa que os clientes têm do serviço e a percepção do serviço recebido, é à base do modelo **SERVQUAL**.

O modelo de GAP (falhas) originou-se de estudos realizados por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), que desenvolveram o modelo visando captar critérios para avaliação da qualidade em serviços. Os método de avaliação foram aplicados considerando os GAPs (falhas) para obter informações da percepção dos gestores sobre as expectativas dos clientes e para identificar a qualidade percebida e as expectativas dos clientes em relação aos serviços oferecidos.

Os autores expõem que os clientes avaliam a qualidade do serviço, comparando o que desejam ou esperam com aquilo obtido. O modelo define cinco GAPs (Falhas) identificadas entre as expectativas e percepções dos clientes: GAP 1 = discrepância entre expectativas dos clientes e percepções dos gestores sobre essas expectativas; GAP 2 = discrepância entre percepção dos gestores das expectativas dos clientes e especificação de qualidade nos serviços; GAP 3 = discrepância entre especificação de qualidade nos serviços e serviços realmente oferecidos; GAP 4 = discrepância entre serviços oferecidos e aquilo que é comunicado ao cliente; GAP 5 = discrepância entre o que o cliente espera receber e a percepção que ele tem dos serviços oferecidos. Os primeiros quatro GAPs contribuem para o quinto, que é exatamente onde reside o problema: expectativa do clientes versus percepção dos serviços oferecidos. Assim, a quinta lacuna foi estabelecida como uma função das quatro lacunas anteriores, isto é, GAP 5 = f (GAP 1, GAP 2, GAP 3, GAP 4). A Figura 2 apresenta o fluxograma do modelo para avaliar a qualidade percebida em serviços.



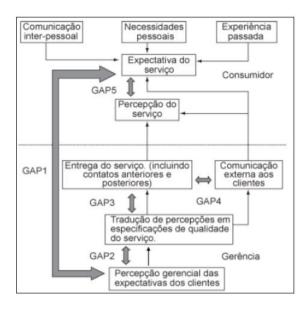


Figura 2. Modelo da qualidade serviços Fonte: Adaptado de Parasuraman, Berry & Zeithaml (1985).

O resultado da pesquisa de satisfação da qualidade de serviços prestado, realizada na Casa de Carne foi resumida na Tabela 5, para análise e desenvolvimento de informações quantitativas e qualitativas.

O atributo Q. 1 Instalações limpas e higienizadas pode ser considerado como muito bom, pois foi o mais bem pontuado em relação à percepção dos clientes na pesquisa com a nota média de 3,87, com CV de 8,94, baixa dispersão e sua expectativa com nota média de 4,43, com CV de 12,82, baixa dispersão. O atributo Q. 2 Funcionários com aparência limpa e profissional é extremante importantes para os clientes, sua expectativa obteve nota média de 4,50, com CV de 11,30 e foi percebido pela nota média de 3,40 com CV de 14,66, baixa dispersão, ou seja, qualidade de servico prestado regular. O atributo O. 4 Habilidade e interesse da casa de carne e funcionários em lidar com os desejos dos clientes (carnes e cortes diferenciados) obteve a percepção com a menor nota média de 2,07 com CV de 33,46, alta dispersão qualidade de serviço prestado ruim, a expectativa para atributo é extremamente importante obteve nota média de 3,67 com CV de 24,11, média dispersão. Percebe-se que o atributo Q. 10 Preço acessível não tem grande importância para os clientes, sua expectativa foi pontuado com nota média de 3,20 com de CV 18,06, média dispersão e sua percepção foi maior que à expectativa GAP 5 positivo 0,10, nota média de 3,30 com CV 27,71, média dispersão. O menor GAP 5 -1,83 da pesquisa está relacionado com o atributo Q. 9 Demonstrar preocupação com **interesse dos clientes**, pois a expectativa de nota média 4,07 dos clientes é bem maior que a percepção percebida nota média 2,23, sendo a qualidade do serviço prestado ruim.

Analisando a Tabela 5 por dimensões, a Tangibilidade é extremante importante para os clientes, obteve nota média da expectativa de 4,47, com CV de 12,06, baixa dispersão e percepção de 3,63 com CV de 11,80, baixa dispersão, podendo está dimensão ser considerada qualidade de serviço prestado muito bom. A dimensão Responsividade obteve nota média de expectativa de 4,03 com CV de 17,53, média dispersão, mas sua percepção foi a menor de todas as dimensões com nota média de 2,68 com CV de 7,39, baixa dispersão com o maior GAP 5 -1,35. A dimensão Segurança foi pontuada com expectativa de menor nota média 3,64, com CV de 19,99, média dispersão e sua percepção de nota média 2,94, com CV de 18,46, média dispersão com o menor GAP 5 -0,70.

Tabela 5. Médias, desvio padrão, coeficientes de variação e gap das escalas de expectativa e de percepção dos clientes da Casa de Carne

percepção dos chemes da Casa de Carne							
QUESTÕES	M (P)	M (E)	DP (P)	CV % (P)	DP (E)	CV % (E)	GAP 5 M(P) - M(E)
Q. 1	3,87	4,43	0,35	8,94	0,57	12,82	-0,57
Q. 2	3,40	4,50	0,50	14,66	0,51	11,30	-1,10
TANGIBILIDADE MÉDIAS	3,63	4,47	0,42	11,80	0,54	12,06	-0,83
Q. 3	2,97	4,07	0,41	13,95	0,37	8,98	-1,10
Q. 4	2,07	3,67	0,69	33,46	0,88	24,11	-1,60
Q. 5	3,23	4,30	0,43	13,30	0,70	16,33	-1,07
CONFIABILIDADE MÉDIAS	2,76	4,01	0,51	20,24	0,65	16,47	-1,26
Q. 6	2,63	4,03	0,49	18,61	0,18	4,53	-1,40
Q. 7	2,73	4,03	0,45	16,46	0,41	10,26	-1,30
RESPONSIVIDADE MÉDIAS	2,68	4,03	0,47	17,53	0,30	7,39	-1,35
Q. 8	3,30	3,67	0,60	18,06	0,61	16,54	-0,37
Q. 9	2,23	4,07	0,43	19,26	0,64	15,73	-1,83
Q. 10	3,30	3,20	0,60	18,06	0,89	27,71	0,10
SEGURANÇA MÉDIAS	2,94	3,64	0,54	18,46	0,71	19,99	-0,70
Q. 11	2,73	4,07	0,45	16,46	0,74	18,19	-1,33
Q. 12	3,23	3,77	0,43	13,30	0,50	13,38	-0,53
EMPATIA MÉDIAS	2,98	3,92	0,44	14,88	0,62	15,78	-0,93
Q. 13	3,17	4,00	0,38	11,97	0,26	6,57	-0,83
LEGENDA							
Maior nota da Média da Pesquisa Maior nota das Médias CV menor ou igual a 15%							

Maior nota da Média da Pesquisa Menor nota das Médias CV menor ou igual a 15%

Menor nota da Média da Pesquisa Menor nota das Médias CV entre 15 e 30%

CV maior que 30%

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Nota: M (P) - Média da Percepção; M (E) - Média da Expectativa; DP (P) - Desvio Padrão da



Percepção; DP (E) - Desvio Padrão da Expectativa, CV (P) - Coeficiente de Variação da Percepção; CV (E) - Coeficiente de Variação da Expectativa. O CV é a razão entre o desvio padrão e a média e está apresentado como porcentagem (%). Se o CV menor ou igual a 15% - Baixa dispersão - homogênea, estável; Entre 15 e 30% - Média dispersão; Maior que 30% - Alta dispersão - heterogênea.

De acordo com as informações obtidas do modelo SEROUAL fundamentadas na Tab. 5, a empresa deve melhora muito a qualidade do serviço prestado do atributo Q. 4 Habilidade e interesse da casa de carne e funcionários em lidar com os deseios dos clientes (carnes e cortes diferenciados), pois obteve a menor nota média em relação à percepção dos clientes. A dimensão Responsividade, composta pelos atributos Q. 6 Prestar pronto atendimento aos clientes e Q.7 Agilidade de responder as demandas e desejos dos clientes também deve ser melhorada, sua nota média foi a menor e todas as outras notas média ficaram entre 2 e 3, ou seja qualidade de serviço prestado ruim. As dimensões Confiabilidade (Q3. Atendimento dos funcionários, Q.4 Habilidade e interesse da casa de carne e funcionários em lidar com os desejos dos clientes (carnes e cortes diferenciados) e Q.5 Oferecer o serviço correto desde a primeira vez); Segurança (O. 8 Funcionários que inspiram e transmitem confiança e Q.9 Demonstrar preocupação com interesse dos **Empatia** (Q.11 clientes): e Atenção individualizada, buscando atender necessidades específicas) também obtiveram nota média de percepção baixa, entre 2 e 3 enquadrando o serviço prestado como ruim. E por fim a percepção dos clientes em relação ao atributo Satisfação Geral também aponta qualidade de serviço prestado ruim, com nota média de 3,17.

Para melhorar a qualidade do serviço prestado, a empresa necessita investir em treinamento dos funcionários existentes e se possível contratar novos funcionários, pois os atributos que necessitam ser melhorados estão relacionados às pessoas, funcionários e o proprietário da empresa. Depois de realizado os investimentos, há necessidade de realizar outra pesquisa, para investigar novamente a percepção percebida dos clientes em relação à qualidade do serviço prestado pela Casa de Carne, com a finalidade de comparar com esta pesquisa e constatar o que melhorou, mas vale ressaltar, também devem ser observado os custos para desenvolver as melhorias, pois se os clientes na próxima pesquisa não perceberem as melhorias, deve se desenvolver outra estratégia fundamentada nas duas pesquisas para não apenas

aumentar os custos mas também criar valor para empresa, conquistando novos clientes aumentando as vendas.

A partir do estudo realizado, verificou-se que o conhecimento da satisfação da qualidade de serviço prestado, é valioso para as empresas inseridas em um mercado integrado altamente competitivo, pois através do conhecimento do que realmente percebem os clientes, pode-se definir estratégias de melhorias para elevar a satisfação, para a conquista de novos clientes e fideliza-los mantendo os já existentes.

Neste sentido, o presente estudo respondeu qual o nível de satisfação da qualidade da Casa de Carne percebida pelos seus clientes, através da utilização do método **SERVQUAL**. Para tanto, apresentou respostas a este questionamento por meio da análise das expectativas e percepções dos clientes e por fim apontou possíveis estratégias de melhorias para ser desenvolvida pela Casa de carne, justificando a importância de desenvolvimento do estudo, que é fornecer informações qualitativas fundamentadas em dados quantitativas.

REFERÊNCIAS

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A. 1985. Conceptual model of service quality and its implications for the future research. Journal of Marketing, vol. 49, p.41-50, Fall.

STEFANO, N.; FERREIRA, A. R.; JOÃO D. J. de e GODOY, L. P. 2008. Satisfação dos clientes interno e externo mensurada através da escala SERVQUAL e do modelo GAP em uma empresa prestadora de serviços. In: Anais IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói – RJ.



APPLICATION OF SERVQUAL MODEL FOR QUALITY PERCEPTION

<u>Fernandes Nunes, Neubher</u>¹, neubheradm@gmail.com Vasconcelos da Silva, André², andre.silva.ufg@gmail.com

¹Universidade Federal de Goiás / Regional Catalão (UFG / RC)
² Universidade Federal de Goiás / Regional Catalão (UFG / RC)

Abstract: This article aims to demonstrate the application of SERVQUAL model by a theoretical and empirical research of mixed approach. The quantitative approach has allowed describe the quality satisfaction level perceived by customers and company investigated point at which attributes the company needs to improve, to increase the level of satisfaction of services provided. This qualitative approach enabled suggest what strategies the company needs to develop, to raise the level of quality satisfaction, win new customers and loyalty them and retain existing ones. In this way, the study said that the company's quality satisfaction level perceived by their customers, by the analysis of customer expectations and perceptions.

Keywords: satisfaction of quality, expectations and perceptions, servqual.

REDES SOCIAIS NO ENSINO SUPERIOR: UMA VISÃO DA TEORIA CONTINGENCIAL

Mázaro, André Luís, andremazaro@hotmail.com¹
Mázaro, Rosilda Pinto Ciríaco, rosildaciriaco@hotmail.com²
Macedo, Daniely Rodovalho, danyrmacedo@yahoo.com.br³
Alves, Michelly de Melo, michellymeloa@hotmail.com⁴
Sadoyama, Adriana Santos Prado, drisadoyama@gmail.com⁵
Leal, Geraldo Sadoyama, gsadoyama@yahoo.com.br⁶

- Secretário Geral do Centro de Ensino Superior de Catalão (CESUC) e aluno do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil
- 2. Gerente administrativa da ADR Distribuição e aluna do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil
 - 3. Enfermeira e aluna do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil
 - 4. Enfermeira e aluna do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil
 - 5. Professora da Faculdade de Educação e do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil
- 6. Professor do Departamento de Ciências Biológicas e do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás Campus Catalão, Brasil

Resumo: A intenção deste artigofoi olevantamento dos trabalhos desenvolvidos e da discussão teórica que trata sobre asredes sociais e suas influências no ensino superior no Brasil. Pautando nessasargumentações, como asredes sociais se relacionam dentro das Instituições de Ensino Superior. A metodologia utilizada para elaboração deste trabalhofoi uma pesquisa bibliográfica, por meio de um mapeamento dos trabalhos publicados na Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e o Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO) nas bases de artigos a partir de expressões-chave para o levantamento de todos os trabalhos desenvolvidos nos grupos de pesquisa no Brasil. Apesarda importância dasredes sociais nas relações entre os indivíduos e suas organizaçõesobservou-se pouca utilização desta ferramenta em pesquisas educacionais no Brasil, concluindo que as influências dasredes sociaisem educação superior brasileira é um campo de pesquisa no país ainda em fase inicial.

Palavras-chave: redes sociais, redes de relacionamento, ensino superior.

1. INTRODUCÃO

O objetivo principal deste artigo é analisar parte da discussão teórica que trata dasredes sociais e suas influências no ensino superiorbrasileiro.

A partir desta abordagem é preciso contextualizar o termo redes sociais e suas origens. Dentro da visão das ciências sociais, segundo Karl Polanyi vem do conceito de incrustação, do inglês *embeddedneess*, onde a Nova Sociologia Econômica (NSE) retrata que a economia capitalista e os indivíduos estão inseridos nas *redes* de relações sociais. A abordagem para satisfação das necessidades humanas e tem como objetivo o indivíduo que procura elevar o máximo os seus ganhos. Polanyi cita três formas de integração, sendo: reciprocidade, redistribuição e troca, este

último com uma visão mercantilista. (MACHADO, 2010).

Ao citar o indivíduo resgatam-se as relações sociais, cultura e meio ambiente que o mesmo está inserido. Segundo Lima (2013) a visão de cultura seria o conhecimento que inclui crenças, arte, moral, leis, costumes e todos os outros hábitos e aptidões adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade (Laraia, 2001 apud Lima 2013).

Ao se abordar o *Handbook* de Estudos Organizacionais, a Teoria da Contingência Estruturalestabelece que estrutura organizacional das organizações não é única, influenciada por vários fatores, como estratégias da organização, tamanho, inovação e ambiente onde estão inseridas. O indivíduo inserido ao meio com suas

necessidades psicológicas e sociais. (Donaldson, 1996 apud Clegg*et al.*, 2010).

As práticas sociais regidas pela cultura direciona o comportamento dos indivíduos, definindo o comportamento das pessoas, frente aos ambientes pautados nas crenças e valores. (Vasconcelos-Silva, Coelho-Silva, Bueno, Couto, 2013). Segundo Hofstede (1991) os indivíduos se comportam em conformidade com padrões grupais (Lima, 2013).

A partir desta visão, percebemos e sistematizamos as tendências do tema abordado, e o que levam à discussão sobre o assunto pelos pesquisadores sobre asredes sociais e a organização.

Ao fazermos o levantamento de todosos estudos feitos nas bases de dados dos trabalhos publicados na Associação Nacional de Pós-Administração Graduação e Pesquisa em (ANPAD), Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO)que envolveram redes sociais, percebemos que as discussões a respeito da mesma, na educação superior, está em fase inicial e seguiram a linha das redes de relacionamento. A revisão da literatura nos permitiu produzir alguns enfoques principais: a perspectiva conceitual sobre redes sociais e o envolvimento dos indivíduos com a organização e o relacionamento com as instituições de ensino superior.

Ao refletirmos sobre o sentido das redes sociais na educação superior equacionamos a ideia de que quando começamos um conceito de valores na educação, há o que ponderar sobre o processo para medi-la, bem como o destino a dar e as motivações que a justificam. Posto isto, falar de redes sociais noensino superior implica sabermos, o que se entende por redes sociais, e como os indivíduos se relacionam em grupos.Os vários estudos realizados chama-se a atenção para o comportamento das pessoas em grupo e a práticas sociais.

1.1 Redes Sociais

Em termos intuitivos, redes sociais são conjuntos de contatos que ligam vários atores NELSON (1984). Estes atores podem estar presentes no mesmo espaço físico de uma organização acadêmica, em uma mesma cidade ou em localidades diferentes, porém constituírem suas redes através de encontros, elaborando convênios, intercâmbio de professores e alunos, e demais métodos que possam colaborar com a troca e produção de conhecimento.

Para os teóricos de redes, seria a matéria principal da vida social: as redes concretas de relações sociais, que ao mesmo tempo incorporam e transcendem organizações e instituições convencionais Mirzuchi (2006). Este é o ponto para se encontrar nos artigos, essa transcendência das

redes nas organizações para estabelecimento de relações sociais.

A presença de relações sociais com objetivos organizacionais, ou seja, intenções de melhorar uma organização com aquisição de conhecimento através do compartilhamento de métodos de ensino e pesquisa, ou parcerias entre seus docentes e os docentes de outras IES, mostra a mudança das relações de poder entre as mesmas, pois para atingirem um objetivo comum, estas se unem em prol da ampliação dos seus conhecimentos, utilizando a premissa de que o conhecimento é poder.

Um exemplo histórico claro dessa interação entre IES é a necessidade brasileira de professores em administração treinados no exterior, para o estabelecimento do currículo dos cursos de administração no país. A grande maioria dos docentes em Administração treinado no exterior obteve graus acadêmicos em universidades americanas BERTERO, KEINERT (1994).

(...) a estrutura organizacional definida como redes múltiplas de comportamentos interligados NELSON (1984). Dito isso, vemos a necessidade de fundamentar a estrutura organizacional das IES no Brasil, conforme o cenário descrito no textos encontrados.

1.2 Teoria da Contingência Estrutural

As IES se configuram organizações, sejam elas de origem econômicas privadas ou públicas, partindo deste princípio podemos verificar a aplicação da Teoria da Contingência Estrutural, pois ela tem fornecido um paradigma coerente para a análise da estrutura das organizações DONALDSON (2007), que no artigo se aplicam as favoráveis a relações sociais dentro do ambiente organizacional.

O conjunto recorrente de relacionamentos entre os membros da organização pode ser considerado como sendo a estrutura da organização DONALDSON (2007), estes relacionamentos não se restringem apenas aos atores sociais que estão dentro da organização e também as suas hierarquias, acontecendo durante todo o tempo.

Mesmo essas relações dentro das organizações sendo mistas, entre os diversos níveis de poder existentes na hierarquia, existem a necessidade de implantar estruturas em formato de regras, que vão organizar a estrutura da organização. Este modelo estrutural deve ser originário de cada organização, não sendo oportuno importar modelos de outras organizações.

Há diversos fatores contingenciais: estratégia, tamanho, incerteza com relação às tarefas e tecnologia. Essas características organizacionais, por sua vez refletem a influência do ambiente em

que a organização está inserida DONALDSON (2007). Reforçando que mudanças de cenário referente às organizações de ensino superior, existentes no país, impulsionaram o surgimento das relações sociais entre as mesmas.

Contrapondo com o estudo da Sociologia Estrutural, que trás uma abordagem segundo a qual estruturas sociais, restrições e oportunidades são vistas como afetando mais o comportamento humano do que as normas culturais ou outras condições subjetivas Mirzuchi (2006). O que revela a necessidade de entendimento do posicionamento da IES na rede de relações sociais entre as demais que façam parte do mesmo cenário.

1.3 Organizações de Ensino Superior

No contexto brasileiro, as Instituições de Ensino Superior (IES), pública ou privada, garantem a prestação dos serviços educacionais com qualidade no ensino superior, em busca do crescimento social, político e econômico onde estão inseridas MÁZARO, *et al* (2014). Independente da modalidade de curso superior a ser ofertada para a comunidade na qual está inserida.

A questão das IES mostra uma dicotomia de objetivos, sendo estas responsáveis pela formação de cidadão através do ensino, e em algumas instituições com foco na pesquisa. Visto que através de um olhar para a sociedade em geral, temos a necessidade da melhoria das condições de vida da população, que na atual sociedade, consegue melhores posicionamentos sociais a partir do momento que este indivíduo tem qualificação para o trabalho.

O Governo Federal tem criado programas de incentivo para as universidades, com o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI)instituído pelo Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007, complementado as ações do Plano Desenvolvimento da Educação, incentivando o ensino superior, bem como também facilitando o acesso da população aos cursos superiores, por meio de programas de bolsas (Programa Universidade para Todos (PROUNI) e Sistema de Seleção Unificada (SISU)), financiamento estudantil (FIES), sistema de cotas, e convênios com IES fora do país para estudantes de graduação e pós-graduação, no intuito de melhorar a qualidade do ensino, com as avaliações institucionais (ENADE), e pesquisa no país.

E é neste momento, que se observa um movimento de fortalecimento das redes sociais entre as IES, vendo a necessidade por meio dos incentivos governamentais de terem produções científicas de qualidade, inovadoras e que acrescente a sociedade onde estão inseridas,

operando mudanças na realidade local. O campo da pesquisa em Administração no Brasil apresentou forte crescimento nos últimos anos ROSSONI; FILHO (2009).

Evidências do crescimento de cooperação entre pesquisadores e programas de pós-graduação no âmbito da produção científica têm favorecido a compreensão da construção do conhecimento científico não como empreendimento individual, mas imerso em redes de relacionamentos ROSSONI; FILHO (2009).

2. MÉTODO

Para a elaboração desse trabalho foi utilizado o método proposto por Montero e Leon (2007) para o mapeamento de pesquisas. Este mapeamento considera a busca de estudos cadastrados em bases de dados que contém quantidade de publicações e que possibilitam o uso de expressões lógicas para a seleção dos artigos. No presente artigo, utilizamos o método para a seleção dos artigos a partir de expressões-chave.

Segundo Araújo (2006) a utilização de métodos e técnicas bibliométricas que envolve a quantificação e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico, e neste artigo busca aplicar a lei clássica de Zipf, que busca palavras, número de vezes e frequência do uso nos textos pesquisados. O número de vezes que estas palavras aparecem que indica o assunto do documento, sendo que o foco da pesquisa é 'redes sociais'.

Assim, a base de dados consideradas nesse estudo foi a Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) dentro dos Encontros de Estudos Organizacionais (EnEO) destacando que foram analisados somente artigos.

As expressões lógicas empregadas foram: Redes Sociais, Redes de Relacionamento, Ensino Superior, Redes Sociais no ensino superior.

Após o início da coleta, com foco nos artigos da EnEO, foi efetuada uma análise dos títulos, palavras chaves e resumos, de modo a extrair os assuntos discutidos e se os trabalhos publicados se relacionavam diretamente ao tema em estudo, sendo a revisão da bibliografia desenvolvida a partir do número final de estudos obtidos.

Após a leitura dos pontos elencados, a coleta foi transferida para uma planilha Microsoft Excel que envolveu os seguintes dados: a) título do artigo; b) nome dos autores; c) número do periódico; d) enfoque – redes sociais, redes de relacionamento, e ensino superior. Extraíram-se os assuntos levantados de cada artigo, sendo que alguns tiveram sua leitura aprofundadapara a introdução e referencial teórico para identificação. Os dados

pesquisadosforam transcritos para as tabelas que serão apresentadas nos resultados.

A pesquisa limitou-se entre anos de 2010 a 2012, mas sim na busca dos artigos que tinham como título a palavra redes sociais, de modo especial no ensino superior, onde os critérios utilizados eram as redes sociais aplicada na educação, valores culturais, reciprocidade, redistribuição e troca mercantil, com foco nos grupos sociais de ensino superior.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

Os resultados obtidos no mapeamento realizado, a partir da leitura dos resumos dos artigos selecionadas, totalizam 35trabalhos. Foi escolhido um tópico principal para o agrupamento dos resultados obtidos: 'Redes Sociais' em 2010, os seguintes assuntos:Dimensão cultural de uma organização (IES); Empreendedorismo feminino IES; Cultura organizacional nas IES; Relação de comunicação e tomada de decisão; Redes de negócios; Redes de supermercado; Construção de identidades de culturais de destinos turísticos; Stakeholders setor eletroeletrônico: no Categorização das redes; Rede horizontal. compartilhamento de informação e conhecimento; Comunicação organizacional de gestão de obras; Gestão social; Politicas públicas culturais; Participação política e o uso político da TIC; Processo de aprendizagem em grupos de trabalho, com 1 artigo cada, totalizando 15. Em 2012, os seguintes assuntos: Servicos Financeiros, Credito Rural: Narrativas Cooperativa de aprendizagem; Formas organizacionais; Gestão do Conselho Alimentar; Relacionamento com o mercado Wall Stret; Aposentadoria de executivos; Crimes corporativos; Associação dos produtores de vinho; Governança em redes; Rede Organização não governamental, com 1 artigo cada, totalizando

Em relação aos resultados obtidos sobre 'Redes de Relacionamento' foram 10 artigos no total, sendo que em 2010, foram 6 com os seguintes assuntos: Empresa familiar; Identidade organizacional nos processos de fusões e aquisições de empresas; Operação de redes imobiliárias; História intelectual nos Estudos Organizacionais; Relações humanas na gestão do setor hoteleiro; Gênero masculino na empresa petroquímica, com 1 artigo cada. Em 2012 foram 4 artigos, sendo: Empresa Familiar; Benefícios de redes; Empresa multinacional brasileira; Carreira de bancário. Observa-se a repetição do assunto empresa familiar.

Agora, com 'Ensino Superior' os resultados obtidos foram 28 artigos. Em 2010 os assuntos foram: Relacionamento com Stakeholders; Processo de gestão focado em planejamento e orçamento;

Ato de consumir, consumir consciente; Redes de pesquisa; Vivência cotidiana; Perfil da mulher nas cooperativas de Monte Carmelo-MG; Comunicação para o uso da energia elétrica; Comunicação para o uso da energia elétrica; Relações em uma organização familiar; Feminismos nos estudos organizacionais; Feminismos nos estudos organizacionais; Gestão de pessoas; Aprendizagem organizacional; Processos de institucionalização e formação de administradores, todos com 1 artigo e o assunto Comprometimento organizacional, com 2 artigos, totalizando 14. No ano de 2012 foram:

Narrativas de aprendizagem; Processo afastamento no trabalho; Meditações funcionalistas; Líder universitário: relações interpessoais; Processo de formação de gestores; Cultura organizacional e poder em Foucault; Aprendizagem tradicional e aprendizagem situada em organizações; Comprometimento organizacional em empresa júnior; Contradições na política científica e tecnológica; Carreira de bancário; Reivindicações sociais pela luta de classe; Sentidos e significados do trabalho, todos com 1 artigo cada, e o assunto Envelhecimento populacional, com 2 artigos, totalizando 14.

Os resultados por assuntos de exclusão no mapeamento realizado, onde na leitura realizada do título, palavras chaves e resumos, não se observou elos com as redes sociaisno ensino superior, sendo os assuntos: Comunicação organizacional de gestão de obras; Gestão social; Políticas públicas culturais; Participação política e o uso político da TIC; Processo de aprendizagem em grupos de trabalho, totalizando 5 artigos no ano de 2010.

Os assuntos Empresa Familiar, História intelectual nos Estudos Organizacionais, Relações humanas na gestão do setor hoteleiro e Gênero masculino na empresa petroquímica, após detalhamento de 4 artigos não apresentaram elos com as redes de relacionamento no ensino superior, no ano de 2010. Em 2012, Empresa Familiar há uma repetição do assunto, seguida de Carreira de Bancário, totalizando2 artigos.

Após o levantamento com a palavra chave Ensino Superior não apresentaram elos com as redes sociais e redes de relacionamento foram os assuntos Processo de afastamento no trabalho, Meditações funcionalistas, Cultura organizacional e poder em Foucault, Aprendizagem tradicional e aprendizagem situada em organizações, Envelhecimento dos assistentes sociais, Carreira de bancário, Sentidos e significados do trabalho, totalizando 7 artigos.

Nosartigos que abordam redes sociais com enfoque no ensino superior observou-se que

poucostrataram das especificidades das relações sociais das universidades, centros e faculdades.

Pode-seressaltar que falar de redes sociais na educação é complexo, pois vai além de só avaliar os grupos sociais, mas também mensurar os processos sociais e individuais, de uma Instituição de Ensino Superior.

Asredes sociaisem uma instituição de ensino superior medir-se-á pela taxa de sucesso? Perguntas como essas deverão ser respondidas a partir dos dados levantados neste trabalho de revisão.

Ao levantarmos estes dados, elencamos questões bem específicas sobreo provável conceito de redes sociais no ensino superior. O resultado encontrado segue um parâmetro bem específico.

Podemos perceber, na leitura dos títulos juntamente com os resumos, a seguinte situação: na base de dados da ANPAD/EnEO, dos 61trabalhos analisados, 4 artigos foram publicados por 1 autor; 27 artigos por 2 autores; 17 artigos por 3 autores; 8 artigos por 4 autores; 3 artigos por 5 autores e 2 artigos por 6 autores. Somente 3, tratavam diretamente das "redes sociais noensino superior".

Avaliando e analisando todos os trabalhos mensurando sobre redes sociais na educação superior, percebemos a necessidade epistemológica de estudos voltados para esta organização educacional sob a ótica de uma política de funcionamento do processo educativo do ensino aliado à gestão da organização deste.

Afirmamos que esta revisão de literatura nos oportunizou verificar a necessidade de avaliar, mensurar e disseminar no âmbito educacional asredes sociais noensino superior.

Este trabalho se propôs analisar teoricamente a redes sociais e suas influências no ensino superior em todos os seus aspectos culturais e valores dos grupos sociais, bem como os seus relacionamentos.

Durante os estudos pode-se perceber uma preocupação com as redes sociais em detrimento das especificidades dos processos educativos nas pesquisas mapeadas.

A metodologia utilizada foi a de mapeamento de pesquisas proposto por Montero& Leon,o que nos permitiu compreender a necessidade epistemológica de estudos voltados para esta organização educacional sob a ótica de uma política de funcionamento do processo educativo do ensino aliado à gestão organizacional. O recorte da pesquisa esteve na busca dos artigos que apresentassem em seus títulos a palavra redes sociais, para que posteriormente fossem analisados os resumos e o estreitamento com os grupos sociais. As expressões empregadas para alcançar o objetivo da pesquisa foram Redes Sociais; Redes de Relacionamento, Redes Sociais no ensino superior,

selecionando desta forma trabalhos que estivessem diretamente voltados ao mapeamento. Este mapeamento nos oportunizou refletir sobre a importância de desenvolvimento de pesquisas voltadas a outras questões pertinentes às instituições educacionais.Dentre eles, podemos destacaro artigo desenvolvido porHeinzmann, Machado e Ropelato (2010) que traz um recorte do relacionamento das Instituições Superiores, porém limitado ao aspecto cultural.

Portanto, deve ser considerado a ampliação do estudo sobre redes sociais no ensino superior nas futuras pesquisas como forma de asseverar a credibilidade na análise dos indicadores da qualidade relacionada aoensino superior e que tanto contribuí com o desenvolvimento das Instituições Superiores e dos indivíduos relacionados ao ambiente competitivo atualmente.

4. Referências

ARAÚJO, C. A. (2006) Bibliometria: evolução histórica e questões atuais (Vol. 12, n. 1, pp. 11-32, janeiro-junho), Porto Alegre, RS: Em Questão.

BERTERO, C.O; KEINERT, T.M.M. A evolução da análise organizacional no Brasil (1961-93). Acesso em 21/04/2015 http://www.scielo.br/pdf/rae/v34n3/a07v34n3>. DONALDSON, L. Teoria da Contingência Estrutural. *In*: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORDY,

Estrutural. *In*: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORDY, W.; CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (Orgs.) **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, v.1, 2007.

HEINZMANN, L. M.;MACHADO, D. D. P. N.;ROPELATO, M. Cultura Organizacional: Redes formadas na Literatura Nacional.2010 HOFSTEDE, G. Cultures and organizations: software of the mind. New York:McGraw-Hill, 1991

LIMA, D. M.C. (2013). A cultura organizacional do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia: uma abordagem baseada nas contribuições de autores do pensamento social brasileiro. Tese de doutorado, Fundação Getúlio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

MASCARENHAS, A. O. Etnografia e cultura Organizacional: uma contribuição da antropologia à administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.42, n.2, p.88-94, 2002.

MIZRUCHI, M.S. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. 2006. Acessado em 21/04/2015 http://www.scielo.br/pdf/rae/v46n3/v46n3a13.pdf

MÁZARO, A.L; LEAL.G.S; ROSALEM.V; SADOYAMA,A.S.P. Percepção da qualidade de serviços educacionais em instituição de ensino

superior privada em Catalão, GO. (2014). Acessado em 05/05/2015 http://www.conhecer.org.br/enciclop/seminario/percepcao%20da%20qualidade.pdf>.

MONTERO, I. &LEÓN. O. G. (2007) A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, Vol. 7, No. 3, 847-862.

NELSON, R. **O uso da análise de redes sociais no estudo das estruturas organizacionais**.(1984). Acessado em 05/05/2015http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S

ROSSONI, L; FILHO, E.R.G. Cooperação entre programas de pós-graduação em Administração

0034-75901984000400025&script=sci arttext>.

no Brasil: evidências estruturais em quatro áreas temáticas. (2009) Acessado em 25/04/2015 http://www.anpad.org.br/periodicos/content/frame_base.php?revista=1.

VASCONCELOS-SILVA, A.; BUENO, M. (Orgs.) Concepções contemporâneas sobre organização e trabalho. Goiânia: DEPECAC-UFG/FUNAPE, 2013

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores André Luís Mázaro, Rosilda Pinto Ciríaco Mázaro, Daniely Rodovalho Macedo, Michelly de Melo Alves, Adriana Santos Prado Sadoyama, Geraldo Sadoyama Lealsão os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

NETWORKS IN HIGHER EDUCATION: A VISION OF THE THEORY CONTIGENCIAL

Mázaro, André Luís, andremazaro@hotmail.com¹
Mázaro, Rosilda Pinto Ciríaco, rosildaciriaco@hotmail.com²
Macedo, Daniely Rodovalho, danyrmacedo@yahoo.com.br³
Alves, Michelly de Melo, michellymeloa@hotmail.com⁴
Sadoyama, Adriana Santos Prado, drisadoyama@gmail.com⁵
Leal, Geraldo Sadoyama, gsadoyama@yahoo.com.br⁶

- 1. Secretary General of the Higher Education Center Catalan (CESUC) and student of the Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus,

 Brazil
 - 2. Administrative Manager of ADR Distribution and student of the Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus, Brazil
 - 3. Nurse and student of the Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus, Brazil
 - 4. Nurse and student of the Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus, Brazil
 - 5. Professor of the School of Education and Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus, Brazil
- 6. Professor, Department of Biological Sciences and the Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás Catalan Campus, Brazil

Abstract: The intention of this article was a survey of the work performed and the theoretical discussion that deals with social networks and their influence on higher education in Brazil. Basing these arguments, how social networks are related within the higher education institutions. The methodology used for the preparation of this work was a literature search through a mapping of the published National Association of Graduate Studies and Research in Administration (ANPAD) and the Meeting of Organizational Studies (EnEO) in the article databases from the Key expressions for the lifting of all the work done in the research groups in Brazil. Despite the importance of social networks in the relations between individuals and their organizations there was little use of this tool in educational research in Brazil, concluding that the influence of social networks in Brazilian higher education is a field of research in the country still in the initial phase.

Keywords: social networks, social networks, higher education.



IES: PROCESSO DE EXPANSÃO QUANTITATIVA X QUALITATIVA

ALVIM, Taís Guedes de Melo¹, <u>taiscoach@gmail.com</u>
TSUKAHARA, Mariana Pirkel², <u>mariana.tsukahara@ifgoiano.edu.br</u>
SILVA, André Vasconcelos³, <u>andre.silva.ufg@gmail.com</u>

¹ Docente na Fundação Educacional de Goiás - Faculdade Lions
 ² Aluna regular do Programa de Mestrado Profissional em Gestão Organizacional na Universidade Federal de Goiás (UFG), servidora do Instituto Federal Goiano (IF Goiano).
 ³ Docente na Universidade Federal de Goiás (UFG)

Resumo: Este trabalho insere-se no contexto acadêmico, apresentando como temática as Instituições de Ensino Superior e o processo de expansão quantitativa e qualitativa, percorrendo pelos caminhos históricos tomados para o desenvolvimento, particularmente sobre as mudanças que ocorrem neste contexto no Brasil com ênfase nas políticas públicas. O objetivo da pesquisa consiste, portanto, na discussão dessa evolução quantitativaXqualitativa das IES no Brasil. Como metodologia, adotou-se a pesquisa exploratória bibliográfica, utilizando-se materiais disponíveis como livros, documentos, artigos, etc. Inferiu-se, após este processo de pesquisa, que as políticas públicas têm influenciado os índices de expansão e que a qualidade no ensino permanece como uma necessidade latente para a educação e profissionalização do acadêmico. Acredita-se que esta pesquisa poderá contribuir substancialmente para o contexto acadêmico e profissional.

Palavras-chave: IES, expansão quantitativa, qualidade no ensino, políticas públicas.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo busca apresentar e discutir o processo de evolução quantitativa das Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil e sua relação com a qualidade no ensino e condições para o processo de aprendizagem. A dinâmica do processo expansão produziu um completo sistema de ensino configurados por universidades, faculdades, institutos politécnicos, escolas superiores ou outras instituições que conferem graus acadêmicos ou diplomas profissionais.

Assim, a problemática da pesquisa busca esclarecer a relação entre o crescimento quantitativo X qualitativo, permeando o contexto histórico para retratar o processo de implantação e expansão de tais instituições no Brasil e as políticas públicas que influenciaram e influenciam o Ensino Superior.

Este estudo justifica-se pela sua relevância para o contexto acadêmico e profissional.

A metodologia adotada consiste no tipo de pesquisa adotado que é a exploratória e como técnica, utiliza-se a pesquisa bibliográfica que possibilita o levantamento de argumentos por meio de registros já disponíveis, tais como livros, artigos, dissertações, documentos, entre outros. Os dados utilizados são de categoria teórica, tendo como alicerce contribuições de estudos sobre este tema.

A estrutura do artigo consiste: primeiramente, no panorama histórico das IES, o processo de expansão da Educação Superior, políticas públicas e as considerações finais.

2. PANORAMA HISTÓRICO DAS IES

Discorrer sobre a expansão quantitativa X qualitativa do ensino superior, no Brasil pressupõe uma breve incursão na história da educação superior, objetivando a identificação e delimitação de alguns marcos importantes desta trajetória, pois acredita-se que estes marcos foram propulsores no desencadeamento da configuração atual.

No Brasil, por volta dos anos de 1500, foram implantadas as primeiras instituições jesuíticas que ministravam o ensino das primeiras letras até as escolas superiores. Neste período, os jovens da elite que optavam por seguir uma carreira acadêmica, mudavam-se para a Europa para cursar uma universidade. Já os jovens de famílias menos favorecidas conseguiam, em casos raros, ingressar em um curso superior apenas por meio de entidades religiosas, sendo, neste caso, necessário fazer sua opção religiosa para conseguir tal pleito.

Desta forma, no processo de desenvolvimento acadêmico do ensino superior brasileiro encontramse características distintas dos demais países da América Latina, Europa e Estados Unidos, e a primeira delas constitui o início tardio na implantação das IES, conforme Durham (2010) caracterizou. Enquanto na América Latina já existiam universidades no século XVI, no Brasil, as primeiras instituições de ensino superior só foram criadas em 1808, por D. João VI, quando a Coroa



Portuguesa aqui se refugiou. Assim mesmo, não eram universidades, mas faculdades ou escolas destinadas a formar profissionais, como médicos, advogados e engenheiros.

Embora, no Brasil, houvessem escolas e faculdades profissionais isoladas anteriormente, foi a partir do século XX que houve a implantação de uma universidade, conforme descreveu Willrich (2007). Foi adotado, também, o modelo franconapoleônico, que se caracterizava por uma organização não universitária, mas profissionalizante, centrada em cursos e faculdades, visando à formação de burocratas para o desempenho das funções no Estado (SILVA, 2012, p. 25)

Conselho e Bessa (2007) afirmaram que a vinda da família real para o Brasil propiciou a fundação do Jornal Gazeta do Rio de Janeiro e a Impressa Régia, possibilitando a implementação de escolas superiores no Brasil com o objetivo de profissionalização. No período da República Velha, surgiram as primeiras experiências da iniciativa privada na educação superior, as demais consistiam em, apenas, 14 escolas pertencentes à rede pública. Vinte anos após, houveram implantações de 56 instituições de ensino superior, predominantemente basicamente privadas, sendo confessionais, católicas ou laicas, fundadas por uma maioria representada por uma elite agroexportadora da burguesia industrial (BOAS, 2004).

De acordo com Conselho e Bessa (2007), a reforma de 1911 proporcionou condições propícias ao ensino superior privado, pois houve uma ampliação da liberdade de ensino, reformulação dos exames superiores como o vestibular. Para estes autores, outros fatores culminaram para que o ensino superior privado se banalizasse, tornando-o mercantilizado. A partir de 1960, o ensino superior teve uma expansão quantitativa de grande relevância com a criação de 267 Instituições de Ensino Superior (IES), sendo a maioria da rede privada.

Nesta tessitura, Martins (2000, p. 42) contextualizou que estas instituições eram, em sua maioria de pequeno porte, voltadas basicamente para atividades de transmissão do conhecimento, com um corpo docente restrito e fracamente profissionalizado. O ingresso a estas instituições era basicamente composto pela elite masculina. Somente, no decorrer de alguns anos, houve a incorporação do público das demais classes sociais, mulheres e alunos já integrados no mercado de trabalho. Este processo de mudança resultou em uma nova configuração no contexto acadêmico e um acentuado processo de interiorização e de regionalização do ensino.

Vahl apud Hawertood (1999) designou como

oportunista a fase de expansão do ensino superior das décadas de 60 a 90, incentivada pela crescente demanda e pelas facilidades propiciadas pelo governo nos projetos de investimento em ensino superior, em que este ingressa no campo da comercialização. Este processo de expansão ocorreu sem um planejamento conciso, permeado pelo crescimento quantitativo destas instituições como forma de suprir uma expectativa ou necessidade da sociedade local ou regional. Surgido, assim, pelo interesse de atuar em áreas geográficas economicamente atrativas para o empreendimento em questão.

Martins (2000, p. 42) salientou que a trajetória dessas transformações configurou um campo acadêmico extremamente intricado devido às posições dicotômicas ocupadas por essas instituições diante dos indicadores que comandam o funcionamento desse espaço social, como a qualidade do ensino oferecido, a titulação do corpo docente, a capacidade científica instalada, os formatos organizacionais desses estabelecimentos, o prestígio e o reconhecimento social e simbólico dos distintos estabelecimentos que o integram.

Neste cenário, Dias Sobrinho (2010, p. 197) ressaltou a implementação de um campo de dispersão concorrendo instituições públicas e privadas, de diferentes tamanhos e modalidades de financiamento, mantidas pela União, pelos estados, por municípios, por grupos religiosos ou empresários privados, de elites ou de massas, vinculadas aos projetos nacionais, regionais ou transnacionais, oferecendo serviços educativos presenciais ou a distância, de larga ou curta duração, em muitas ou em poucas áreas de conhecimento, valorizando a pesquisa ou, mais comumente, a capacitação para os empregos, sem fim de lucro ou com o objetivo do lucro sem fim.

3. EXPANSÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

A expansão da educação superior é um fenômeno mundial, países como a Argentina, Chile e Paraguai apresentam taxas de escolarização bruta superiores à brasileira. Há propulsores no mercado que contribuem com este processo de expansão da Educação Superior atuando como um motivador para os profissionais. Conforme apresentado na pesquisa da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE):

As taxas de emprego para as pessoas que alcançaram o Ensino Superior são maiores no Brasil (85%) do que nos países da $OCDE^1$ (83%). Essas

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.

São membros da OCDE: Alemanha (1961); Austrália (1971);
 Áustria (1961); Bélgica (1961); Canadá (1961); Chile (2010);
 Coreia do Sul (1996); Dinamarca (1961); Eslováquia (2000);

taxas são também significativamente maiores em relação àqueles que só tenham concluído o Ensino Médio (70%) ou que não tenham concluído esse nível de ensino (67%). Desta forma, ter um ensino superior no Brasil aumenta a probabilidade de se estar empregado, mais do que em muitos outros países. A educação superior também faz uma diferença significativa para o salário. Adultos na faixa etária de 25 a 64 anos com Ensino Superior ganham 157% a mais do que aqueles com Ensino Médio no Brasil (OCDE, 2013).

O panorama de expansão da educação superior vem acompanhado de expressivos índices de crescimento de acordo com o número de instituições. De acordo com as pesquisas do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP – (INEP, 2008, 2012, 2014), no ano de 1980 havia 882 IES; em 1990 havia 918 IES; em 2000, 1.180 IES; em 2010, 2.378 IES; 2012 finalizou o ano com 2.416 IES.

Pode-se atribuir a esta majoração diversos fatores que, interconectados, influenciaram este processo substancialmente. Dentre os quais pode-se destacar a globalização, a modernização e fenômenos da urbanização; jovens formados nas etapas escolares anteriores; inserção das mulheres no mercado de trabalho; crescentes exigências de qualificação acadêmica e profissional; e, mudanças culturais em grande parte impulsionadas pelos sistemas de informação (DIAS SOBRINHO, 2010, p. 197-198).

Entende-se que estes fatores coadjuvaram no processo de expansão quantitativa das IES, notadamente do setor privado. Além disso, é possível atribuir, ainda, a ocorrência da diversificação e segmentação do sistema de Educação Superior, dado que além dos cursos de graduação, foram implementados cursos superiores sequenciais e tecnólogos. Demanda-se atenção ao nível de exigência para entrada, permanência e conclusão de tais cursos, visto que estes são configurados pelo baixo nível de requisitos acadêmicos objetivando o atendimento às demandas de qualificação profissional rápida e de custo módico.

Assim, discentes que já estão no mercado de trabalho ou que pretendem inserir-se rapidamente

Eslovênia (2010); Espanha (1961); Estados Unidos (1961); Estônia (2010); Finlândia (1969); França (1961); Grécia (1961); Hungria (1996); Irlanda (1961); Islândia (1961); Israel (2010); Itália (1962); Japão (1964); Luxemburgo (1961); México (1994); Noruega (1961); Nova Zelândia (1973); Países Baixos (1961); Polônia (1996); Portugal (1961); Reino Unido (1961); República Tcheca (1995); Suécia (1961); Suíça (1961); e Turquia (1961). O Brasil não é membro da OCDE, mas é considerado como key partner (parceiro-chave), situação que lhe permite participar de Comitês da Organização e de inúmeras áreas de trabalho.

decidem por cursar o Ensino Superior optando por uma dentre as suas diversas modalidades, tais como: universidades, faculdades, institutos politécnicos, escolas superiores ou outras instituições que conferem graus acadêmicos ou diplomas profissionais. Em outras palavras, a Educação Superior assume a função de promoção, mudança do *status quo* em detrimento do idealismo de justiça social ou conhecimento.

A Lei de Diretrizes e Bases de 1996 enfatiza e busca um ambiente que promove mudanças globais, transformações na percepção quanto à qualidade de ensino, mas, observa-se que há uma tendência clara quanto à permanência na conjectura atual no que diz respeito à evolução do ambiente ligado ao ensino superior, pois, conforme expuseram Colossi, Consentino e Queiroz (2001, p. 51), sua estrutura de poder é composta por diferentes blocos de interesse. Neste processo de expansão do ensino superior, os critérios econômicos influenciam substancialmente já que há uma tendência em suprir a necessidade do mercado, resultando na disponibilização de cursos que atendam supram as expectativas atuais voltadas para a agilidade, praticidade, baixo grau de envolvimento devido à indisponibilidade de tempo por parte dos estudantes e custos acessíveis.

Conforme sintetizou Dias Sobrinho (2010, p. 198), as altas taxas de evasão e de ociosidade, deficiências de formação nos níveis escolares anteriores, ocorrência em muitos casos de baixa qualidade de ensino, pesquisas limitadas a poucas instituições, precárias instalações físicas, grande contingente de professores improvisados e sem formação adequada ao magistério superior, elevados índices de pobreza, desigualdades regionais etc., tudo isso constitui um quadro de desafios expressivos e problemas que se contrapõem à manutenção da qualidade das IES.

4. POLÍTICAS PÚBLICAS

A partir de 1988 iniciou-se um processo de reforma do sistema educacional nacional com a aprovação da nova Constituição Federal, onde continha um capítulo específico para a educação nacional. O desenvolvimento social com justiça e bem-estar pode ser caracterizado como instrumento político e ideológico para a educação superior, que incorpora a missão notável de produzir e difundir ciência, arte, tecnologia e cultura, materializando, assim, a ideia de universidade idealizada por Humboldt há dois séculos (SILVA; OURIQUE, p. 216).

A partir de 1950 tornou-se obrigatório, conforme expresso no artigo 2º do primeiro protocolo da Convenção Europeia dos Direitos Humanos, que todos os signatários garantam o

direito à educação. Em âmbito mundial, também houveram mudanças significativas na educação por meio do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais das Nações Unidas (1966) onde foi expresso no artigo 13 que "a educação superior deverá tornar-se de acesso igualitário para todos, com base na capacidade, por todos os meios apropriados e, em particular, pela introdução progressiva da educação gratuita".

No período do governo Lula, houveram ações para a consolidação da expansão das IES, aplicando, desta forma, políticas públicas que envolveram o PROUNI (Programa Universidade para Todos) e o REUNI (Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais), buscando atingir as metas estabelecidas no Plano Nacional de Educação (PNE) aprovado pela Lei n. 10.172 de janeiro de 2001, de ofertar educação superior para, pelo menos 30% da população na faixa etária de 18 a 24 anos até 2010.

Vale ressaltar que políticas públicas como estas supracitadas visam superar os índices mundiais de escolaridade. O discurso político de inclusão social realça a ideia de cidadania e consolidação da democracia. Todavia, Foucault (1996) ressaltou que nas regiões onde a grade é mais cerrada, onde os buracos negros se multiplicam, são, dentre outras, as regiões da política: como se o discurso, longe de ser esse elemento transparente ou neutro no qual política se pacifica, fosse um dos lugares onde ela exerce, de modo privilegiado, alguns de seus mais temíveis poderes. Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Desta forma, este discurso permanece intrincado por questionamentos como a relação entre o crescimento quantitativo X qualitativo.

Acredita-se que em meio a este contexto do Brasil, há de se destacar o papel das instituições de ensino superior que vem passando por profundas mudanças e pouco tem contribuído para a formação de uma sociedade brasileira mais crítica, especializada e mais qualificada em conhecimento. Não se houve falar em produção de profissionais capacitados para estudos em tecnologia ou ciência. O fato é que a história do ensino superior no Brasil é muito recente e apresenta uma evolução quantitativa muito acelerada nos últimos anos, porém o mesmo não ocorre no quesito qualidade.

Na trajetória dessas transformações, formouse um campo acadêmico extremamente complexo em virtude das diferentes posições ocupadas por essas instituições diante dos indicadores que comandam o funcionamento desse espaço social, como a qualidade do ensino oferecido, a titulação do corpo docente, a capacidade científica instalada, os formatos organizacionais desses estabelecimentos, o prestígio e o reconhecimento social e simbólico dos distintos estabelecimentos que o integram.

Atualmente, as instituições de ensino superior enfrentam muitas dificuldades, já que é preciso consolidar uma sólida carreira docente, obter resultados convincentes na institucionalização da prática da pesquisa científica e na montagem dos cursos de pós-graduação. A maioria das IES surgiram, organizaram-se e expandiram-se como centros de ensino, contando com pouca tradição no domínio da investigação científica. Muitas delas, com vocação estrutural para as atividades de ensino, uma vez transformadas em universidades, criam uma série de artificialismos acadêmicos para atender às exigências da prática da pesquisa e da pós-graduação determinadas pela legislação. Em vez de subsumir essas instituições, assim como as federais e as estaduais, a um modelo único, privilegiando o protótipo universitário e acabando sempre por produzir ficções acadêmicas, seria mais vantajoso estimular uma pluralidade de modelos institucionais e avaliá-los segundo seus propósitos e resultados acadêmicos efetivos (MARTINS, 2000, p. 47).

O aumento quantitativo de vagas com ensino de menor qualidade implica em ambientes acadêmicos com salas de aula superlotadas, docentes pouco qualificados academicamente e, consequentemente, profissionais despreparados para o mercado de trabalho. O novo cenário da expansão deve combinar, mais do que nunca, com o aumento da capacidade de atendimento do sistema à maior qualificação acadêmica. Essa dinâmica se soma a outra, presente no mercado de trabalho, cada vez mais exigente e seletiva quanto ao perfil dos profissionais que se dispõe a empregar, aliado ao progressivo esgotamento dos segmentos do mercado mais interessados em profissionais de nível superior com perfil não diferenciado, notadamente aquele relativo às burocracias públicas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados que foram apresentados no decorrer deste artigo mostram o processo de expansão quantitativa ocorrida com as IES no Brasil nas últimas décadas, caracterizado pelo aumento do número de instituições, de matrículas, de cursos, de funções docentes, etc. Todavia, a expansão qualitativa não acompanhou este processo, permanece ainda com grandes lacunas que refletem a realidade do Ensino Superior que volta-se para a



expansão de mercados, e atende um público heterogêneo onde percebe-se pouca ou nenhuma atenção aos grupos de pesquisas com ênfase no conhecimento e justiça social.

REFERÊNCIAS

BOAS, Sérgio Vilas. *Ensino superior particular*: um voo histórico. São Paulo: Segmento, 2004.

CONSELHO, Deise Elen Abreu do Bom e BESSA, Pires Pedro. Ensino Superior Particular no Brasil: Histórico e Desafios. Minas Gerais. *Revista Acadêmica Senac On line*. n 3. ago./set. 2007.

DIAS SOBRINHO, José. *Avaliação e transformações da educação superior brasileira (1995-2009)*: do provão ao Sinaes. Avaliação, Campinas; Sorocaba, SP, v. 15, n. 1, p. 195-224, mar. 2010.

DURHAM, Eunice Ribeiro. Ensino Superior no Brasil e Desenvolvimento. *Interesse Nacional*, Ano 3, n. 10 jul./set. 2010.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 5ª ed., São Paulo: Loyola, 1996.

HAWERROTH, L. Jolmar. A expansão do ensino superior nas universidades do sistema fundacional catarinense. Florianópolis; Insular.1999.

INEP. *Censo da educação superior*: 2010. Resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2012.

_____. Censo da educação superior 2012. Resumo técnico. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2014. _____. (2008) Evolução do Número de Instituições por Natureza e Dependência Administrativa - Brasil 1980-1998. Disponível em: http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/evolucao-1980-a-2007. Acesso em: 10 mai. 2015.

LEWIN, Kurt. *Teoria do campo em ciência social*. São Paulo: Pioneira, 1965.

MARTINS, Carlos Benedito. *O ensino superior brasileiro nos anos 90*. São Paulo em Perspectiva, vol.14, n. 1, São Paulo, p. 41-60, jan./mar. 2000.

OECD. (2013) Education at a glance 2013: indicadores da OCDE. Country Notes: Brasil, 2013. Disponível em: http://www.oecd.org/edu/Brazil_EAG2013%20Country%20Note%20%28PORT%29.pdf. Acesso em:

_____. (2015) *Members and partners*. Disponível em:

http://www.oecd.org/about/membersandpartners/. Acesso em: 13 mai. 2015.

RIZZO, Mauro Afonso. Ensino Superior: expansão, massificação e iniciativa privada. *Anais do Seminário Internacional de Inclusão em Educação*: Universidade e Participação Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro/PR-5, 2010.

IES: PROCESS EXPANSION QUANTITATIVE X QUALITATIVE

13 mai. 2015.

Alvim, Taís Guedes de Melo¹, <u>taiscoach@gmail.com</u>
Tsukahara, Mariana Pirkel², <u>mariana.tsukahara@ifgoiano.edu.br</u>
SILVA, André Vasconcelos³, <u>andre.silva.ufg@gmail.com</u>

¹Lecturer at the Educational Foundation of Goiás - School Lions Regular
²Student Professional Master's Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás
(UFG), serving the Federal Institute Goiano (Goiano IF).

³Lecturer at the Federal University of Goiás (UFG)

Abstract. This paper is part of the academic context, with as theme the higher education institutions and the quantitative and qualitative expansion process, covering the historical paths taken for development, particularly on the changes taking place in this context in Brazil with emphasis on public policy. The objective of the research is therefore the discussion of this evolution quantitativeXqualitative of IES in Brazil. The methodology adopted the bibliographic exploratory research, using available materials such as books, papers, articles, etc. It is inferred, after this process of research, public policies have influenced the rates of expansion and that the quality of education remains a latent need for education and professionalization of the academic. It is believed that this research could contribute substantially to the academic and professional context.

Keywords: IES, quantitative expansion, quality in education, public policy.



ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Santana, Daniela,danielacristina_felix@hotmail.com¹ Morais, Marizangela, marizangelaprof@hotmail.com² Silva, André, andre.silva.ufg@gmail.com³

> ¹UFG-Catalão - GO ²UFG-Catalão - GO ³UFG-Catalão - GO

Resumo: A evolução científica, em dado momento, se dá pela necessidade da busca e produção de conhecimento, o que serve de amparo para estudiosos. Nesse contexto, a bibliométria se mostra como uma grande aliada, uma vez que promove o estudo acerca de periódicos que versam acerca de um tema específico, ou de temas inter-relacionados. Assim o sendo, o presente artigo tem por objetivo promover à realização de uma análise investigativa, através da literatura acadêmica publicada, tangente ao comportamento do consumidor com base no B2B e B2C, bem como contribuir com o levantamento bibliométrico de publicações que referem-se ao comportamento do consumidor. Salienta-se ainda que a presente análise ater-se-á aos artigos publicados nas plataformas ANPAD e CAPES, referentes ao período 2010 e 2014. Os resultados apontam o total de 8.033 publicações. Porém, o presente estudo se aterá na análise de 59 artigos selecionados que norteiam o comportamento do consumidor em diversas instituições. Dentre diversas conclusões, observou-se que o comportamento do consumidor encontra-se atrelado ao entendimento que o indivíduo tem acerca da qualidade, bem como do que é satisfação para o mesmo.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor. Análise Bibliométrica. B2B. B2C

1. INTRODUÇÃO

Sabe-se que a análise do comportamento do consumidor, de forma sucinta, pode ser entendida como interpretação de compra dos seres humanos. Não obstante, cabe ressaltar que, academicamente, os trâmites que envolvem o entendimento acerca da relação do consumidor são de grande valia para área de marketing, bem como para a psicologia econômica.

De acordo com Castro e Foxal (2005) observa-se que a análise comportamental do consumidor, é entendida de forma extensa de pesquisa recente, amparada pelos subsídios obtidos a partir de experiências, a fim do entendimento do processo de consumo das pessoas.

Nesse contexto, salienta-se que as conquistas pessoais concretizadas promovem o interesse de novos objetivos. Assim o sendo, em virtude da demanda de mercado que, em decorrência das alterações econômicas, políticas e sociais, as quais ocorrem a todo o momento, surge nas organizações à necessidade de adaptação aos "novos padrões de qualidade", a fim de se manterem competitivas, bem como atender e fidelizar um público é cada vez mais seleto, exigente e cônscio de seus direitos, afinal, "o século vinte trouxe um crescimento explosivo nos bens e serviços, tanto em termos de volume quanto de complexidade [...] esses bens são cada vez mais complexos

e, portanto mais exigentes em relação à qualidade". (JURAN, 1993, p. 04).

Não obstante, salienta-se que tais alterações no cenário organizacional, não se restringem apenas a área econômica, mas estende-se aos recursos humanos, assim como todos os demais setores, tendo em vista que o patrimônio humano de qualquer instituição é o maior fator promotor do processo de qualidade, tanto na parte operacional produtiva, como na área de serviços e atendimento.

Assim o sendo, subentende-se que a qualidade vai muito além do processo produtivo, e deve ser atingida de forma holística, uma vez que todos os aspectos competitivos devem ser observados, tendo em vista que, "embora os seres humanos sempre desejaram alta qualidade, eles enfrentam ao longo dos séculos, forças poderosas e variáveis que requerem estratégias sempre sujeitas a mudanças para alcançarem seus objetivos". (JURAN, 1993, p.01).

Nesse paradigma, torna-se vital entender que o fator promotor do sucesso organizacional é o foco na satisfação e superação de expectativas dos seus clientes, sejam eles internos ou externos. Mas como entender o que é satisfação do público alvo em um mundo onde as mudanças na sociedade são constantes e concomitantes, tendo em vista influência da globalização?

Por esse motivo, para que haja um maior entendimento acerca do que é satisfação para a clientela, torna-se pertinente e essencial o estudo do comportamento do consumidor, a fim de que sejam descobertos os entraves em relação à prestação de serviços ou comercialização do produto, com intuito de que os pontos negativos sejam trabalhados, eliminados ou ajustados, bem como que os positivos sejam reforçados, motivos pelos quais o presente estudo se justifica.

A partir do entendimento acerca de como o consumidor se comporta, segue-se a fase do planejamento e execução de novas estratégias, a fim de adequação entre as expectativas dos clientes e as especificações da organização. Desta forma, o conhecimento que uma organização detém acerca do seu público, é sinônimo de elevação da imagem da instituição, expansão no mercado e ampliação da sua visão, o que, consequentemente, promoverá o atingimento das suas metas e principais objetivos.

No que refere-se a organizações de ensino superior, vale ressaltar que o foco das mesmas não deve se ater apenas na elevação da qualidade do serviço ofertado mas, também, na visão que o mercado de trabalho tem dos seus alunos, bem como na relação de reconhecimento do ensino prestado, através da busca e contratação dos profissionais qualificados na instituição.

Torna-se cabível mencionar que, no decorrer do tempo, em virtude das constantes necessidades de descoberta quanto ao perfil do público alvo, diversos estudos e métodos de pesquisa foram desenvolvidos. Mas o presente trabalho, em sua metodologia, objetiva-se na abordagem quantitativa através do modelo de análise bibliométrica, tendo em vista que o mesmo aponta para a relevância de um determinado tema através do número e frequência de periódicos científicos publicados por autores que versam acerca de um assunto específico.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com o entendimento de que o homem é um ser social, compreende-se que as alterações na sociedade, ao longo dos tempos moldaram o comportamento e entendimento humano em diversos aspectos, inclusive no que tange à qualidade.

Porém sabe-se que de longas datas subsiste a busca das pessoas por qualidade. Afinal, todas as fases de evolução produtiva da humanidade foram marcadas pelo processo de busca do aprimoramento de algo.

Nesse paradoxo, torna-se cabível mencionar que o contexto torna-se muito mais amplo, uma vez que as percepções variam de pessoas para pessoas. Assim o sendo, o que é um fator qualitativo e determinante para satisfação de um, pode não ser para o outro.

Por isso, a necessidade constante das organizações de investimentos para adequações às exigências, o que inclui qualificação do seu quadro, conforto, praticidade, inovações, etc. demonstram empatia para seu público alvo.

Nas significativas considerações de Ishikawa (1997, P. 35), qualidade tem significado de "rápida percepção e satisfação do cliente das necessidades do mercado, adequação ao uso dos produtos e homogeneidade dos resultados do processo".

Assim o sendo, observa-se que satisfação e qualidade embora caminhem juntas, são distintas. Desta forma, a satisfação consiste em atender os anseios do cliente, e está arraigada a sensação que o mesmo tem em relação ao produto adquirido ou serviço recebido. Já a qualidade está atrelada a parte técnica e ao atingimento do conceito de qualidade do público alvo. Logo, a qualidade pode promover soluções de forma satisfatórias.

2.1. Comportamento do Consumidor

Fruto de diversos artigos, estudos e discussões na atualidade, a análise do comportamento do consumidor se mostra, academicamente, como uma ferramenta entre o marketing e a psicologia econômica, conforme Castro e Foxall (2005).

Desta forma, os estudos de Goldstein e Almeida (2000), apontam para a necessidade de estreitamento de relação das organizações aos consumidores, a fim de atingir e superar expectativas e necessidades, com intuito do entendimento tangente ao que o público espera. Assim o sendo, salienta-se que em relação ao comportamento do consumidor poucos estudos foram publicados nos últimos anos, o que, em relação à modelagem integrativa, pode apontar para um futuro duvidoso. Mais adiante, o mesmo sugere um "novo impulso", a partir da tendência integrativa (holística/holográfica).

A partir desse entendimento, torna-se cabível mencionar a necessidade de mais estudos tangentes ao comportamento do consumidor, uma vez que buscam esclarecer os porquês da compra e consumo, fatores decisórios, bem como o processo de captação de clientes, oferta e demanda, avaliação da qualidade e satisfação do público alvo e o pós venda, na perspectiva da manutenção, fidelização e retorno da clientela.

Nessa perspectiva, os estudos publicados em periódicos de Silva e Lopes (2011) trazem a seguinte contribuição:

Algumas tendências globais nos impelem a refletir sobre um novo modelo comportamental que poderá surgir. A busca incessante por inovações, maior nível de informação e envolvimento sobre os produtos adquiridos, redução da assimetria de informações fortemente motivada pelo uso da web como meio de relacionamento e troca de experiências de consumo e o crescente interesse por assuntos relacionados à preservação do meio ambiente são alguns fenômenos comportamentais que devem fazer parte de novas proposições integrativas do comportamento dos consumidores modernos. (SILVA e LOPES, 2011).

Assim o sendo, o assunto em epígrafe mostra sua relevância, tendo em vista o número de pesquisas na área, a fim de que tal processo de decisão na compra possa ser entendido de forma mais abrangente, em virtude do alto grau de competitividade no mercado, assim como mutação constante dos padrões de qualidade, decorrentes do processo de globalização.

Assim o sendo, sabe-se que processo de decisão de compra sofre influência de diversos fatores, podendo ser biológicos, sociais, culturais etc., decorrendo em etapas, a partir do reconhecimento da necessidade, busca de

informações, alternativas de produtos ou serviços, alternativas no processo de compra, decisão efetiva de compra e comportamento pós-venda.

Não obstante, cabe salientar que, a partir do conhecimento e entendimento do comportamento do público alvo, pode-se compreender os estímulos que influenciam, bem como os fatores promotores da motivação na decisão da compra, o que se torna fundamental na busca da satisfação do mercado. Assim, as organizações têm ferramentas e informações para identificação das ameaças e oportunidades, bem como para definição de mercados, planejamento estratégico e investimentos futuros.

2. MÉTODO

Com intuito de elaboração do presente trabalho, o modelo descritivo de análise bibliométrica foi adotado, uma vez que promove acesso a um apanhado geral tangente à literatura científica sobre o tema, publicada nas plataformas de pesquisas acadêmicas, as quais possibilitam busca dos artigos por palavras-chaves, período, autor, dentre outras ferramentas.

Assim, a bibliometria, de forma simplista, para Maximino (2008), a bibliometria faz parte da ciência da informação, e influencia tanto na produção bibliográfica, como na mensurabilidade da intelectual impressa de autores, e oferece ferramentas para comparação entre as publicações científicas e autores.

Nesse contexto, cabe salientar que os periódicos e artigos científicos publicados em bancos de dados de bases específicas representam uma das maiores ferramentas promotoras da comunicação e divulgação de dados e experiências das pesquisas científicas.

Nessa perspectiva, a partir da mencionada análise, novos rumos de pesquisa são orientados, de forma a promover ou direcionar financiamentos essenciais para as atividades oriundas da pesquisa científica e, consequentemente, avanço da ciência.

Assim o sendo, salienta-se a existência de diversas bases de dados, onde os periódicos encontram-se registrados e disponíveis às pesquisas, tais como SciElo, ANPAD, ISI, dentre outras.

Não obstante, Campos (2003) menciona que, em relação à pesquisa dos periódicos junto às bases, qualquer avaliação é realizada pelos indicadores ou índices bibliométricos. A partir de então, a detecção do fator de impacto, conforme conceituação dada por Garfield (1987, apud MAXIMINO, 2008, p.70), pode ser mensurada a partir de um modelo específico.

É relevante mencionar a importância do valor de impacto, tendo em vista que os mesmos são os indicadores dos temas relacionados às pesquisas em destaque.

Nesse cenário, outro fator promotor de acessibilidade das informações científicas foi à internet, uma vez que viabilizou agilidade na transmissão de informações em diversos lugares do mundo.

Torna-se cabível mencionar que a bibliometria, de forma geral, não trata especificamente do conteúdo de um artigo, livro ou outra publicação, mas das citações contidas nos mesmos, tendo em vista que pauta-se na historicidade quantitativa e estatística dos eventos científicos publicados.

4. RESULTADOS DA DISCUSSÃO.

Salienta-se que diversas plataformas foram pesquisadas para construção do presente artigo, porém, a ANPAD e CAPES foram adotadas para análise em virtude da relevância das publicações.

Salienta-se que tal estudo delimitou-se ao período entre 2010 a 2014, onde, no que refere-se à plataforma CAPES, foram publicados no período mencionado, o total de 997 artigos sobre comportamento do consumidor, sendo 407 acerca da análise bibliométrica, 2.168 que versam sobre B2C, e mais 4447 que referem-se a B2B, conforme tabela 01:

CAPES								
	ANO							
TEMA	2010	2011	2012	2013	2014			
IEMA	TOT	TOT	TOT	TOT	TOTA			
	AL	AL	AL	AL	L			
Comportament								
o do	235	265	233	177	87			
Consumidor								
Bibliometria	79	85	120	89	34			
B2C	349	419	456	501	443			
B2B	852	855	946	940	854			

Tabela 01: Adaptada pela autora.

Assim o sendo, pode-se observar que, dentre os 1515 artigos veiculados no ano de 2010, 15,51% referem-se ao comportamento do consumidor, 5,21% referem-se à bibliometria, 23,04% ao B2C e 56,24% ao B2B, o que aponta para um percentual de 18,89% referente ao total de 8.019 publicações entre 2010 e 2014, conforme gráfico 01:



Gráfico 01: Adaptada pela autora.

Já, conforme dados da ANPAD, observa-se o total de 12 publicações referentes ao comportamento do consumidor, dentro do período estipulado (2010 a 2014), conforme tabela 02:

ANPAD								
	ANO							
TEMA	2010	2011	2012	2013	2014			
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL			
Comportamento do Consumidor	4	0	3	2	3			
Bibliometria	0	0	0	0	0			
B2C	0	0	0	0	0			
B2B	0	1	1	0	0			

Tabela 02: Adaptada pela autora.

Desta forma, quatro (04) das 14 publicações do período são do ano de 2010, o que refere-se a 28,57% do total, três (03) de 2012, 7,14%, duas (02) referem-se ao ano

de 2013, 28,57% e mais três (03) ao ano de 2014, 21,43%. Em relação à análise bibliométrica e B2C, salienta-se que não foram encontrados artigos publicados no período especificado. No que tange a B2B, encontrou-se dois (02) artigos, sendo um do ano de 2011 e outro de 2012, conforme gráfico 02:

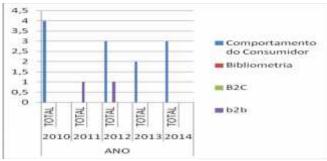


Gráfico 02: Adaptada pela autora.

Já em relação ao comportamento do consumidor, no que tange à mensuração da qualidade da satisfação de alunos de instituições públicas de ensino superior, os dados revelaram que não ocorreram estudos, ou que não foram publicados, o que denota a importância de pesquisas que abordem o tema, a fim do desenvolvimento de estudos na área.

Salienta-se que, dos 8.033 artigos encontrados nas mencionadas plataformas, 59 foram selecionados, analisados e catalogados para o presente estudo, o que representa um percentual de 0,73% das publicações.

Em relação à classificação como teórico, empírico, ou teórico/empírico dos estudos selecionados, observou-se que maior parte refere-se a empíricos, totalizando dos 37 artigos, que representa 62,71% dos 59, contra 16 teóricos (27,12%), e mais 10,17% que referem-se aos 06 empírico/teóricos.

Não obstante, no que tange a classificação por local ou atividade de pesquisa, destaca-se que maior parte dos estudos foram realizados dentro de empresas, bem como que o segundo lugar de destaque foi para atividades referentes à cultura organizacional, conforme tabela 03:

LOCAL / ATIVIDADES DE PESQUISA					
Administração Pública	2				
Bancos	1				
Comércio	4				
Cultura Organizacional	13				
Educação	4				
Empresa	20				
Faculdade	1				
Indústria	1				
Legislação	1				
Mercado de Luxo	1				
Organização Militar	1				
Periódicos	8				
Setor Automobilístico	1				
Supermercados	2				

Tabela 03: Adaptada pela autora.

evidente Assim sendo, fica uma representatividade de 33,33% de análises empíricas realizadas através de questionários e outros modelos para mensuração de resultados, especificamente em algumas privadas e públicas, bem como diversificação dos estudos em relação aos locais de realização das mesmas. Outro fator relevante tangente às pesquisas empíricas e locais de desenvolvimento da análise, é que na área de administração pública só foram encontrados, entre os artigos selecionados. duas em administração pública e uma em instituição de ensino superior, conforme gráfico 03:



Gráfico 03: Adaptada pela autora.

Nessa perspectiva, cabe ainda mencionar que as atividades foram desenvolvidas em 14 locais distintos, com maior ênfase para empresas, e cultura organizacional, tendo em vista maior proximidade do assunto a área de atividade.

Porém, cabe destacar que o comportamento do consumidor atinge diversas áreas, inclusive não mencionadas, sendo assunto merecedor de maiores pesquisas, atreladas a novas áreas, com intuito da descoberta de novos caminhos.

No que tange à utilização de referências, observouse ainda maior destaque para as publicações internacionais, tendo em vista que totalizaram 1.845 citações, contra 701 publicações nacionais, conforme gráfico 04:



Gráfico 04: Adaptada pela autora.

Desta forma, tal classificação aponta para a real necessidade de maiores estudos, pesquisas e publicações nacionais de relevância junto às plataformas, tendo em vista que as publicações brasileiras representam apenas 31,46%, quanto as internacionais 72,47%.

No que refere-se à natureza da pesquisa, 37 dos artigos são empíricos, 16 são teóricos e os outros 06, classificam-se como teórico/empíricos, conforme tabela abaixo:

NATUREZA DA PESQUISA					
Empíricos	37				
Teóricos	16				
Teórico / Empírico	6				

Tabela 04: Adaptada pela autora.

Logo, 62,71% dos estudos classificam-se como empíricos 27,12% como teóricos e 10,17% de natureza empírica e teórica, conforme gráfico 05:



Gráfico 05: Adaptada pela autora.

Nessa perspectiva, os estudos empíricos que apresentam maior percentual foram os qualitativos, totalizando 26 artigos (72,47%). Já os qualitativos, participaram com o total de 03 (8,82%), ficando os outros 05 (14,71%) para teórico empírico, conforme gráfico 07:

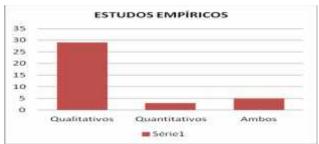


Gráfico 06: Adaptada pela autora.

Cabe ressaltar que, dentre os artigos empíricos qualitativos, apenas 08 (27,59%) corresponderam à classificação como etnografia, 11 como investigação-ação (37,93%), e os outros 10 (34,48%), correspondem a estudo de caso, conforme gráfico 07:

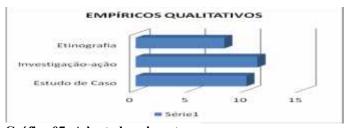


Gráfico 07: Adaptada pela autora.

Quanto aos artigos empíricos quantitativos, o resultado apontado foi de 03 artigos, sendo 01 estudo descritivo de populações mediante pesquisa, 01 experimento de caso único e o ultimo, estudo descritivo mediante código arbitrário de observações, conforme gráfico 08:

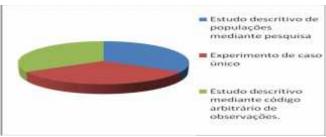


Gráfico 08: Adaptada pela autora.

Por fim, os estudos teóricos compõem 27,12% da análise em pauta, representando o total de 16 artigos, os quais se subdividem na classificação como 09 (56,25%) clássicos, 06 metanálise (37,5%) e 01 (6,25%), como clássico/metanálise.

5. CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo a realização de uma análise bibliométrica tangente ao comportamento do consumidor dos produtos e serviços .

Para tanto, tornou-se essencial proceder na busca do levantamento do referencial teórico, bem como de artigos publicados referentes à análise do comportamento do consumidor, bibliometria, B2B e B2C, nas plataformas da ANPAD, a fim de que fossem encontrados subsídios para atingimento do proposto, tendo em vista o método utilizado.

Logo, no decorrer do estudo, foi realizado um breve histórico sobre o comportamento do consumidor. Em seguida, encetou-se à descrição do método utilizado, seguido dos resultados da análise em epígrafe.

Assim o sendo, observou-se que o comportamento do consumidor, e que o estudo do mesmo é essencial para entendimento do processo de decisão de compra, tendo em vista a competitividade presente no mercado.

Dentre os 8.033 artigos encontrados nas mencionadas plataformas, 59 foram selecionados, analisados e catalogados para o presente estudo, o que representa um percentual de 0,73% das publicações.

Nessa perspectiva, cabe destacar que 62,71% dos artigos selecionados são empíricos, e a maioria das análises foram realizadas no ambiente das empresas, tendo em vista a proximidade do assunto com a área de atividade.

Outro fator relevante foi o número de referências internacionais com maior destaque, tendo em vista o total de 1.845 citações, contra 701 publicações nacionais.

Torna-se cabível ainda mencionar que, apesar da importância do assunto, verifica-se regressão de publicações acerca do comportamento do consumidor no mencionado período, uma vez que em 2010 os números apresentados foram de 239 artigos, tendo o ápice em 2011 com 265, regredindo para 236, 179 e 90 em 2012, 2013 e 2014, respectivamente. Em relação à bibliometria, observou-se o total de 79 artigos em 2010, 85 em 2011, tendo o seu ápice de 120 publicações em 2012, 89 em 2013 e apenas 34 em 2014. Quanto ao B2C, em relação aos mesmo anos, 349, 419, 456, 501 e 443, respectivamente. Já o B2C, em 2010 foram encontradas 852 publicações, 856 em 2011, 947 em 2012, 943 em 2013 e 854 em 2014. Cabe atentar que, em relação a 2014, os números ainda podem sofrer variação, tendo em vista a não finalização do ano e a possibilidade iminente de novas publicações.

Assim o comportamento do consumidor atinge diversas áreas, inclusive não mencionadas, sendo assunto merecedor de maiores pesquisas, atreladas a novas áreas, com intuito da descoberta de novos caminhos e expansão do conhecimento do comportamento do consumidor.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Jorge M. Oliveira; FOXAL, Gordon R. Análise do Comportamento do Consumidor. In: RODRIGUES, Josele Abreu; RIBEIRO, Michela Rodrigues. Análise do Comportamento: pesquisa teoria e aplicação. Artmed. Porto Alegre. 2005.

GOLDSTEIN, Maurício. ALMEIDA, Henrique Silveira de. **Crítica dos modelos integrativos de comportamento do consumidor**. Volume 35, nº 1. RAP-USP. 2000. Disponível em: http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_arti go=71. Acesso em 20/11/2014.

ISHIKAWA, Kaoru. Controle de qualidade total. In: Á maneira japonesa. 6ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997. pg. 45 – 86.

JURAN, J.M. **Juran na Liderança pela Qualidade um Guia para Executivos** – São Paulo: Editora Pioneira Administração e Negócios. 1993.

LOPES, Evandro Luiz; SILVA, Dirceu da. Modelos Integrativos do Comportamento do Consumidor: uma revisão teórica. http://revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/viewArticle/2273. Acesso em 19.11.2014.

MAXIMINO, Pedro. A Bibliometria e as Bibliotecas: projectos de investigação. Revista Cadernos BAD 01. Ass. Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas. 2008. Disponível em: http://www.apbad.pt/CadernosBAD/Caderno12008/PM%20CBAD108.pdf. Acesso em 22.11.2014.

PROCOPIUCK, Mário. Políticas Públicas e Fundamentos da Administração Pública: Análise e Avaliação: governança e redes de políticas, administração judiciária. São Paulo: Editora Atlas. 2013.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

Os trabalhos escritos em português ou espanhol devem incluir (após direitos autorais) título, os nomes dos autores e afiliações, o resumo e as palavras chave, traduzidos para o inglês e a declaração a seguir, devidamente adaptada para o número de autores.

"O(s) Santana, Daniela, Morais, Marizangela, Silva, André, são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

BIBLIOMETRIC ANALYSIS CONSUMER BEHAVIOR

Santana, Daniela,danielacristina_felix@hotmail.com¹ Morais, Marizangela, marizangelaprof@hotmail.com² Silva, André, andre.silva.ufg@gmail.com³

> ¹UFG-Catalão - GO ²UFG-Catalão - GO ³UFG-Catalão - GO

Abstract: The scientific developments, at some point, is given by the need to search and knowledge production, which serves as a support to scholars. Thus, bibliometrics is shown as a great ally, as it promotes the study of periodic which focus on a specific topic, or inter-related topics. So being, this article aims to promote the implementation of an investigative analysis through published academic literature, tangent to consumer behavior based on B2B and B2C, as well as contribute to the bibliometric survey of publications that refer to the consumer behavior. Note also that this examination will stick up-to articles published in ANPAD and CAPES platforms, for the period 2010 and 2014. The results show a total of 8,033 publications. However, the present study Atera the analysis of 59 selected articles that guide consumer behavior in various institutions. Among several findings, it was observed that the consumer behavior is linked to the view that the individual has about the quality and the satisfaction is the same.

Keywords: Consumer Behavior. Bibliometric analysis. B2B.B2C.

ESTUDO BIBLIOMÉTRICO SOBRE A GESTÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE SAÚDE DO HOMEM NO BRASIL: TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS

CAMPOS, THIAGO VIEIRA, campos_vieira@hotmail.com¹
CASTRO E MACEDO, CAIO FLÁVIO, cfcmacedo@gmail.com²
LUCCHESE, ROSELMA, roselmalucchese@hotmail.com³
SADOYAMA, GERALDO, gsadoyama@yahoo.com.br

- 1- Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás (UFG) Regional Catalão, Brasil;
- 2- Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás (UFG) Regional Catalão, Brasil. Bolsista da FAPEG;
 - 3- Docente do Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional e do Departamento de Enfermagem da Universidade Federal de Goiás (UFG) Regional Catalão;
- 4- Docente do Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional e do Departamento de Biologia da Universidade Federal de Goiás (UFG) Regional Catalão

Resumo: Estudo bibliométrico de artigos científicos, cujo objetivo foi identificar e analisar os dados quantitativos e qualitativos relacionados ao tema Políticas Públicas para a Saúde do Homem no Brasil. As bases de dados primários de informações científicas consultadas foram a PubMed e SciELO, com os seguintes descritores: "public policy" e "men's health". Foram analisados 20 artigos publicados entre 2008 e 2014. O tema mais comumente abordado foi a política pública voltada para a saúde do homem. O método foi considerado quantitativo, no que diz respeito ao mapeamento realizado e qualitativo quando da verificação das informações que foram analisadas nos artigos. Quanto à expressão da arte nos títulos dos estudos analisados, na PUBMED, 68 artigos foram encontrados inicialmente, 17 com texto completo de livre acesso, sendo 7 excluídos por não atenderem ao tema. Já na plataforma SciELO foram localizados 66 artigos, 46 a partir do ano 2008, sendo que deste total, 36 também foram excluídos por também não atenderem ao tema. Como principal resultado, os textos apontam para a necessidade de mobilização da população masculina e para a criação de mecanismos e estratégias que conclamem os homens a aderir às ações e aos serviços de saúde.

Palavras-chave: políticas públicas, saúde do homem, saúde pública

INTRODUÇÃO

Desde a segunda metade do século XIX, quando a saúde se torna questão de Estado com intervenções de diferentes aspectos, determinados sujeitos mereciam uma atenção especial, singularizando-se na medida em que a ação do Estado os interpelava. Alguns desses sujeitos eram criminosos, loucos homossexuais, e também crianças ou velhos por serem considerados frágeis. Mas qualquer que tenha sido a justificativa para tal singularização, na medida em que alguns eram medicalizados, permaneciam na penumbra, especialmente os homens (CARRARA, RUSSO, FARO, 2009).

Segundo o Ministério da Saúde, morrem mais homens que mulheres ao longo da vida, e muitas dessas mortes poderiam ser evitadas não fosse à resistência masculina frente à procura pelos serviços de saúde (BRASIL, 2008).

Diante da preocupação com a saúde dos homens, que pouco procuram os serviços de saúde, e da falta de políticas públicas para este grupo, em agosto de 2009 o Ministério da Saúde (MS) lançou a Política Nacional de Atenção Integral à Saúde dos Homens (PNAISH), com a finalidade de promover ações que contribuam para a realidade singular masculina, de modo a sensibilizar os homens para o reconhecimento de suas condições sociais e de saúde, desenvolvendo práticas cotidianas de prevenção e cuidados (BRASIL, 2009).

Um dos desafios dessa política é a mobilização da população masculina brasileira para a luta pela garantia de seu direito social à saúde, que pretende politizar e sensibilizar homens para o reconhecimento e a enunciação de suas condições sociais e de saúde, para que se tornem sujeitos protagonistas de suas demandas, consolidando seu exercício dos direitos humanos (BRASIL, 2009).

A justificativa da não procura aos serviços de saúde são inúmeras, entre elas, citam-se a necessidade, culturalmente construída, de parecerem mais fortes que as mulheres e consequentemente não adoecerem e não necessitarem de cuidados. Outra questão bastante apontada pelos homens é o horário do funcionamento dos serviços de saúde, que coincide com a carga horária de seu trabalho, e também a demora na marcação de consultas devido ao tamanho das filas, entre outros (VIEIRA, GOMES, BORBA, COSTA, 2013).

Diante disso, o presente trabalho objetiva fazer uma revisão bibliométrica sobre as Políticas Públicas para a Saúde dos Homens no Brasil.

A bibliometria vem sendo utilizada nas diversas áreas do conhecimento como uma metodologia para a obtenção de indicadores de avaliação da produção científica. Ainda, tem como princípio, analisar a atividade científica ou técnica pelo estudo quantitativo das publicações e o seu principal objetivo é o desenvolvimento de indicadores cada vez mais confiáveis (SANTOS, 2003). Em síntese, a pesquisa bibliométrica se dá através do estudo dos aspectos quantitativos da produção, disseminação e uso da informação publicada (VANTI, 2002).

METODOLOGIA

O período de coleta de dados iniciou-se em 26 de setembro de 2014, com término em 28 de setembro do mesmo ano.

A obtenção dos resultados encontrados seguiu os passos da pesquisa bibliográfica e as bases primárias de informações científicas consultadas foram a PubMed e SciELO. Nas bases de dados da ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração) não foi encontrado nenhum artigo com os descritores política pública e saúde do homem.

A estratégia de busca foi então determinada: no PubMed, os artigos são indexados usando um vocabulário controlado chamado Medical Subject Headings (MeSH), que permite identificar o termo MeSH mais apropriado para a pesquisa. Foram adicionados os termos "public policy" e "men's health", com 68 artigos encontrados inicialmente e 17 com

texto completo de livre acesso. Sete artigos foram excluídos por não contemplarem o tema.

Na plataforma SciELO, foi realizada a mesma estratégia de busca, com 66 artigos localizados e 46 a partir do ano 2008. Trinta e seis artigos foram excluídos, também, por não contemplarem o tema ou pela falta de texto completo de livre acesso ou ainda por repetição em relação ao encontrado na PubMed. Ao final, vinte artigos foram recuperados para a análise, dez em cada plataforma.

Todos os trabalhos selecionados nas bases de informação primária, no período entre 2008 a 2014, foram avaliados. Os textos foram filtrados inicialmente pela leitura dos resumos e, posteriormente, analisados na sua íntegra. Para a coleta de dados foi desenvolvido um instrumento no formato de tabela que continha as seguintes variáveis: título, autores, nome e ano de publicação do periódico, objetivo, método de pesquisa utilizado (classificado por tipo, abordagem, natureza, objetivos procedimentos), resultados, discussões, palavras chaves e quantidade de referências nacionais e internacionais.

RESULTADOS

O ano de 2012 foi o que apresentou maior número de publicações, sendo responsável por 38,9% destas.

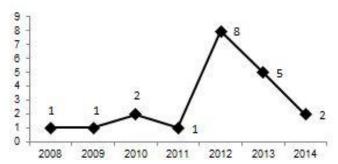


Figura 1 - Distribuição do número de artigos por anos, no período de 2008 a 2014.

Constatou-se que 55% dos artigos pesquisados se configuram como sendo do tipo empírico, demonstrando a necessidade de se analisar a realidade através dos dados apresentados.

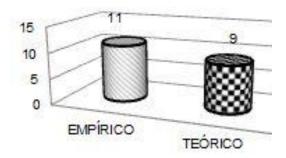


Figura 2 – Periódicos por tipos de pesquisa

Quanto à abordagem, verificou-se que 70% dos artigos são do tipo qualitativo, o que traz maiores interpretações para o pesquisador.

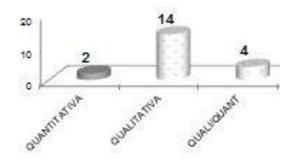


Figura 3 – Periódicos por abordagem de pesquisa

Metodologicamente os artigos se classificaram, segundo seus objetivos, como sendo, em sua maior parte do tipo exploratório/descritiva.

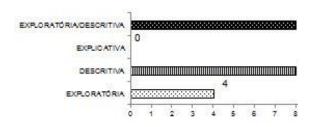


Figura 4 – Periódicos por objetivos da pesquisa

Há um predomínio do periódico Ciência e Saúde Coletiva, em relação aos demais, encontrados.

Periódico	Ocorrencia
Ciência & Saúde Coletiva	9
Revista Brasileira de Enfermagem	2
Psicologia Política	1
Escola Anna Nery	1
Trabalho, Educação, Saúde.	1
Caderno Saúde Pública	1
Saúde Sociedade	2
Physis Revista de Saúde Coletiva	1
Revista Saúde Pública	1
Interface - comunicação, saúde e e	. 1

Figura 5 – Periódicos por número de ocorrências

Os autores também foram identificados em relação ao gênero: em sua maioria são do sexo feminino, correspondendo a 68,75%.

SEXO	FEMININO	MASCULINO
N°	33	15

Figura 6 – Autores por gênero

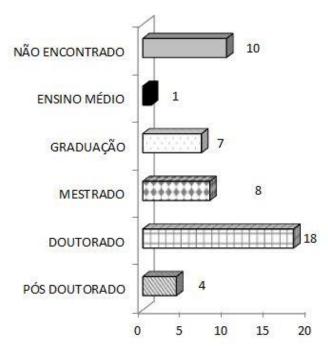


Figura 07 - Autores segundo maior titulação

Verificou-se que 41,67% da profissão destacada foram de professor, um fato bastante curioso, pois se esperava um maior interesse pela profissão de enfermeiros, ou médicos.

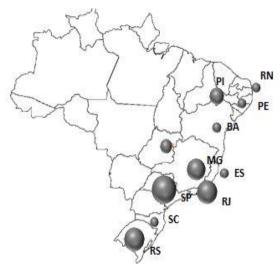


Figura 08 – Autores segundo UF (Unidade da Federação)

Em relação aos resultados de conteúdo, os vinte artigos revisados abordaram o tema políticas públicas para a saúde do homem no Brasil.

Em cinco municípios estudados, a maioria dos gestores não acompanhou a implementação da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde dos Homens (PNAISH) desde a sua chegada ao município, pois não coincidem as pessoas que se responsabilizaram pela elaboração inicial do Plano de Ação e que assegurou os recursos, com a pessoa que ocupa o cargo de Coordenador da Saúde do Homem no momento de realização da pesquisa, o que é indicativo da rotatividade dos profissionais nos cargos de gestão.

DISCUSSÃO

Tratando-se da PNAISH, percebe-se que ela surge a partir de uma decisão política e não de uma demanda reconhecida e compartilhada por toda a população, sobretudo, a masculina. A não inclusão dos homens no seio das discussões da construção de uma política pública voltada para seus interesses parece refletir o distanciamento destes dos serviços de saúde, conforme já evidenciado na literatura. A política preconiza a atenção à saúde do homem sem criar os mecanismos necessários para efetuá-la na prática. As observações etnográficas nos serviços apontaram para a presença considerável de homens que estão sozinhos nos serviços, o que revela que sua invisibilidade, também é uma questão de gênero (LEAL et al., 2012).

A Política privilegia algumas especialidades que tradicionalmente detém o poder sobre a saúde do homem, como a urologia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que a nova política (PNAISH), foi implantada e vem sendo implementada "em nome dos homens", abrindo pouco espaço para participação deles nos processos de decisão e na suas deliberações. A ausência de uma rede consolidada e efetiva de atenção, em que o usuário seja atendido por serviços com diferentes graus de complexidade dentro do sistema, foi lembrada pela maioria dos gestores e profissionais de saúde. Constatamos, assim, a falta de uma estrutura de incentivos adequada, que pudesse induzir os agentes implementadores a colocarem em prática e a aderirem aos objetivos da PNAISH. A potencialidade dessa articulação parece profícua para experiências de sucesso no campo da gestão e da formação dos profissionais, desde que inclua a participação social, ampliando e qualificando o acesso e o vínculo dos homens às ações de assistência integral a eles destinadas. Conclui-se que muito já foi produzido, porém muito ainda precisa ser produzido e de fato implementado, para que políticas públicas com estas, tenham sucesso, logrem êxito e alcancem os objetivos previamente pensados.

REFEÊNCIAS

- 1. MENDONÇA, V. S.; ANDRADE, A. A Política Nacional de Saúde do Homem: necessidade ou ilusão?. **PSICOLOGIA POLÍTICA. VOL. 10. Nº 20. PP. 215-226. JUL. DEZ. 2010.**
- 2. VIEIRA, K. L. D.; COSTA, C. F. S.; GOMES, V. L. O.; BORBA, M. R. Atendimento da População Masculina em Unidade Básica Saúde da Família: Motivos para a (não) procura. Esc Anna Nery (impr.)2013 jan -mar; 17 (1):120 127.
- 3. COUTO, A. T.; GOMES, R. Homens, saúde e políticas públicas: a equidade de gênero em questão. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2569-2578, 2012.
- 4. COUTO, A. T.; PINHEIRO, T. F.; VALENÇA.O.; MACHIN, R.; SILVA, G. S. N. S.; GOMES, R. O homem na atenção primária à saúde: discutindo (in) visibilidade a partir da perspectiva de gênero. Interface Comunic., Saude, Educ., v.14, n.33, p.257-70, abr./jun. 2010.

- 5. LEAL, A. F.; FIGUEIREDO, W. S.; SILVA, G. S. N. O percurso da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde dos Homens (PNAISH), desde a sua formulação até sua implementação nos serviços públicos locais de atenção à saúde. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2607-2616, 2012.
- 6. BURSZTYN, I. Estratégias de mudança na atenção básica: avaliação da implantação piloto do
- Projeto Homens Jovens e Saúde no Rio de Janeiro, Brasil. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 24(10):2227-2238, out, 2008.
- 7. SOUZA, L. P. S.; ALMEIDA, E. R.; QUEIROZ, M. A.; SOUZA, A. A. M; FIGUEIREDO, M. F. S. CONHECIMENTO DE UMA EQUIPE DA ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA SOBRE A POLÍTICA DE ATENÇÃO À SAÚDE MASCULINA. Trab. Educ. Saúde, Rio de Janeiro, v. 12 n. 2, p. 291-304,maio/ago. 2014.
- 8. CARRARA, S; RUSSO, J. A., FARO, L. A política de atenção à saúde do homem no Brasil: os paradoxos da medicalização do corpo masculino. Physis *Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 19 [3]: 659-678, 2009.
- 9. MOURA, E. C.; SANTOS, W.; NEVES, A. C. M.; GOMES, R.; SCHWARZ, E. Atenção à saúde dos homens no âmbito da Estratégia Saúde da Família. Ciência & Saúde Coletiva, 19(2):429-438, 2014.
- 10. SAUTHIER, M.; GOMES, M. L. B. Gênero e planejamento familiar: uma abordagem etica sobre o compromisso profissional para a integração do homem. Rev Bras Enferm, Brasilia 2011 mai-jun; 64(3): 457-64.
- 11. SCHRAIDER, B. L. Necessidades de saúde, políticas públicas e gênero: a perspectiva das práticas profissionais. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2635-2644, 2012.
- 12. MOURA, E. C.; LIMA, A. M. P., URDANETA, M. Uso de indicadores para o monitoramento das ações de promoção e atenção da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem (PNAISH). Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2597-2606, 2012.
- 13. KNAUTH, D. V., COUTO, M. T., FIGUEIREDO, W. S. A visão dos profissionais sobre a presença e as demandas dos homens nos serviços de saúde: perspectivas para a análise da implantação da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2617-2626, 2012.

- 14. MARTINS, A. M.; MALAMUT, B. S. Análise do discurso da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem. **Saúde Soc. São Paulo**, **v.22**, **n.2**, **p.429-440**, **2013**.
- 15. SEPATAVICH, M. A.; CANESQUI, A. M. Saúde do homem e masculinidades na Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem: uma revisão bibliográfica. Saúde Soc. São Paulo, v.22, n.2, p.415-428, 2013.
- 16. SCHWARZL, E.; GOMES, R., COUTO, M. T.; MOURA, E. C.; CARVALHO, S. A.; SILVA, S. F. C. Política de saúde do homem. **Rev Saúde Pública 2012;46(Supl):108-116.**
- 17. GOMES, R.; LEAL, A. F.; KNAUTH, D.; SILVA, G. S. N. S. Sentidos atribuídos à política voltada para a Saúde do Homem. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2589-2596, 2012.
- 18. LEAL, A. F.; FIGUEIREDO, W. S.; SILVA, G. S. N. O percurso da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde dos Homens (PNAISH), desde a sua formulação até sua implementação nos serviços públicos locais de atenção à saúde. Ciência & Saúde Coletiva, 17(10):2607-2616, 2012.
- 19. LOPES, S. B.; MOREIRA, M. C. N. Políticas Nacionais de Atenção Integral à Saúde de Adolescentes e Jovens e à Saúde do Homem: interlocuções políticas e masculinidade. Ciência & Saúde Coletiva, 18(3):743-752, 2013.
- 20. ALVARENGA, W. A.; SILVA, S. S.; SILVA, M. E. D. C.; BARBOSA, L. D. C. S; ROCHA, S. S. Politica de saúde do homem: perspectivas de enfermeiras para sua implementação. Rev Bras Enferm, Brasília 2012 nov-dez; 65(6): 929-35.
- 21. BRASIL. Ministério da Saúde. *Portaria no 1.994*, *de 27 de agosto de 2009*. Institui no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS), a Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem. **Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2009a..**
- 22. CARRARA, S., RUSSO, J. A., FARO, L. A politica de atenção à saúde do homem no Brasil: os paradoxos da medicalização do corpo masculino. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, n. 19, v. 3, p. 659-678, 2009.
- 23. FONTES, W. D., BARBOZA, T. M., LEITE, M. C., FONSECA, R. L. S., SANTOS, L. C. F., NERY, T. C. L. Atenção à saúde do homem:

interlocução entre ensino e serviço. **Acta Paul Enferm**, n. 24, v. 3, p. 430-433, 2011.

- 24. BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem (Princípios e Diretrizes). Brasília: Ministério da Saúde, p. 46, 2008
- 25. BRASIL, Ministério da Saúde. Dispõe sobre a Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 2009. Acesso em: 10 de novembro de 2014, de http://dtr2001.saude.gov.br/sas/PORTARIAS/Port2008/PT-09-CONS.pdf>.
- 26. MOURA, E. C., NEVES, A. C. M., SÁ, N. N. B., SILVA, A. S., SANTOS, W. Perfil da

- situação de saúde do homem no Brasil. Rio de Janeiro: Fiocruz. (Relatório Técnico), 2012.
- 27. VIEIRA, K. L. D., GOMES, V. L. O., BORBA, M. R., COSTA, C. F. S. Atendimento da população masculina em unidade básica saúde da família: motivos para a (não) procura. **Esc Anna Nery**, n. 17, v. 1, p. 120-127, 2013.
- 28. SANTOS, R. N. Produção científica: por que medir? O que medir? **RDBCI**, n. 1, v. 1, p. 22-38, 2003.
- 29. VANTI, N. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e difusão do conhecimento. **Ci Inf**, n. 31, v. 2, p. 152-162, 2002.

STUDY BIBLIOMETRIC ON THE MANAGEMENT OF PUBLIC POLICIES OF HUMAN HEALTH IN BRAZIL: TRENDS AND PROSPECTS

CAMPOS, THIAGO VIEIRA, campos_vieira@hotmail.com¹
CASTRO AND MACEDO, CAIO FLÁVIO, cfcmacedo@gmail.com²
LUCCHESE, Roselma, roselmalucchese@hotmail.com³
SADOYAMA, Geraldo, gsadoyama@yahoo.com.br

- 1- Master the Graduate Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás (UFG) Regional Catalão, Brazil;
- 2- Master the Graduate Program in Organizational Management from the Federal University of Goiás (UFG) Regional Catalão, Brazil. Fellow of FAPEG;
- 3- Professor of the Graduate Program in Organizational Management and the Department of Nursing at the Federal University of Goiás (UFG) Regional Catalão;
- 4 Professor of the Graduate Program in Organizational Management and the Department of Biology at the Federal University of Goiás (UFG) Regional Catalão

Summary: bibliometric study of scientific articles, aimed to identify and analyze quantitative and qualitative data related to the theme Public Policy for Men's Health in Brazil. The primary databases of scientific information consulted were the PubMed and SciELO, with the following descriptors: "public policy" and "men's health". We analyzed 20 articles published between 2008 and 2014. The most commonly discussed topic was public policy focused on human health. The method was considered quantitative, as regards the qualitative mapping performed and when checking the information on the articles that were analyzed. As for the expression of art in the titles of the studies analyzed in PUBMED, 68 articles were found initially, with 17 full-text free access, 7 excluded for not meeting the subject. In the SciELO platform they were located 66 articles, 46 from 2008, and of this total, 36 were excluded for also do not meet the theme. As a main result, the texts point to the need for mobilization of the male population and the creation of mechanisms and strategies that conclamem men to join the actions and health services.

Keywords: public policies, human health, public health



FLOTAÇÃO DE APATITA UTILIZANDO ÓLEO DE PINHÃO MANSO

Moraes, Izabela Letícia Almeida¹, e-mail: izabela-lets@hotmail.com Silva, André Carlos² Silva, Elenice Maria Schons³

¹Master's student in Organizational Management Graduate Programa at Federal University of Goiás, Catalão, Brazil. ²Federal University of Goiás, Catalão, Brazil. ³Federal University of Goiás, Catalão, Brazil.

Resumo: As reservas brasileiras de rochas fosfáticas estão concentradas em maioria nos estados de Minas Gerais e Goiás, onde também estão concentrados grande parte do cultivo do pinhão manso (Jartropha Curcas L.), rico em ácidos graxos e apresenta predominância no ácido linoléico, seguido do ácido oléico e do ácido palmítico. O pinhão manso é um fruto que contem três castanhas em seu interior que apresentam teor de óleo variando entre 22 a 48 %. Devido a sua toxidade não é uma castanha comestível o que o torna economicamente viável. Além da nova exploração do óleo para fins voltados a mineração, o material resultante da prensagem está sendo explorado como biocombustível, tinta para escâner e verniz. O presente artigo apresentou a aplicação do óleo de pinhão manso (OPM) extraído por prensagem como coletor em testes de microflotação, em virtude da rica composição em ácidos graxos na castanha. O óleo foi saponificado a quente utilizando álcool 95% e NaOH e então foram feitos os testes microflotação em tubo de Hallimond com o uso do minerais puros apatita com pH 8, 9 e 10. Os resultados apresentaram que teve melhor recuperação no pH 10 e para os demais pontos de recuperação para os dois coletores testados apresentaram resultados próximos e superiores a 90% de recuperação mostrando que o óleo de pinhão manso pode ser usado como coletor na flotação deste mineral.

Palavras-chave: Óleo de pinhão manso, Coletor, Microflotação, Apatita.

1. INTRODUÇÃO

O aumento do mercado consumidor de fertilizantes fosfatados no Brasil é muito superior ao que se produz. Segundo Fonseca (2013), o governo está exigindo dos grandes grupos investimentos em pesquisas para melhorar a extração das reservas brasileiras já descobertas em nome do interesse nacional. As reservas brasileiras de rochas fosfáticas estão concentradas principalmente nos Estados de Minas Gerais com 67,9% desse total, seguido de Goiás com 13,8%, São Paulo com 6,1%, que juntos participam com 87,8% das reservas do País. O Estado de Minas Gerais foi responsável, em 2013, por produzir 49% do fosfato nacional, seguido de Goiás, com 36%, São Paulo, com 10%, Bahia, com 4%, e Tocantins com o restante.

A maioria dos minérios de fósforo das rochas fosfatadas pertence ao grupo da apatita (Ca5(Cl, F, OH)(PO₄)₃), um fosfato cristalino de cálcio com flúor, com teor de P₂O₅ oscilando de 4 a 15%. Os depósitos de apatita possuem uma complexa mineralogia, contendo impurezas que influenciam na recuperação de fósforo nas usinas de beneficiamento desses minérios. Em virtude disso,

pesquisas e melhorias tecnológicas já foram realizadas na tentativa de aproveitamento da apatita (Souza e Fonseca, 2008).

O sistema de reagentes de flotação é fator determinante na eficiência do processo. O uso de reagentes tem por finalidade aumentar as diferenças entre as características originais das superfícies dos minerais presentes no processo. Desta maneira, possibilita-se a separação, uma vez que quanto mais distintas forem as superfícies das espécies a serem separadas, maior a probabilidade de êxito. A flotação deve ser seletiva (BALTAR, 2008).

O potencial dos ácidos graxos como agentes coletores na flotação é reconhecido na literatura. Os coletores aniônicos classificam-se em sulfidrílicos ou oxidrílicos. Dentro do grupo de coletores oxidrílicos destacam-se, dentre outros, carboxílicos, grupo ao qual pertencem os ácidos graxos (BALTAR, 2008).

Brandão et al. (1994) realizaram testes de microflotação em tubo de Hallimond com apatita pura, usando como coletores sais de sódio dos ácidos graxos palmítico, esteárico, oleico, linoleico



e linolênico, em função do pH. Os resultados demonstraram que os ácidos graxos insaturados (linoleico, oleico e linolênico) tiveram desempenho superior em relação aos saturados.

Costa (2012) analisou o uso de óleos vegetais amazônicos na flotação de minérios fosfáticos. Os resultados obtidos no trabalho indicam que é grande a possibilidade de utilização de óleos vegetais amazônicos como coletores na flotação de minérios fosfáticos. O autor destaca que o coletor da semente de maracujá corresponde a uma alternativa aos reagentes atualmente usados na flotação de fosfatos.

O teor de óleo encontrado nas sementes de pinhão manso varia de 22 a 48% (Becker, 2008), porém este teor é variável em função das condições ambientais e do modo de extração de óleo.

No Brasil, o pinhão-manso ocorre praticamente em todas as regiões do país, sempre de forma dispersa, propagando-se, sobretudo nos estados do Norte e do Nordeste, em Goiás e em Minas Gerais (ALVES, 2010; FREIRE *et al.*, 2009). Lemões et al., 2011, identificou sete ácidos graxos no óleo extraído das sementes de pinhão-manso utilizando o método de Soxhlet. Os ácidos graxos majoritários foram o ácido linoléico com 40,0% seguido do ácido oléico com 25,7% e do ácido palmítico com 19,6%.

O teor de ácidos graxos insaturados e saturados no óleo de pinhão-manso foi de 70,5% e 29,5% respectivamente. O ácido graxo saturado com 20 átomos de carbono (araquídico) foi encontrado em pequena quantidade no óleo analisado. Da mesma forma, Achten et. al (2008) salienta que o teor de ácidos graxos insaturados no óleo de pinhão-manso é superior a 75%.

O presente trabalho utilizou o óleo de pinhão manso, visando buscar uma nova alternativa de reagente coletor na flotação de apatita, analisando o pinhão manso, uma castanha que é encontra em vários estados do Brasil. A fim de obter matéria-prima de custos menores, as castanhas do pinhão manso não são comestíveis, o que torna uma alternativa viável do ponto de vista econômico e possui alto teor de ácidos graxos o que reforça a ideia do seu potencial como coletor.

2. OBJETIVO

Aplicar o óleo de pinhão manso, no processo de flotação de apatita, verificando seu potencial para ser utilizado como coletor. Soma-se a isso o intuito

de analisar, além de aspectos químicos favoráveis, se é viável a utilização da óleo de pinhão manso na indústria sob o aspecto econômico.

3. METODOLOGIA

O mineral de apatita usado neste trabalho foi adquirido e submetido aos procedimentos de moagem, peneiramento e secagem, para sua posterior classificação em faixas granulométricas e armazenamento.

O material foi cominuído em moinho de bolas e peneirado para sua posterior separação em faixas granulométricas. A etapa de peneiramento foi realizada a úmido. Após o peneiramento, o mineral passou pelo procedimento de filtragem a vácuo para então ser inserido nos recipientes e seguirem à etapa de secagem em estufa. As amostras de apatita pura, separadas por granulometria, foram armazenadas em frascos, prontas para o uso. Uma amostra do mineral passante em 150# foi submetida à análise química em uma mineradora da cidade de Catalão – Brasil, com o objetivo de identificar os componentes do mineral que foi adquirido e utilizado nos testes de microflotação.

A caracterização do óleo de pinhão manso se fez necessária para a interpretação dos resultados de flotação, relacionando as características do óleo que podem influenciar no desempenho do mesmo como coletor. Realizaram-se análises para obtenção do índice de saponificação (IS), grau de saponificação e índice de acidez (IA), tendo como referência os métodos descritos por Oliveira (2005).

Utilizou-se como coletor o óleo da castanha do pinhão manso, cedida pela Embrapa Agroenergia localizada em Brasília-DF. Onde as castanhas passaram por um processo de prensagem e filtragem conforme metodologia de Araújo (2012).

Para ser usado como coletor o óleo de pinhão manso foi submetido à hidrólise alcalina (saponificação). Optou-se pelo método de saponificação a quente que emprega álcool 95% e NaOH sob refluxo, pois este requer menor tempo de conversão, já que o álcool proporciona um contato maior do óleo com o NaOH. A eficácia da reação hidrolise foi verificada visualmente solubilizando o material obtido em água. Se a solubilização fosse completa, considerava-se como saponificado, resultados diferentes descartados.

Os testes de microflotação em tubo de Hallimond foram realizados com amostras puras de apatita,



numa granulometria de -100+150# (-150+106 μm). A tabela 2 apresenta as variáveis operacionais adotadas nos testes. Todos os testes foram realizados em triplicata. O condicionamento das amostras foi realizado pelo período de 7 minutos de forma mais concentrada, isto é, colocou-se na parte final do tubo o mineral, uma quantidade de coletor que garanta a concentração final desejada (2,5; 5,0; 7,5 ou 10,0 mg/L) e completou-se com água até o limite de 50 mL de solução para condicionamento. Ao final do condicionamento adicionou-se o restante da água necessária ao procedimento, chegando a uma solução com 320 mL, para então iniciar-se a flotação com intervalo de duração de um minuto.

Tabela 2. Condições dos testes de microflotação de apatita

Condições	Valores
Vazão de ar	40 cm ³ /min
pН	8, 9 e 10
Faixa	-100+150# (-150+106
granulométrica	μm)
Massa do mineral	1 g
Condicionamento	7 minutos
Flotação	1 minuto
Concentrações	2,5; 5,0; 7,5 e 10,0 mL

Os ensaios de arraste hidráulico em Tubo de Hallimond revelaram um baixo índice de transporte hidrodinâmico, ou seja, o carreamento de partículas pelo fluxo ascendente gerado com a passagem do ar. Os testes apresentaram um arrastes de aproximadamente 0,7% para a vazão 40 cm³/min. Dessa maneira, os dados de microflotação serão apresentados desconsiderando valores de arraste.

A fim de comparação da performance do óleo de pinhão-manso utilizou-se o coletor industrial Flotigam 5806, da empresa Clariant.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

O (IA) do óleo de pinhão manso encontrado foi de 7, 67 mg KOH/g, que de acordo com Canakci e Gerpen (2001) e Berchmans e Hirata (2008), o (IA) na matéria-prima não deve ultrapassar 2,0 mg KOH.g–1, ou seja, 1% p/p. Nesse caso o óleo de pinhão manso deveria passar por um processo de neutralização para atingir a acidez ideal.

O (GS) apresentou um resultado de 72,75 mg de óleo, mostrando que nos testes de microflotação de apatita esteve o (GS) está dentro dos parâmetros. Como afirma Oliveira (2005), na prática industrial procura-se trabalhar com um grau de saponificação

entre 55 e 75 %. Portanto, o grau de saponificação dos testes de microflotação realizados está de acordo com a prática industrial.

O óleo de pinhão manso apresentou um (IS) de 89,11 mg KOH/g, valor baixo de acordo com Tavares (2012) e outras literaturas que encontrou um valor médio de 197,90 e 199,56 mg KOH/g óleo. O autor explica que quanto maior o tamanho da cadeia do ácido graxo, menor será o índice de saponificação do óleo, o que pode explicar o (IS) encontrado.

A figura 1 apresenta a variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos dois coletores testados em pH 8. Nota-se que em todas as dosagens inferiores a 10 mg/L o óleo de pinhão-manso teve recuperação superior ao Flotigam 5806.

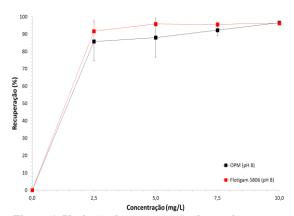


Figura 1. Variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos coletores (Flotigam 5806 e óleo de pinhão manso saponificado) em pH 8.

A figura 2 apresenta a variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos dois coletores testados em pH 9. Para a dosagem de 2,5 e 10,0 mg/L ambos coletores tiveram recuperação semelhante. Contudo o óleo de pinhão-manso obteve maior recuperação na dosagem de 5,0 mg/L e menor na dosagem de 7,5 mg/L que o Flotigam 5806.



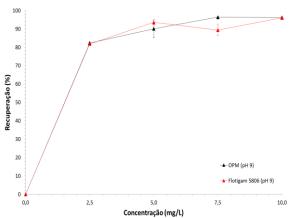


Figura 2. Variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos coletores (Flotigam 5806 e óleo de pinhão manso saponificado) em pH 9.

A figura 3 apresenta a variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos dois coletores testados em pH 10. Nota-se que em todas as dosagens testadas o óleo de pinhão-manso teve recuperação superior ao Flotigam 5806.

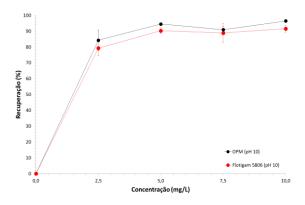


Figura 3. Variação da recuperação de apatita com o aumento da concentração dos coletores (Flotigam 5806 e óleo de pinhão manso saponificado) em pH 10.

O óleo de pinhão manso saponificado mostrou-se eficaz como coletor na flotação de apatita em testes de microflotação em tubo de Hallimond, apresentando melhor recuperação de apatita em todos os pH's testados que o coletor industrial Flotigam 5806, com exceção do pH 9 na dosagem de 7,5 mg/L.

Portanto o óleo de pinhão manso apresenta potencial para ser utilizado como coletor industrial, se apresentando como uma alternativa viável tecnicamente aos reagentes atualmente utilizados na flotação de apatita. A utilização desse reagente coletor alternativo em escala industrial, em substituição parcial ou total aos reagentes atualmente utilizados seria uma importante contribuição para o setor mineral.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos às agências de fomento CNPq, CAPES e FAPEG pelo auxílio financeiro, primordial para a realização do presente estudo, bem como à Embrapa Agroenergia por ceder o óleo de pinhão utilizado no estudo e a Universidade Federal de Goiás.

REFERÊNCIAS

ACHTEN, W.M.J., VERCHOT, L., FRANKEN, Y.J., MATHIJS, E., SINGH, V.P., AERTS, R., MUYS B. Jatropha bio-diesel production and use. Biomass and bioenergy, v. 32, p.1063–1084, 2008.

ALVES, M.A.B. Otimização da obtenção de biodiesel etílico de pinhão manso (*Jatropha curcas* L.). 2010. 97p. Dissertação (Mestrado em Agroenergia). Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO, 2010.

ARAÚJO, V. M. Extração de óleo de pinhão manso para produção de biocombustível. Disponível em http://www.producaodebiodiesel.com.br/materias-primas/extracao-oleo-pinhao-manso-producao-biocombustivel-biomassa>.

BALTAR, C. Flotação no Tratamento de Minério. Recife, Brazil, UFPE, 2008.

BECKER, K., MAKKAR, H. P. S. Jatropha curcas: A potential source for tomorrow's oil and biodiesel. Lipid Technology, v. 20, n. 5, 2008.

BERCHMANS, H. J., HIRATA, S. Biodiesel production from crude Jatropha curcas L. seed oil with a high content of free fatty acids. Bioresource Technology, v. 99. Issue 6, p. 1716-1721, 2008.

BRANDÃO, P. R. G., CAIRES, L. G., QUEIROZ, D. S. B. Vegetable lipid oil-based collectors in the flotation of apatite ores. *Minerals Eng.*, v. 7, n. 7, p. 917-925, 1994.

CANAKCI, M., GERPEN, J. V. The performance and emissions of a diesel engine fueled with biodiesel from yellow grease and soybean oil. Transactions ASAE. 44: 1429, 2001.

COSTA, D. S. Uso de Óleos Vegetais Amazônicos na Flotação de Minérios Fosfáticos. 2012. 191 f. Tese (Doutorado) — Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.



FONSECA, D.S. Fosfato. Brasília: DNPM, 2013.

FREIRE, L. M. S. et al. Thermal Investigation of oil and biodiesel from Jatropha curcas L J. Therm. Anal. Calorim. 2009. 1029-1033 p.

LEMÕES, J. C, POTES, M. L, OLIVEIRA, R. J. P, SILVA, L. L, ANJOS, S. D, SILVA. Determinação do teor de óleo e perfil graxo de acesso de pinhãomanso da Embrapa Clima Temperado. 29 a 30 de nov. 2011, Brasília-DF. II Congresso Brasileiro de Pesquisas de Pinhão Manso, 2011.

OLIVEIRA, J. Grau de Saponificação de Óleos Vegetais na Flotação Seletiva de Apatita de Minério Carbonatítico. 2005. 187 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós – Graduação em Engenharia Mineral, Universidade Federal de Ouro Preto, 2005.

SOUZA, A.E., FONSECA, D.S. Fosfato. Brasília: DNPM, pp. 546-568, 2008.

TAVARES, D. C., Estudo do efeito das misturas de óleos de pinhão manso, fritura e sebo bovino na produção de biodiesel. (Tese de Doutorado). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro Instituto de Tecnologia Departamento de Engenharia Química. Seropédica RJ, 2012.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"OS autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

FLOTATION APATITE USING JARTROPHA OIL

Moraes, Izabela Letícia Almeida¹, e-mail: izabela-lets@hotmail.com Silva, André Carlos² Silva, Elenice Maria Schons³

¹Mestranda no Programa de Pós-graduação em Gestão Organizacional na Universidade Federal de Goiás (UFG) ²Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão ³Universidade Federal de Goiás - Regional Catalão

Abstract. The Brazilian reserves of phosphate rock are concentrated in majority in the states of Minas Gerais and Goiás, which are also concentrated much of the jatropha cultivation (Jartropha Curcas L.), rich in fatty acids and has predominance in linoleic acid, followed by acid oleic and palmitic acid. Jatropha curcas is a fruit that contains three chestnuts inside that have oil content ranging from 22-48%. Due to its toxicity is not an edible nuts which makes it economically viable. Besides the new exploration of oil for purposes aimed at mining, material resulting from the pressing is being explored as biofuel, ink and varnish scanner. This article introduced the application of jatropha oil extracted by pressing as collector in microflotation tests, due to the rich composition of fatty acids in nuts. The hot oil was saponified using NaOH, 95% alcohol and then the microflotation tests were made in Hallimond tube with the use of pure mineral apatite at pH 8, 9 and 10. The results showed better recovery had pH 10 and other recovery points to the two collectors tested showed similar results and over 90% recovery showing that Jatropha oil can be used as collector in the flotation of this mineral.

Keywords: Jartropha oil, Collector, Microflotation, Apatite.



COMPRAS SUSTENTÁVEIS EM INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE **ENSINO SUPERIOR**

Martins, Karine Canuto¹, <u>karinecanuto@hotmail.com</u> Souza, Carla Mendonça de², <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u> Chaves, Manoel Rodrigues³, manoelufg@gmail.com Silva, André Vasconcelos da⁴, andre.silva.ufg@gmail.com Ferreira, Joyce Lopes⁵, joyce_lopesfer@hotmail.com

^{1, 2, 3, 4, 5} Universidade Federal de Goiás

Resumo: O objetivo deste estudo foi descrever a adesão de critérios de sustentabilidade nas compras públicas. Dessa forma, comparou os critérios utilizados em 15 editais de 5 universidades diferentes com os critérios de sustentabilidade exigidos pela Instrução Normativa nº 01/10. Verificou-se que as universidades estão adequando de forma tímida seus editais às exigências legais. Dos 15 editais, apenas 6 atendem totalmente aos critérios de sustentabilidade, 5 editais implementaram pela metade os critérios e em 4 editais nenhum critério foi implementado. Dessa forma, constatou-se que, apesar da existência de normatizações jurídicas criados pelo Estado visando incentivar práticas gestoras que promovam a sustentabilidade, como a Instrução Normativa Nº 01/10, os gestores responsáveis não estão concretizando a aplicação destas.

Palavras-chave: Políticas Públicas, Políticas Ambientais, Compras Sustentáveis.

1. INTRODUÇÃO

As ações de gestão ambiental dispostas em acordos globais estão sendo paulatinamente incorporadas nas legislações nacionais a fim de efeitos sobre agentes econômicos, consumidores e produtores. Conforme Barbieri (2007) é através da implementação de diversos instrumentos de políticas ambientais públicas e privadas que a gestão ambiental se efetiva a nível nacional e local. Portanto, políticas governamentais voltadas a promover a gestão ambiental de forma integrada e preventiva estão sendo criadas e desenvolvidas.

É importante salientar que o desafio da construção de políticas públicas sustentáveis reside nos conflitos e oportunidades de um sistema político e na sua interface com os demais sistemas da sociedade. Dessa maneira é fundamental a construção de políticas públicas com caráter sustentável (PADILHA, MATTOS, SEVERO e DELGADO, 2009).

Assim, destaca-se, entre as iniciativas globais voltadas para a temática da sustentabilidade a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente (ECO-92), "que criou a Agenda 21, com o objetivo de propiciar maior respaldo as discussões e ações sobre sustentabilidade, através de diretrizes de planejamento e construção de sociedades sustentáveis" (KRUGER, FREITAS, PFITSCHER E PETRI, 2011).

Segundo os autores, o governo brasileiro instituiu em 1999, o Programa Agenda Ambiental na Administração Pública (A3P), visando à promoção de práticas sustentáveis no cotidiano dos entes públicos. Mesmo que a A3P não tenha obrigatoriedade legal, tem sido difundida e recomendada para os entes da administração pública.

A A3P foi desenvolvida sob os pilares da Agenda 21, princípio 8 da Declaração do Rio 92 e na Declaração de Johannesburgo. Tais declarações afirmam que os países devem estabelecer e promover o exame e fixação de novos padrões de sustentabilidade, através de políticas públicas e estratégias que permitam novos referenciais de produção e consumo, bases para o desenvolvimento sustentável.

Além desses projetos, o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS lançado em novembro de 2011 pelo Ministério do Meio Ambiente também direciona o Brasil para padrões mais sustentáveis de produção e consumo. Este projeto foca em seis áreas principais: educação para o consumo sustentável; varejo e consumo sustentável; aumento da reciclagem; compras públicas sustentáveis; construções sustentáveis e na Agenda Ambiental na Administração Pública -A3P (CSJT, 2012).

As compras públicas sustentáveis foram impulsionadas também pela Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável de Johanesburgo (2002), onde ocorreu a sugestão de "promover



políticas de contratação pública que favoreçam o desenvolvimento e a difusão de mercadorias e serviços favoráveis ao meio ambiente".

Neste contexto, o objetivo geral deste estudo é evidenciar a adesão de critérios de sustentabilidade nas compras públicas. Para que se possa atingir o objetivo proposto, a presente pesquisa comparará os critérios utilizados nos Editais de Universidades Federais com os critérios de sustentabilidade exigidos pela Instrução Normativa (IN) nº 01 de 19 de janeiro de 2010, que dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental para aquisição de bens, contratação de serviços ou obras Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA2.1. Políticas Públicas Ambientais

As políticas públicas atuam como unidade base de funcionamento das atividades estatais nas diferentes esferas, fornecendo diretrizes gerais para articulação dos interesses coletivos visando à solução de algum problema. Através destas diretrizes gerais, guiadas por valores e por finalidades, são elaboradas estratégias, planos e programas que visam adequar meios para atingir determinados fins (PROCOPIUCK, 2013).

Uma política pública ambiental serve para conduzir a ação do poder público na direção de uma gestão ambiental pública. De acordo com Barbiere (2007), percebe-se por política pública ambiental o conjunto de instrumentos, princípios, objetivos e diretrizes que o poder público desenvolve para causar efeitos desejáveis sobre o meio ambiente.

A política pública ambiental brasileira começou a ser esboçada quando o país se direcionava para a industrialização. A adesão aos acordos ambientais multilaterais no início do século XX, entretanto, não geraram repercussão suficiente para efetivação de uma gestão ambiental. Somente a partir de 1930 pode-se apontar uma política ambiental brasileira efetiva, com eficácia da ação pública e não apenas a geração de leis (BARBIERE, 2007).

primeiro período com iniciativas governamentais brasileiras, voltadas às políticas públicas ambientais, se deu a partir de 1934 com objetivos que procuravam alcançar efeitos sobre os recursos naturais. No segundo período, a partir de 1972, perante a Conferência de Estocolmo, as preocupações ambientais se tornaram mais intensas e foi criada a Secretaria Especial do Meio Ambiente pelo Executivo Federal. Em 1980, os problemas ambientais passam a ser considerados generalizados e interdependentes necessitando de políticas integradas, aprova-se então, em 1981, a Política Nacional do Meio Ambiente (BARBIERE, 2007).

Outro avanço considerável sobre questões ambientais foi o princípio de defesa do meio ambiente a ser observado em atividades econômicas adotado na Constituição Federal de 1988. Conforme art. 170, inciso VI "todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações".

A partir destas, vários outros instrumentos de ação, princípios, objetivos e diretrizes tem sido criados e instituídos com o objetivo de estabelecer critérios ambientais a serem adotados nos diversos processos econômicos realizados por instituições públicas, entre eles o processo de compras públicas realizado pelo governo federal através da administração direta, fundacional e autárquica.

2.2 Compras Públicas Sustentáveis

Diferentemente das empresas privadas, os órgãos públicos para adquirirem qualquer objeto devem atender as normas e regulamentações previstas na Lei nº 8666, de 21 de junho de 1993. Esta estabelece normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações.

A licitação, segundo art. 3 da Lei 8666/93, destina-se a garantir a observância do princípio da isonomia em consonância com o estabelecido no disposto constitucional, art. 37, o qual determina que a licitação pública deve assegurar igualdade de condições a todos os participantes, concorrentes e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, obedecendo a princípios básicos de legalidade, impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade, probidade administrativa, vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo e dos que lhe são correlatos (BRASIL,1993). Tais princípios estão relacionados na Fig. 1.

Da legalidade	A Administração Pública só pode realizar o que a lei permite, ou seja, atender a todas as fases rigorosamente disciplinadas na
	Lei n 8.666/93.
Da	Todos os licitantes devem ser
Impessoalidade	tratados igualmente, em termos de direitos e obrigações, devendo a Administração, em suas decisões, pautar-se por critérios objetivos, sem dar condições pessoais a um determinado licitante.



Da moralidade	A Administração deverá ter um
	comportamento não apenas
	lícito, mas também consoante
	com a moral, os bons costumes,
	as regras de boa administração,
	os princípios de justiça e de
	equidade, a ideia comum de
	honestidade.
Do publicidado	Diz respeito não apenas à
Da publicidade	
	divulgação do procedimento
	para conhecimento de todos os
	interessados, como também aos
	atos da Administração
	praticados nas várias fases do
	procedimento, que podem e
	devem ser abertas aos
	interessados, para assegurar a
	todos a possibilidade de
	fiscalizar sua legalidade.
Da probidade	Honestidade no modo de
administrativa	proceder.
Da vinculação	A Administração não pode
ao instrumento	descumprir as normas e
convocatório	condições do edital, ao qual se
	acha estritamente vinculada.
Do julgamento	O julgamento das propostas será
objetivo	objetivo, devendo a Comissão
objetivo	de licitação ou responsável pelo
	convite realizá-lo em
	conformidade com os tipos de
	1
	previamente estabelecidos no
	ato convocatório e de acordo
	com os fatores exclusivamente
	nele referidos, de maneira a
	possibilitar sua aferição pelos
	licitantes e pelos órgãos de
<u></u>	controle.
Da	A adjudicação ao vencedor é
adjudicação	obrigatória, salvo se este desistir
compulsória	expressamente do contrato ou o
	não firmar no prazo prefixado, a
	menos que comprove justo
	motivo. A compulsoriedade
	veda também que se abra nova
	licitação enquanto válida a
	adjudicação anterior.
Do princípio	Reconhecimento do direito de
da ampla	defesa na licitação, como
defesa	procedimento administrativo.
	1 1

Figura 1. Princípios da Licitação, adaptado de Di Pietro (2007).

Além desses princípios, as compras públicas devem atender critérios do consumo sustentável. Conforme o Guia de Compras Públicas Sustentáveis da Fundação Getúlio Vargas, a compra pública sustentável ocorre quando o poder de compra dos governos determina o consumo de produtos e serviços que reduzem o impacto ao meio ambiente e oferece maiores benefícios para a sociedade. Isso envolve integrar aspectos ambientais e sociais em todos os estágios do processo de compra e contratação do Estado.

A prática de compra pública sustentável é conhecida também como eco-aquisições, licitações públicas sustentáveis, consumo responsável, licitação positiva e compras ambientalmente amigáveis. Independente do termo utilizado o objetivo é pensar "na proposta mais vantajosa para a administração levando-se em conta não apenas o menor preço, mas o custo como um todo, considerando a manutenção da vida do planeta e o bem-estar social" (CSJT, 2012).

O Guia de Compras Públicas Sustentáveis discute que as compras governamentais brasileiras movimentam recursos estimados em torno de 10% a 15% do PIB, dessa forma, mobilizam diversos setores da economia que buscam se ajustar às demandas colocadas no edital de licitação. O impacto econômico causado pelas contratações e compras do governo, além do seu poder de indução do mercado compõem fatores importantes para a implementação e desenvolvimento de compras públicas sustentáveis, tornando-as um poderoso instrumento de conscientização e de proteção socioambiental.

Dessa forma, o governo pode fazer a diferença incorporando exigências socioambientais através da implementação de uma política de compras públicas sustentáveis utilizando aspectos jurídicos e institucionais como os instrumentos públicos.

A busca pela sustentabilidade nos processos licitatórios surge efetivamente no âmbito Federal pela Instrução Normativa Nº 01, de 19 de janeiro de 2010, da qual foi editada pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) e pela Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI). Esta dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens, contratação de serviços ou obras Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional. Prevê expressamente que as especificações técnicas para aquisição de bens e contratação de obras e serviços deverão conter critérios ambientais nos processos de extração, fabricação, utilização e descarte, sem frustrar o caráter competitivo do certame.

Conforme o Guia de Compras Públicas Sustentáveis quando um órgão público elabora um edital exigindo critérios de sustentabilidade, esta atitude impacta no mercado sinalizando que seu foco de compras mudou, preferindo produtos/serviços menos agressivos ao meio ambiente, refletindo assim nos setores produtivos.

É importante salientar que nos processos de licitações sustentáveis, além de conter critérios ambientais, os critérios sociais e econômicos devem buscar integrar todos os estágios da compra.

3. MÉTODO

Para responder ao objetivo proposto foram analisados 15 editais selecionados no banco de informação do portal ComprasNet (portal de compras do governo federal), os editais selecionados foram aqueles referentes a aquisições de móveis, papeis e cartuchos. Foram selecionados três editais de cada uma das cinco universidades federais do Centro Oeste brasileiro. Dessa forma, foram selecionados 15 Editais, conforme Fig. 1.

Órgão	Nº Edital	Nº Edital	N° Edital
8	de	de	de
	móveis	papeis	cartuchos
Universidade	PE	PE	PE
Federal de	171/2013	219/2012	15/2013
Goiás (UFG)			
Universidade	PE	PE	PE
de Brasília	06/2012*	09/2013	121/2012
(UNB)			
Universidade	PE	PE	PE
Federal do	28/2012	25/2013	15/2013
Mato Grosso			
(UGMT)			
Universidade	PE	PE	PE
Federal do	118/2013	187/2012	80/2012
Mato Grosso			
do Sul			
(UFMS)			
Universidade	PE	PE	PE
Federal da	48/2012	04/2012	51/2012
Grande			
Dourados			
(UFGD)			

Figura 1. Editais Selecionados por Universidade.
*O Edital PE 06/2012 foi realizado pelo Instituto
Federal do Espírito Santo e aderido pela UNB,
assim ela assume todas as responsabilidades
contidas neste Edital.

Os critérios usados na análise dos editais foi o atendimento ao Art. 5º da Instrução Normativa nº 01/2010, como descrito na Fig. 2.

Critérios de sustentabilidade	de	de	Editais de cartuchos
ambiental exigido no art. 5° da IN 01/2010	Móveis	Papeis	

I - Constituídos no todo ou em parte (ABNT NBR 15448-1 E 15448-2):			
Material reciclado	Não se aplica		
Material atóxico	арпса		
Material biodegradável			
II - Certificado emitido pelo INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.		Não se aplica	
III - Produtos			
acondicionados em			
embalagem individual			
adequada/ menor volume/			
utilização de materiais			
recicláveis.			
IV - Que os produtos não			
contenham substâncias			
perigosas em			
concentração acima da			
recomendada na diretiva			
RoHS			
(Restriction of Certain Haza			
rdousSubstances), tais			
como mercúrio (Hg),		Não se	Não se
chumbo (Pb), cromo		aplica	aplica
hexavalente (Cr(VI)),			
cádmio (Cd), bifenil-			
polibromados (PBBs),			
éteres difenil-			
polibromados (PBDEs).			

Figura 2. Critérios de Sustentabilidade Ambiental exigido no Art. 5º da IN 01/2010 conforme consumo, adaptado de Brasil (2010).

4. RESULTADOS

Ao analisar os Editais das Universidades, buscou-se identificar a inserção dos critérios de sustentabilidade ambiental contidas no Art. 5 da IN 01/2010. Verificou-se que no geral as Universidades estão adequando seus Editais para atender as exigências legais. Os dados coletados evidenciam que as disposições contidas na regulamentação foram implementadas totalmente em 6 editais, implementadas em partes em 5 editais e não foram implementadas em 4 editais. De forma a auxiliar a análise dos resultados foi elaborado a Fig. 3 onde pode-se visualizar os Editais que atendem ou não aos critérios.

Editais	Critérios de	
	sustentabilidade	ambiental
	exigido no art.	5° da IN



	01/2010
De móveis:	
UFG – PE 171/13	ATENDE
UnB – PE 06/12	ATENDE
UFMT – PE 28/12	NÃO ATENDE
UFMS – PE	ATENDE
118/13	
UFGD – PE 48/13	NÃO ATENDE
De papeis:	
UFG – PE 219/12	ATENDE EM PARTES
UnB – PE 09/13	ATENDE EM PARTES
UFMT – PE 25/13	ATENDE EM PARTES
UFMS – PE	ATENDE
187/12	
UFGD – PE 04/12	NÃO ATENDE
De cartuchos:	
UFG – PE 15/13	ATENDE EM PARTES
UnB – PE 121/12	ATENDE
UFMT – PE 15/13	ATENDE EM PARTES
UFMS – PE 80/12	ATENDE
UFGD – PE 51/12	NÃO ATENDE

Figura 3. Análise dos Editais, autores (2013).

Percebe-se na Fig. 3 que apenas a UFGD não aplicou nenhum critério de sustentabilidade em seus Editais. A UFMS foi a única que atendeu totalmente todos os critérios em todos os seus editais. A UFG, UnB e UFMT não atenderam totalmente aos critérios de sustentabilidade, mas buscaram atender alguns critérios.

Além de atender aos critérios exigidos na IN 01/10 em dois órgãos foram encontrados outras exigências que contribuem com o atendimento de práticas sustentáveis, tais como:

Edital PE 171/2013 da UFG – Aquisição de móveis: Solicitação ao fornecedor de Certificado emitido pelo IPT ou outro acreditado pelo INMETRO em nome do fabricante de que a espuma injetada é isenta de CFC (clorofluorcarbono); Licença de operação ambiental comprovando a legalização da empresa fabricante do móvel perante o órgão Estadual da sede da empresa para exercer suas atividades; Certificado que comprove que a madeira utilizada pela indústria é certificada por empresa certificadora credenciada Conselho de Manejo Florestal FSC (Selo FSC), contribuindo para a preservação o meio ambiente; Certificado de Destinação dos Resíduos Industriais, emitido pelo órgão estadual ou municipal responsável pela fiscalização na localidade sede da indústria proponente.

b) Editais PE 118/12, 187/12 e 80/12 da
 UFMS - Em todos estes Editais foi encontrado
 no Termo de Referência um item dedicado a

Sustentabilidade Ambiental. Além disso, a Universidade solicita que os fornecedores na hora de enviarem suas propostas utilizarem preferencialmente papeis oriundos de processo de reciclagem inclusive, os envelopes que forem entregues ao Departamento de Compras.

5. CONCLUSÃO

Este estudo pretendeu aprofundar o conhecimento nos processos de compras públicas sustentáveis. Primeiramente, foi observado que o segmento de compras governamentais movimenta fatia considerável do Produto Interno Bruto (PIB) tendo potencial de influenciar diretamente na produção de bens ambientalmente adequados pelo mercado. Dessa forma, entende-se a necessidade de normatizações jurídicas que promovam práticas de compras sustentáveis.

Diante disso, esse trabalho investigou como a sustentabilidade vem sendo agregada às compras públicas e obteve-se que essa implementação acontece de forma tímida. Dos 15 editais analisados apenas 6 aplicaram totalmente os critérios já institucionalizados pela Instrução Normativa Nº 01/10.

Constatou-se que, apesar da existência de normatizações jurídicas criados pelo Estado visando incentivar práticas gestoras que promovam a sustentabilidade, como a Instrução Normativa Nº 01/10, os gestores responsáveis não estão concretizando a aplicação destas. O que demanda novos estudos que identifiquem os motivos da não aplicação dessas diretrizes.

Espera-se com os resultados apresentados neste trabalho que despertem o interesse e incentivem os gestores públicos a atenderem as exigências contidas na IN n 1 de 2010, compreendendo como um instrumento útil e disponível capaz para atender aos objetivos do desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

BARBIERE, J. C. 2007. *Gestão ambiental empresarial:* conceitos, modelos e instrumentos. 2 ed. São Paulo: Saraiva.

BRASIL. 1988. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília. Disponível em: http://www.ufrgs.br/ouvidoria/documentos/constituicao-brasileira>. Acesso em: 10 set. 2013.

BRASIL. 1993. *Lei n 8666, de 21 de junho de 1993*. Brasília. Disponível em: http://www.ipsm.mg.gov.br/arquivos/legislacoes/legislacao/leis/lei_8666.pdf>. Acesso em: 10 set. 2013.

BRASIL. 2010. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. *Instrução Normativa n 01*.



Brasília. Disponível em: http://cpsustentaveis.planejamento.gov.br/wp- content/uploads/2010/03/Instru%C3%A7%C3%A3 o-Normativa-01-10.pdf>. Acesso em 09 set. 2013. CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO. 2012 Guia de Inclusão de Critérios de Sustentabilidade nas Contratações da Justiça do Disponível http://www.csjt.jus.br/c/document_library/get_file ?uuid=98bda927-99d0-46cf-a193-0863d3f13c3a&groupId=955023>. Acesso em: 02

out. 2013.

COMPRASNET, Portal de Compras do Governo Federal. Disponível <www.comprasnet.gov.br>.

DI PIETRO, M. S. Z. 2007. Direito Administrativo. 20. Ed. São Paulo: Atlas.

KRUGER, S. D., FREITAS, C. L., PFITSCHER, E. D., PETRI, S. M. 2011. Gestão ambiental em Instituição de ensino superior - uma análise da aderência de uma instituição de ensino superior comunitária aos objetivos da agenda ambiental na Administração Pública (A3P). Revista Gestão Universitária na América Latina, Florianópolis, v. 4, n. 3, p. 44-62, Set/Dez.

MPOG, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. 2010. Guia de compras públicas sustentáveis para Administração Federal. Brasília. Disponível

http://cpsustentaveis.planejamento.gov.br/wp- content/upleads/2010/6/cartilha.pdy>. Acesso em: 8 set. 2013.

MPOG, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. 2010. Agenda ambiental na Administração Disponível http://www.mma.gov.br/estruturas/a3p/_arquivos/ cartilha_a3p_36.pdf>. Acesso em: 8 set. 2013.

PADILHA, A. C. M., MATTOS, P., SEVERO, L. S., DELGADO, N. A. 2009. Economia social e políticas públicas sustentáveis. Encontro da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre. Disponível em: http://www.sober.org.br/palestra/13/3.pdf>.

Acesso em: 15 de ago. de 2013.

PROCOPIUCK, M. 2012. Políticas Públicas e Fundamentos da Administração Pública. São

RUA, M. G. 2012. Políticas Públicas. 2. Ed. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina UFSC.

YIN, R. K. 2010. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

SUSTAINABLE PUSCHASING IN FEDERAL INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION IN THE REGION BRAZILIAN CENTER WEST

Martins, Karine Canuto¹, <u>karinecanuto@hotmail.com</u> Souza, Carla Mendonça², <u>carlamsouza1986@hotmail.com</u> Chaves, Manoel Rodrigues³, manoelufg@gmail.com

^{1, 2, 3} Universidade Federal de Goiás

Abstract. The objective of this study was to describe the accession of sustainability criteria in public procurement. Thus, comparing the criteria used in 15 edicts of 5 different universities with the sustainability criteria required by Instruction No. 01/10. It was found that universities are adapting timidly their edicts to legal requirements. Of the 15 tenders, only 6 fully meet the sustainability criteria, 5 edicts implemented in half the criteria and 4 notices any criteria was implemented. Thus, it was found that, despite the existence of legal norms created by the state aimed at encouraging management practices that promote sustainability, such as Instruction No. 01/10, the responsible managers are not realizing the application of these.

Keywords: Public Policy, Environmental Policy, Sustainable Purchasing.



MOTIVAÇÕES NO CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS E O DISTANCIAMENTO ENTRE A PRÁTICA DECLARADA E OBSERVADA

Rezende, Leidiana Miguel, leidianamr¹
Bevilacqua, Solon, solbev@gmail.com²

¹Universidade Federal de Goiás

²Universidade Federal de Goiás

Resumo: Esse estudo objetiva investigar as práticas de consumo consciente de consumidores frequentes em feiras de produtos orgânicos na cidade de Catalão? Goiás. O tema é relevante, pois o interesse crescente por produtos 'verdes' surgiu como uma manifestação por parte do consumidor no sentido de zelar pelo meio ambiente e pelo bem estar pessoal. Nesse estudo qualitativo e exploratório construiu-se referencial teórico a partir de pesquisadores que realizaram estudos semelhantes, bem como autores que publicaram acerca das motivações de consumo e teorias da personalidade, como Friedman e Schustack (1999). A abordagem também prevê críticas metodológicas para o uso indevido de metodologias que não cruzam 'o observado' com o 'declarado' e não captam de forma adequada a voz do consumidor em estudos como esse, em destaque Cerchiaro (2003); Faria (2004); Sampaio e Perin (2006), Pinto e Lara (2007), Sauerbronn, Cerchiaro e Ayorsa (2012). Nesse sentido, a metodologia consistiu em aplicar 25 entrevistas em profundidade e, a partir da análise de dados foi possível compreender os aspectos fundamentais no consumo de produtos orgânicos em feiras populares, constituídos principalmente pela questão da preocupação com a saúde pessoal e da família; ausência de preocupações com o meio ambiente; discurso de consumo consciente mas práticas desalinhadas, como uso de sacolas plásticas e reclamações pelo porte do produto orgânico e aparência nada estética; falta de conhecimento específico acerca dos malefícios dos agrotóxicos e inconstância no consumo de orgânicos entre feiras e supermercados. Registra-se sugestões para estudos futuros como estudos complementares com amostras representativas para a população brasileira.

Palavras-chave: Consumo; Orgânicos; Comportamento do Consumidor

1. INTRODUCÃO

A sociedade de consumo tem motivado discussões intensas relacionadas ao consumo consciente e, a despeito das singelas práticas na busca da sustentabilidade, os padrões de consumo e de consumismo ainda estão alistados à falta de responsabilidade social e ambiental.

A partir desse cenário o consumo verde se destaca como uma prática consciente de consumo, num contexto que ainda é difícil identificar se se trata de um modismo ou se de fato houve uma mudança no comportamento do consumidor consciente. Nesse caso em específico instala-se uma realidade de pesquisa muito complexa, pois todos os envolvidos querem variedade e preços baixos, por um lado têm-se fabricantes em produção de escala, no outro extremo têm-se consumidores ávidos por profusão de mercadorias atrativas.

Esse cenário começou a ser construído no momento em que a economia de escala trouxe democracia ao consumo de todo produto industrializado, inclusive de alimentos processados ou in natura. O quadro em questão sugere uma visão em dualidade, pois o mesmo consumidor que se declara responsável, ou ainda sustentável, em seu consumo de alimentos, apresenta um discurso politicamente correto, mas pratica outro modus de consumo, conforme os dados desse estudo evidenciam. São manifestações hedônicas por parte do consumidor, que ainda não possui a cultura de

consumo do orgânico, relacionada à preservação do meio ambiente e ao bem estar da família.

A saúde nesse cenário ainda é a preocupação maior, conforme Abonizzio (2013) e De Assi, De Arezzo e De Polli (1995), apesar do consumo de produtos verde também ser realizado concomitantemente com o produto não orgânico, afinal ainda não há oferta suficiente dessa categoria de produtos saudáveis.

Nesse sentido esse estudo objetiva investigar as práticas de consumo consciente de consumidores frequentes em feiras de produtos orgânicos na cidade de Catalão. Após a revisão da literatura, tem-se a descrição da metodologia dessa pesquisa, análise de resultados e as considerações finais.

2. REVISÃO DE LITERATURA

O estudo do comportamento do consumidor invariavelmente enquadrou o consumidor como um ser isolado em suas práticas de consumo, e tal cenário foi construído pela influência indutiva e positivista da escola americana de marketing (Cerchiaro (2003); Faria (2004); Sampaio e Perin (2006), Pinto e Lara (2007), Sauerbronn, Cerchiaro e Ayorsa (2012),). Em decorrência desse tipo de abordagem, ignorou-se o que Friedman e Schustack (2011) denominaram reducionismo teórico, pois para os autores, o início da personalidade e do comportamento se inicia com oito abordagens (estrutura cultural, heranças genéticas, traços, habilidades, condicionamento ambiente. do



experiências e pelo próprio self.) e a maioria delas está imersa em significados e simbolismos de grupo. Nesse sentido esse estudo aborda o consumo de produtos orgânicos a partir da estrutura cultural, do ambiente e das experiências relacionadas.

2.1. Consumo Sustentável e agroecologia

A história da América Latina é de perda dos seus recursos naturais e a conscientização de perda desses recursos, não é tão acelerada como a perda de fato. É uma história que se iniciou nos primórdios da industrialização com a produção em massa e o incentivo ao consumo. Desse modo, com a apresentação dessa nova contextualização, o mundo conquistou desafios em busca de um mercado que proteja a qualidade ambiental. (RABETTI, 2011; DIAS, 2008; TACHIZAWA, 2011)

O consumidor é parte importante no modelo sustentável de uma sociedade globalizada. No que tange sobre consumo consciente, ele busca tomar suas decisões de forma responsável, a respeito do meio ambiente em que esta inserido, a fim de se tornar um cidadão preocupados com o próximo. A fim de constatar essa verdade, foi apresentada uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) mostra que 68% dos consumidores brasileiros não importariam de pagar a mais por produtos que não causasse algum malefício ao meio ambiente. Ele ainda garante, que esse novo contexto econômico desperta também uma nova postura dos clientes, que agora passam a se preocupar com a instituição que seja responsável ecologicamente (BELINKY, 2007;TACHIZAWA, 2011).

Esse impacto ambiental do consumo foi definido inicialmente a cerca da noção de 'consumo verde'. O consumidor verde é aquele que escolhe, apostando no seu poder de escolha, a variável ambiental, preferindo produtos que não agridam o meio ambiente. A partir do momento em que os consumidores obtiverem conhecimento suficiente, eles poderão assim, tomar a devida consciência ambiental de que esse comportamento de preocupação com o ambiente em que vive, gerará reações benignas para toda sociedade. O consumidor verde pode ser definido ainda, como aquele que adota atitudes e comportamentos de forma coerente com a conservação dos ecossitemas, este, procura pressionar externa e internamente para o esverdeamento dos negócios (PORTILHO, 2005; CUPERSCHMID e TAVARES (2001); SOUZA e BENEVIDES (2005)).

Sob esse cenário, percebe-se que a consciência ambiental cresceu em proporções mundiais e que a sociedade tem se organizado de forma a atuar nessa mudança que assume níveis expressivos. O desenvolvimento sustentável norteia o debate sobre a questão ambiental. Seu objetivo é desenvolver um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender as necessidade e aspirações humanas (DIAS, 2008).

Então, percebe-se a ligação desenvolvimento sustentável e o consumo sustentável, e Furriela (2001) define esse consumo como trocas que respeitam os recursos ambientais, atendendo as necessidades da atual geração sem comprometer a geração futura. Segundo a autora, essa forma de consumo depende da informação e da conscientização do individuo sobre a importância de ser um cidadão e consumidor sustentável. Aquele "consumidor que é engajado pode ser visto como um novo ator social". Vergragt, Akenji, Dewick (2014) definem o consumo sustentável como a junção de fatores econômicos, ambientais e sociais para a utilização de bens de consumo a fim de proporcionar maior qualidade de vida de modo a reduzir os impactos ambientais.

Porém Banbury, Stinerock, Subrahmanyan (2012) argumenta que os consumidores em diversas situações, não conseguem fazer a ligação entre elementos de seu comportamento de consumo e a sustentabilidade. Assim sendo, segundo os autores, a capacidade de ser um consumidor sustentável depende de onde se vive. Diante deste fato, para ainda prevalecer o exposto, Cesar (2013) afirma que o consumo tem uma relação direta com o estilo de vida e o seu estado de espírito, que independe da renda. E assim sendo, o consumismo, é agora, alvo de criticas da ONU como o estopim da crise ambiental. E ainda sugere que a sustentabilidade agrega uma nova forma de pensar e agir.

A preocupação com o meio ambiente fez surgir então, a Agricultura Orgânica, que diz ser contra a prática de adubação química na agricultura. Na Europa, o seu apogeu se deu no início do século XX, porém no Brasil, esse movimento de uma agricultura alternativa surgiu na década de 1970. Época em que o governo pretendia aumentar a produtividade da agricultura com práticas que utilizavam sementes geneticamente modificadas, fertilizantes e agrotóxicos, irrigação motomecanização (ARCHANJO, **BRITO** SAUERBECK, 2001). Essa prática contraria as desenvolvimento definicões de sustentável estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) que garante que o desenvolvimento sustentável satisfaz as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades.



Feiden (2005) diz que essa visão mecanicista e reducionista dos recursos naturais pode proporcionar diversas vantagens produtivas, porém irão produzir também, efeitos negativos de cunho ambiental, tais como a degradação do solo, o uso inadequado da água, a perda da diversidade, enfim, é uma aplicação que agride de forma negativa o meio ambiente.

Em franca expansão, a agricultra orgânica conforme Oltramari (2014) é cultivada em 15,8 milhões de hectares no mundo. "Sendo a maior área cultivada situada na Austrália com 7,6 milhões de hectares, seguida pela Argentina com três milhões de hectares e a Itália com 1 milhão de hectares". O autor ainda garante que em muitos países desenvolvidos a agricultura orgânica foi implantada e tem crescido em grandes proporções graças às novas preferências dos consumidores, que estão procurando produtos que não agridem a natureza, e também de qualidade para que agridam também a saúde. Segundo o autor o Brasil ocupa o 34º no ranking de exportação de produtos orgânicos e esse mercado ainda pode aumentar e muito, pois segundo o autor, é um mercado que tem se tornado uma boa oportunidade de negócio.

Feiden (2005) relata que há um mercado de produtos orgânicos que comercializava produtos de preços mais elevados, diante deste fato, foi necessário criar normas especificas a fim de que o produto, que se enquadre nessas normas possam ser comercializados como orgânicos. Em uma visão critica do autor, o conceito de agricultura orgânica, basta atender às normas mínimas de uma legislação não se importando de fato com o meio ambiente e sim com os altos valores que serão lucrados com a venda desses produtos.

3. METODOLOGIA

O presente estudo de caráter qualitativo entrevistou 25 consumidores de produtos orgânicos no estado de ? Goiás. Buscaram-se frequentadores de feiras de produtos orgânicos, buscando alternância de dias e horários. As entrevistas em profundidade foram realizadas com o objetivo de captar as reais intenções desse consumo. O caráter de etnografia urbana esteve presente no trabalho, onde se buscou também, além da coleta de dados, observar as reações das pessoas com o consumo de orgânicos, como por exemplo, acondicionamento dos itens comprados e reações durante as feiras.

As entrevistas foram realizadas junto a pessoas de ambos os sexos, de idade que variou de 25 a 60 anos, de ambos os sexos, estabelecidos critérios de exclusão para menores de idade e aqueles incapacitados de fornecer depoimentos. Os nomes relacionados às entrevistas são fictícios e as análises foram realizadas a partir da análise de conteúdo clássica e análise de contribuições ao Qui

Quadrado, categorizando e analisando palavras e expressões. A distribuição de Qui Quadrado nesse caso auxilia a no entendimento da importância das relações e contribuições, bem como na compreensão das frequências esperadas e observadas.

Duas variáveis foram criadas com o apoio do software Sphinx®, sendo a primeira aquela que envolveu 'palavras significativas' e a segunda 'categorias de respostas', para 'preocupação com o meio ambiente'; 'preocupação com a saúde' e 'preocupação com a qualidade dos alimentos'.

4. RESULTADOS

Ao se analisar as entrevistas, constatou-se que há uma grande incidência para a questão de consumo de produtos orgânicos em feiras e, de forma concomitante, consumo de produtos não orgânicos em supermercados. A questão envolve que na falta do orgânico, compra-se também produtos tratados com agrotóxicos. Outra questão que se apresenta de forma significativa e a preocupação com a própria saúde, seguida pela preocupação com o meio ambiente, qualidade e preço baixo. Ressalta-se que a saúde é discriminante de forma expressiva quando comparada com a preocupação com o meio ambiente e as demais categorias, conforme se constata na tabela 1, na análise das citações (entre parênteses).

No que se refere à análise de contribuição ao Qui Quadrado, têm-se que apesar das citações expressivas de 'veneno', relacionadas à 'saúde pessoal', não há significância nessa relação; a palavra 'orgânicos' foi citada 9 vezes, sem entretanto ser importante na categorização de 'saúde pessoal'; o 'meio ambiente' é a segunda categoria em importância com 28 citações, ainda considerada distante da preocupação pessoal com a saúde. Os relatos de alguns consumidores evidenciam esse discurso.

Eu sempre venho a essa feirinha e o que me atrai a vir até a feirinha, é que são produtos diretamente da roça sem química e são naturais. Eu me preocupo com a questão da saúde e também do meio ambiente. Eu me considero um consumidor sustentável, é muito bom a sustentabilidade, e eu me sinto saudável pois sempre morei na fazenda, então sempre me alimentei de produtos naturais aqui na cidade também (Consumidor João).

Nós compramos porque é sem veneno e por trazerem benefícios à saúde, você compra com veneno e o veneno é prejudicial a saúde ne?! E o índice e câncer está muito grande e a maior parte é pelo que consumimos ne?! Toda quinta feira nós viemos aqui na feirinha. A importância dos produtos sem veneno é que ela não causa mal a saúde, para você ver, você vai ao mercado e você percebe a diferença das

verduras, é bem visível. Falam assim: ah, é pequena, ta?! Você sabe que a cenoura é pequena, mas você compra da grande, mas você sabe que ela não tem tanta vitamina quanto essa aqui, sem contar que têm agrotóxicos. A beterraba, por exemplo, comparando o sabor desta beterraba com as compradas em mercados, você nota a diferença, essa daqui é bem mais saborosa e bem melhor. É melhor pra saúde de quem compra e de quem está plantando. E daí, nós nos preocupamos com a qualidade do alimento e não com a estética do alimento. Em questão de qualidade, para mim, essa cenoura pequena vale muito.

A indução a esse tipo de consumo realmente é a saúde pessoal e da família, conforme constatado em outros estudos empíricos como é o caso de Abonizzio (2013) e De Assi, De Arezzo e De Polli (1995). Os autores constataram também que a qualidade é a segunda preocupação nessa motivação de consumo. Os estudos de Guivante (2003); Banbury, Stinerock, Subrahmanyan (2012) e Boas, Sette e Brito (2006) evidenciam essa mesma questão, quando o consumidor tem como preocupação principal o bem-estar, saúde e qualidade de vida. Essa busca pelo bem estar e saúde pessoal e familiar, a partir dos relatos, pode ser ampliada quando receber status de cultura de consumo e educação, assim prevê o estudo de Archanjo, Brito e Sauerbeck, (2001).

Observa-se também nos discursos a construção do conceito 'qualidade'. Esse atributo para o consumidor é construído de forma abstrata, centrada na aparência do produto e no discurso de produto 'verde' e 'orgânico'. Em alguns relatos, como percebido no discurso do produtor Mateus, o consumidor não tem consciência de que o produto orgânico tem a bela aparência de um produto tratado com agrotóxico. Mesmo em consumo, por falta de informação, o consumidor aprecia a estética do alimento, atributo esse erroneamente relacionado à qualidade.

A cenoura tem mais saída, a couve sem veneno ela tem uns furinhos de vez em quando e as pessoas veem os furinhos e já não querem, elas querem aquelas que são bonitinhas sem furinhos. O meu preço é o mesmo em relação ao dos outros comerciantes. Nós esperávamos ter uma diferenciação no preço por conta dele ser sem veneno, mas não há essa diferença não. A gente trazia os produtos e colocava um preço diferente, porém nós não conseguíamos vender tudo, então mudamos o preço para igual aos concorrentes (Produtor Mateus).

É perceptível também nas entrevistas que o consumidor não busca informações a respeito do produto orgânico, mas se vale da mensagem informal para a construção do quadro de consumo do orgânico. Não houve, por exemplo, nos relatos observações específicas sobre qual veneno é mais

prejudicial ou se todos causam mal a sua saúde, ou ainda qual produto seria mais afetado pelo uso do agrotóxico.

Eu sempre venho aqui, o que me motiva a vir comprar os produtos orgânicos é a vontade de ter uma vida o mais saudável o possível, cuidar da saúde. Nós ouvimos varias recomendações, coma isso, coma aquilo, e tudo o mais natural possível. E muitas vezes me incomoda ir ao Hipermercado e verificar aquele monte de alimentos que você precisa ingerir, para manter peso, cuidar da hipertensão e daí eu me pergunto, mas que tipo de alimento é esse q eu estou pegando? (Consumidor Lucas)

Essa questão da informação é prevista por aquele que organiza a feira, entretanto tal questão não chega ao consumidor, mesmo levando-se em consideração que o produtor recebe treinamento e instrução acerca da importância de se cultivar um produto com atributos de qualidade e atestado de origem. O relato de um organizador de feira transmite essa situação de ensino e aprendizagem.

Nesse relato tem-se um aspecto que não esteve presente em nenhuma das 25 entrevistas feitas junto aos consumidores: a preocupação com a saúde dos trabalhadores rurais. O consumidor não tem ainda a consciência de que ao consumir produtos não orgânicos, consome produtos que também causam malefícios aos envolvidos em sua produção. Ignora que além de sua saúde e de familiares, há prejuízo para aqueles que trabalham no cultivo dos produtos.

Esse papel desempenhado pelo organizador da feira, geralmente um professor ou especialista prático na produção de orgânicos, é fundamental pela manutenção da qualidade e execução adequada das práticas de cultivo. Esse organizador repassa a informação de como obter melhores resultados, práticas essas desconhecidas pela totalidade dos entrevistados, conforme o relato desse organizador.

Em consideração às percepções dos entrevistados também é possível depreender que a preocupação principal nesse consumo ainda está relacionada ao bem estar pessoal e com a saúde da família. A preocupação com o meio ambiente é recorrente, mas a prática dos discursos não necessariamente comprova essa questão.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme evidenciado nos relatos dos entrevistados, o consumo de alimentos orgânicos está intimamente relacionado à preocupação com a saúde pessoal e da família, com o meio ambiente e na busca de qualidade, entretanto não necessariamente essa prática se comprova na observação de uma feira. Aquele consumidor que declara ser consciente e preocupado com o meio ambiente, acondiciona suas compras em sacolas plásticas e não usa uma ecobag ou ainda reclama dos furos nas folhas das hortaliças.



A cultura do consumo 'verde' ainda não está instalada de forma consistente na cadeia produtiva, considerando produtor e consumidor. Registraramse casos em que o consumidor frequenta a feira uma vez por semana e em outras instancias vai ao supermercado comprar produtos não orgânicos. A prática frequentemente não estava relacionada com o declarado.

O consumo orgânico, consciente e 'verde' ganha espaço junto ao consumidor inserido na busca pelo bem estar, mas a oferta ainda insuficiente e o preço ainda são impeditivos para essa consolidação na preferência de consumo. Essa realidade ainda fará com que esse produto seja uma iguaria, pois dificilmente o volume de produção nos próximos anos atenda a demanda instalada.

A partir das entrevistas também é possível constatar outra questão relacionada ao conhecimento por parte do consumidor: o veneno presente nos alimentos não orgânicos faz mal, mas o malefício causado ainda é desconhecido. A informação é obtida pelos meios de comunicação de massa que não fornece detalhamento, sendo que em apenas um relato surgiu a questão do câncer como doença chave nesse processo de consumo.

REFERÊNCIAS

ABONIZIO, J. Consumo alimentar e anticonsumismo: veganos e freeganos. *Ciências*

Sociais Unisinos, São Leopoldo, v. 49, p. 191-196, Agosto 2013. ISSN 2.

ARCHANJO, Léa Resende; BRITO, KFW de; SAUERBECK, Sally. *Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado*. Cadernos de Debate, v. 8, n. 1, p. 1-6, 2001.

BANBURY, C.; STINEROCK, R.; SUBRAHMANYAN, S. Sustainable consumption: Introspecting across multiple lived cultures. *Journal of Business Research*, p. 497-503, 2012.

BOAS, L. H. V.; SETTE, R. D. S.; BRITO, M. J. D. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS ORGÂNICOS: uma aplicação da teoria da cadeia de meios e fins. *Red de Revistas Cientificias de América Latina*, Lavras, v. 8, p. 25-39, Janeiro-Abril 2006.

DE ASSIS, Renato Linhares; DE AREZZO, Dryden Castro; DE-POLLI, Helvécio. Consumo de produtos da agricultura orgânica no estado do Rio de Janeiro. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, v. 30, n. 1, 1995.

GUIVANT, Julia S. OS SUPERMERC OS SUPERMERCADOS NA OFER ADOS NA OFER ADOS NA OFER ADOS NA OFERTA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS: APELANDO AO ESTILO DE VIDA EGO-TRIP. *Ambiente & Sociedade*, v. 6, n. 2, 2003.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

"O(s) autor(es) é(são) o(s) único(s) responsável(is) pelo conteúdo deste trabalho"



MOTIVES IN ORGANIC PRODUCTS AND CONSUMPTION THE DISTANCIAMENTO BETWEEN THE STATED PRACTICE AND OBSERVED

Rezende, Leidiana Miguel, leidianamr¹
Bevilacqua, Solon, solbev@gmail.com

¹Universidade Federal de Goiás

²Universidade Federal de Goiás

Abstract. This study aims to investigate the conscious consumption practices of frequent consumers of organic products fairs in the state of Goiás. The theme is relevant because the growing interest in products 'green' has emerged as a demonstration by the consumer in order to ensure through environment and the personal wellbeing. In this qualitative and exploratory study was constructed theoretical framework from researchers who conducted similar studies and authors who have published about consumer motivations and theories of personality, as Friedman and Schustack (1999). The approach also provides methodological criticism for misuse of methodologies that do not cross 'observed' with the 'declared' and do not capture adequately the voice of the customer in such studies, highlighted Cerchiaro (2003); Faria (2004); Sampaio and Perin (2006), Pinto and Lara (2007), Sauerbronn, Cerchiaro and Ayorsa (2012). In this sense, the methodology consisted of applying 25 interviews and from the data analysis it was possible to understand the fundamental aspects in the consumption of organic products in popular fairs, mainly consisting of the issue of concern for personal and family health; no concerns with the environment; consumption of speech conscious but misaligned practices such as use of plastic bags and complaints by the size of the organic product and nothing aesthetic appearance; lack of specific knowledge about the harmful effects of pesticides and variability in consumption between organic fairs and supermarkets. Join suggestions for future studies as complementary studies with representative samples for the Brazilian population.

Keywords: Consumer; Organics; Consumer Behavior



VARIÁVEIS DEMOGRÁFICAS E PSICOGRÁFICAS: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, REGIONAL CATALÃO

<u>Padia, Ana Cláudia de Freitas</u>, ana.padia@hotmail.com¹ Morais, Marizângela Gomes de²

¹Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão ²Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão

Resumo: A segmentação de mercado identifica grupos de indivíduos com características e necessidades semelhando, isto auxilia as organizações a conhecer os mercados e escolher o qual mais lhe será rentável. O objetivo geral deste trabalho é verificar os estilos de vida dos estudantes de Administração da Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão, através das variáveis psicográficas e identificar sua relação com as suas variáveis demográficas, obtendo uma contribuição para aqueles que se interessarem em trabalhar suas ações de marketing para os estudantes e obter maior retorno em suas atividades. A metodologia utilizada foi a pesquisa aplicada, quantitativa e qualitativa, foi realizado um estudo por amostragem, utilizou-se como técnica de coleta de dados um questionário. Após a análise dos dados, verificou-se as relações existentes entre formas de segmentação de mercado com estudantes de Administração – UFG, Regional Catalão, por meio das variáveis demográficas e psicográficas.

Palavras-chave: VALS2, Variável psicográfica, Estudante, Administração.

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa em questão trata sobre duas variáveis de segmentação de mercado: as variáveis demográficas e as variáveis psicográficas, aplicadas em estudantes do curso de Administração da Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão.

Devido a competitividade existente no mercado, as organizações que querem se manter à frente devem conseguir atingir uma quantidade satisfatória de clientes e que eles se fidelizem a marca, comprando o produto ou serviço oferecido sempre que necessário ou desejado. Além disso precisam ter o menor custo e maior lucro possíveis.

O marketing busca compreender as necessidades do mercado alvo, buscando alcançar os objetivos das organizações. O comportamento do consumidor estuda o que leva os indivíduos a comprar determinado produto, focando no processo de decisão da compra.

Para realizar ações mais eficazes, a segmentação de mercado divide o mercado em grupos de forma que possuam características e necessidades semelhantes entre si e possibilitem atrair estas pessoas adotando meios direcionados a elas, aumentando as chances de venda. Duas variáveis muito utilizadas para identificar estes grupos são as variáveis demográficas (idade, sexo,

nível de instrução, raça, entre outros) e a variáveis psicográficas (mede o estilo de vida).

Em uma Universidade existem pessoas com vários tipos de perfis, com desejos e necessidades diferentes, conhecer as características principais destes indivíduos proporciona melhores medidas para as organizações em atrair um público desejado para adquirir seus produtos ou serviços, ou que querem buscar ali profissionais para sua empresa, ou ainda para a própria Universidade conhecer melhor quem são os estudantes.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para que se tenha um melhor entendimento sobre o tema deste trabalho, se faz necessário levantar bases teóricas sobre os conceitos de marketing, comportamento do consumidor e segmentação de mercado.

2.1. Marketing

Marketing é um sistema administrativo que, através de um planejamento estratégico, busca compreender e atender as necessidades dos mercados alvo, por meio da oferta de produtos ou serviços mais adequados para este público, buscando atingir os objetivos da organização



(RICHERS (1978), KOTLER (1997) e COBRA (1990) apud VEIGA-NETO, 2007).

Os autores Churchill e Peter (2000) compreendem que marketing é um processo em que se planeja uma ideia e a executa, determinando seus preços, promoção e distribuição de ideias, além dos bens e serviços que serão oferecidos, no intuito de criar trocas que satisfaçam tanto as metas dos indivíduos quanto as metas das organizações.

2.2. Comportamento do Consumidor

Para atingir os objetivos das organizações e ao mesmo tempo satisfação de seus clientes, é necessário ter uma boa aplicação do composto de marketing, analisando o consumidor e seu comportamento.

O Comportamento do Consumidor consiste em compreender como os indivíduos tomam a decisão de utilizar seus recursos disponíveis (dinheiro, tempo, esforço) em itens referentes ao consumo, em como compram, o que compram, porque, em que momento, em que local, com qual frequência, como avaliam o pós compra, como se desfazem do produto que compraram (SCHIFFMAN e KANUK, 2009).

Engel, Blackwell e Miniard (2000) apud Carvalho et al (2006), abordam que o comportamento do consumidor são as atividades realizadas a fim de obter, consumir e disponibilizar produtos e serviços, focando no processo de decisão das etapas anteriores e posteriores destas ações.

2.3. Segmentação de Mercado

Para obter sucesso em suas atividades, as organizações devem procurar oferecer seus produtos ou serviços da melhor forma possível, fazendo com que gerem bons lucros a ela e que também atenda as expectativas dos indivíduos. A segmentação de mercado auxilia na identificação destes consumidores e de suas necessidades.

Segundo Schieffman e Kanuk (2009), a segmentação de mercado pode ser compreendida como o processo de divisão de um mercado em subgrupos distintos de consumidores, com necessidades e características semelhantes entre si, e a seleção de um ou mais destes segmentos para serem trabalhados por um composto de marketing. Ela é utilizada para descobrir os desejos e necessidades de determinados consumidores, de modo que possam ser atendidos através do desenvolvimento de bens e serviços especializados.

A segmentação de mercado é a identificação de um determinado grupo de pessoas que possuem uma ou mais semelhanças entre si, baseado em suas características e comportamentos. De modo que após identificá-los, a aceitação do produto, serviço, e estratégia de comunicação possa ser ajustado para responder a suas necessidades e aumentar as chances de vendas para este grupo (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2011).

É de grande valia para uma organização que deseja melhorar seus resultados e se posicionar à frente de seus concorrentes, podendo utilizar o conhecimento acerca dos consumidores para atingir novos nichos de mercado ou escolher aquele será melhor.

2.4. Variável Demográfica

Segundo Kotler (2009), o ambiente demográfico é a primeira força macro ambiental, ou seja, fatores não controláveis, que os profissionais de marketing monitoram. As organizações se interessam em conhecer o tamanho da população, a faixa etária (se a população é mais jovem, adulta ou velha), os níveis de escolaridade, os padrões de moradia, e características regionais. Assim elas podem identificar melhor possíveis mercados-alvo para seus produtos ou serviços.

2.5. Variável Psicográfica

Outra variável utilizada neste trabalho é a variável psicográfica. Segundo Churchill e Peter (2000) em uma tentativa de identificar mais especificamente aquilo que os consumidores teriam interesse em adquirir, os profissionais de marketing desenvolveram a segmentação psicográfica, que mede os estilos de vida dos consumidores, buscando compreender como cada um conduz suas atividades, opiniões, interesses.

Gil e Campomar (2006) afirmam que a segmentação psicográfica é utilizada para compreender mais a respeito de um segmento alvo, com a finalidade de identificar os estilos de vida dos consumidores. Uma abordagem bastante utilizada na avaliação de estilos de vida nos Estados Unidos é o VALS2, que será abordado neste trabalho.

Segundo Sheth, Mittal e Newman (2008) a psicografia se refere a características das pessoas, como elas se ocupam, em termos comportamentais, e quais fatores psicológicos geram esse padrão de atividades. A psicografia possui três elementos: valores, autoconceito e estilos e vida.

2.6. VALS2

Um modelo sobre estilo de vida bastante utilizada é o VALS2. VALSTM foi desenvolvido pelo pesquisador Arnold Mitchell em 1970, para explicar mudanças nos valores e nos estilos de vida

dos norte-americanos, sendo considerado um produto da consultora SRI International no ano de 1978 (SRI-BI, 2006 apud OLIVEIRA et al 2013). De acordo com Blackwell, Miniard e Engel (2011) VALSTM, Values and Lifestyle System (Sistema de Valores e Estilos de Vida) foi reformulada em 1989 e busca conhecer quais são as atitudes e os valores dos consumidores.

- O VALS2™ define oito tipos de estilos de vida, segundo Oliveira et al (2013) são eles:
- Inovadores (Innovators): são receptivos a novas tecnologias e novas ideias, são consumidores bem sucedidos, interessados em inovação. Maciel, Oliveira e Lima-Filho (2013) afirmam também que estes consumidores são receptivos a mudanças e inovações, eles assumem posição de liderança e adquirem produtos mais seletivos e luxuosos.
- -Pensadores (Thinkers): são considerados indivíduos reflexivos e maduros. Possuem uma tendência de serem bem educados, prezam por produtos funcionais e duráveis. Para Carvalho et al (2006), são pessoas que gostam de conforto, que dão valor a ordem, são responsáveis, buscam se informar sobre o produto ou serviço durante o processo de compra. Segundo Veiga-Neto (2007) são bem informados quanto as notícias nacionais e internacionais e abertos para oportunidades que aumentam seu conhecimento.
- Crentes (Belivers): são pessoas tradicionalistas, avessos a mudanças e novas tecnologias. Blackwell, Miniard e Engel (2011) comentam que estes consumidores são orientados por princípios, conservadores em relação a crenças estabelecidas pela comunidade, família, igreja.
- Realizadores (Achievers): orientados para a família e para o sucesso da carreira profissional, evitam situações de risco. Para Veiga-Neto (2007), estas pessoas gostam de estabilidade, buscam uma carreira que tenham êxito, fazendo algo que gostem. Maciel, Oliveira e Lima-Filho (2013) abordam que estes indivíduos compram produtos que demonstrem seu prestígio e sucesso.
- Esforçados (Strivers): procuram estar na moda, não possuem renda elevada, buscam produtos que imitem pessoas de poder aquisitivo maior. Maciel, Oliveira e Lima-Filho (2013) afirmam que estas pessoas buscam por aprovação do mundo a sua volta. Veiga-Neto (2007) também ressalta que estas pessoas procuram por aprovação das outras pessoas, querem encontrar um lugar na sociedade, se preocupam com a opinião das outras pessoas. São impulsivos.
- Experimentadores (Experiencers): indivíduos mais jovens e rebeldes, gostam de experimentar aquilo que não é convencional. Gastam muito com itens de moda e entretenimento. Gil e Campomar (2006) citam que são consumidores que despendem

de boa parte de sua renda com música, filmes, comida rápida e roupas.

- Fazedores (Makers): pessoas que gostam de bens funcionais, valorizam a autossuficiência. Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2011), são focados na família e no trabalho. De acordo com Veiga-Neto (2007), gostam de praticidade, tem força de vontade para concretizar seus objetivos, são conservadores.
- Sobreviventes (Survivors): são pessoas com menor poder aquisitivo, se preocupam com a saúde e a segurança, são leais as marcas e procuram descontos. Para Blackwell, Miniard e Engel (2011), são pessoas cautelosas e que buscam por segurança.

3. RESULTADOS E CONCLUSÕES

O campo de pesquisa utilizado foram os alunos do curso de Administração da Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão. O Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Administração criado em dezembro de 2007 traz, em relação ao perfil de egressos no curso, que as organizações buscam por profissionais que sejam agentes de mudanças, possuam vasto conhecimento e se atualizem com novas as informações de outras áreas. Desta forma, o curso busca formar profissionais criativos, com bom raciocínio lógico, proativos, que tenham uma visão sistêmica e estratégica para liderança, trabalho em grupo, entre outros (UFG, 2007).

Ao analisar os dados da pesquisa, verificou-se que 44% dos alunos que responderam ao questionário são do sexo feminino e 56% são do sexo masculino. Em relação a idade 1% tem menos de 17 anos, 64% têm entre 18 e 24 anos, 20% tem entre 25 e 29 anos, 5% tem entre 30 e 34 anos, 8% tem entre 35 a 39 anos, 1% tem entre 45 e 49 anos e nenhum dos alunos têm entre 40 e 44 anos e 50 ou mais. Verificou-se também que sobre Raça ou Etnia 60% destes alunos são brancos, 5% são negros, 1% é oriental, 33% são pardos, e 1% outros.

Outra análise mostra que 11% dos alunos foram considerados Crentes, 0% como Esforçados, 30% como Experimentadores, 14% como Fazedores, 15% como Inovadores, 29% como Pensadores, 1% como Realizador e 0% como Sobreviventes.

Após a classificação das perguntas segundo os estilos de vida apresentados pelo VALS2, e a análise com os fatores demográficos verificou-se que entre o sexo feminino o estilo que mais se destacou foi o Pensador e entre o sexo masculino foi o Experimentador. Analisando mais profundamente, dentre o ciclo de vida familiar, 76% das mulheres são solteiras, 11% são casadas e sem filhos, 3% são casadas e possuem filho mais novo com menos de 6 anos e 11% são casadas e possuem filhos mais novos com mais de 6 anos. Os homens



são 83% solteiros, 9% são casados sem filhos, 9% são casados e possuem filho mais novo com menos de 6 anos e nenhum é casado e possui filho mais novo com mais de 6 anos.

Observando então os dados demográficos e psicográficos, percebe-se que há uma relação entre o sexo, o ciclo de vida familiar e o estilo de vida. Segundo o VALS2 os Pensadores são pessoas maduras, que gostam de produtos funcionais, de conforto, são responsáveis e dão valor a ordem, o que representa uma maior maturidade entre as mulheres que responderam o questionário. Já os Experimentadores são pessoas mais jovens, gostam de experimentar coisas que não são convencionais, despendem boa parte sua renda com roupas, música, filmes, representando também a faixa etária e os interesses em que as pessoas do sexo masculino estão.

Foi identificado que os estilos de vida dos alunos do 8°, 7°, 6° e 4° período são mais homogêneos em relação aos do 2° período. Isso pode ocorrer, pelo fato de estarem iniciando o curso e, à medida que vão adquirindo novos conhecimentos, seu perfil se altera. Outra possibilidade seria a de que o perfil dos alunos ingressantes está sofrendo mudanças ao longo do tempo.

Observa-se que o estilo de vida: Inovador, proposto pelo método VALS2, é o que melhor se assemelha com o perfil de alunos do curso, se analisar o perfil dos alunos apresentado no PPC (Projeto Pedagógico do Curso). Este estilo é composto por pessoas receptivas a novas ideias, a mudanças, inovações e assumem posição de liderança, onde 15% daqueles que responderam ao questionário se encaixam neste perfil.

Para a universidade, em especial o departamento do curso de Administração, conhecer o perfil de seus alunos, lhes oferece a oportunidade de analisar se o perfil do administrador se mantém o mesmo desde o início do curso, ou está sofrendo alterações. Se a divulgação do curso está sendo direcionada de forma correta ou errônea e necessita de mudanças, com propostas de novos focos aos perfis que se interessa.

Para as empresas é significante conhecer qual o perfil dos futuros administradores, podendo identificar seus interesses, o que esperam ao entrar em uma organização e assim atrair para si aquelas pessoas que estão de acordo com os valores e princípios da empresa, ou se adequar as novas mudancas no mercado.

O comércio de produtos e serviços, tanto dentro quanto fora da universidade, podem identificar e direcionar suas ações de marketing aos perfis que gerem maior rentabilidade, possibilitando também encontrar nichos de mercado. Pode-se encontrar várias outras ações a serem exploradas com os dados apresentados neste estudo, com novas possibilidades de resolução dos problemas citados, ou confirmação daquilo que se já acreditava ser.

REFERÊNCIAS

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Cengage Learning, 2011.3. reimpr. da 1. ed. de 2005.

CARVALHO, Dirceu Tornavoi de; SHINYASHIKI, Gilberto Tadeu; BACCARO, Thais Accioly; BUIATTI Carolina Lasmar. Aplicação do sistema psicográfico VALS2 em alunos de pós graduação em Londrina-PR e Uberlândia-MG.

http://www.anpad.org.br/ema/2006/dwn/ema2006-mktb-147.pdf>>Acesso em 12/08/2014.

CHURCHILL, Gilbert A. Jr.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do Consumidor. 9.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

GIL, Camila. CAMPOMAR, Marcos Cortez. Analisando VALS como Instrumento de Segmentação. São Paulo. 2006. <<ht>< 2006. </hل>

KOTLER, Fhilip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5^a Ed. 8. Reimpr. São Paulo, Atlas, 2009.

com.br/index.php/rea/article/viewFile/592/538>> Acesso em: 20/08/2014.

OLIVEIRA, Danilo M., FILHO, Dario O. L., MACIEL, Wilson R. E., GOULART, Gislayne S. Salvador, 2013.Estilo de Vida dos Consumidores de Produtos Orgânicos em Campo Grande-Ms. <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2013 _TN_STO_181_032_219 95.pdf>> Acesso em: 20/08/2014

SHETH, Jagdish N., MITTAL, Banwari, NEWMAN, Bruce I. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. 1. Ed. 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

STRATEGIC BUSINESS INSIGHTS. About VALSTM. <ktrategicbusiness



insights.com/vals/about.shtml>> Acesso em: 03/08/2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS CAMPUS CATALÃO. Projeto Pedagógico de curso Bacharelado em Administração. 2007. <<ht><<ht><</h></hr>

VEIGA-NETO, Alípio Ramos. Um estudo comparativo de formas de segmentação de

mercado: uma comparação entre VALS-2 e segmentação por variáveis demográficas com estudantes universitários. 2007. << http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552007000100008>>. Acesso em: 16/08/2014.

DEMOGRAPHIC AND PSYCHOGRAPHIC VARIABLES: AN ANALYSIS OF THE PROFILE OF STUDENT ADMINISTRATION FEDERAL UNIVERSITY OF GOIÁS, REGIONAL CATALÃO

<u>Padia, Ana Cláudia de Freitas</u>, ana.padia@hotmail.com¹ Morais, Marizângela Gomes de²

¹ Federal University Of Goiás, Regional

Abstract. The market segmentation identifies groups of individuals with characteristics and needs resembling, This helps organizations meet as an operating system markets and choose what you will be profitable. The aim of this study is to check the Lifestyles of Management students of the Federal University of Goiás, Regional Catalão, through the psychographic variables and identify your relations as It's demographic variables, obtaining a contribution paragraph those who are interested There is work in your marketing actions paragraph of students and get higher return on It's activities. The methodology used was the Applied Research, quantitative and qualitative, was held hum study for sampling, we used as data collection technique a questionnaire. After analyze the data, it was found to exist relations between market segmentation with forms management students - UFG, Regional Catalão, through of demographic, psychographic variables.

Keywords: VALS2, psychographic variable, Student, Administration.

² Federal University Of Goiás, Regional



PEQUENAS EMPRESAS: UMA ANÁLISE DOS SISTEMAS PRODUTIVOS DA PANIFICADORA NASCER DO SOL E DE SUAS ESTRATÉGIAS SEGUNDO O MODELO DE GUEGUEN (2009)

Santos, Lara Cristine Pereira dos, laracristineps@gmail.com¹ Oliveira, Meirielle Ribeiro de¹ Rosalem, Vagner¹

¹Universidade Federal de Goiás (UFG) – Regional Catalão

Resumo: A perspectiva positiva da economia na década de 1990 favoreceu a entrada de novos produtos, serviços e empresas. Dessa forma, o planejamento estratégico se tornou indispensável para atender as exigências dos consumidores e dar continuidade dos negócios. Para um melhor desempenho organizacional, empresas grandes e pequenas precisam também estudar seus sistemas produtivos para identificar problemas e a criar soluções práticas. O presente artigo tem como objetivo analisar os sistemas produtivos da pequena empresa Panificadora Nascer do Sol, localizada na cidade de Catalão - GO, além de compreender as estratégias adotadas por ela considerando o modelo de análise da gestão estratégica em pequenas empresas elaborado por Gueguen (2009). Esse modelo aponta três perspectivas principais que influenciam a gestão estratégica das pequenas empresas: o recurso à intuição, o foco no que é próximo e a pressão temporal. A pesquisa é classificada como descritiva e de campo. Para a coleta de dados foi feita uma entrevista semiestruturada com um dos sócios da empresa. Os dados foram analisados e como resultado tem-se que a empresa apresentou um desempenho de gestão satisfatório fazendo frente a sua capacidade de produção, quantidade de funcionários, demanda a ser atendida e recursos disponíveis. A principal perspectiva que influencia a gestão estratégica da organização é a recurso à intuição, seguido pelo foco no que é próximo. A perspectiva pressão temporal apresentou pouca influência na gestão estratégica da organização.

Palavras-chave: pequenas empresas, estratégias, sistemas produtivos

Os autores são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho.

1. INTRODUÇÃO

A perspectiva positiva da economia em meados da década de 1990 permitiu que as empresas brasileiras planejassem suas atividades no curto e longo prazo de modo consistente, favorecendo a entrada de novos produtos, serviços e empresas e também o fortalecimento das empresas já existentes. Dessa forma, o planejamento estratégico se tornou indispensável e fundamental para atender um maior número de consumidores e de exigências e dar a continuidade dos negócios.

Existem algumas diferenças entre as estratégias de gestão entre empresas grandes e empresas pequenas, mas em ambos os casos a estratégia é de fundamental importância. As grandes empresas possuem recursos financeiros e especialistas que podem coordenar as ações estratégicas, o que lhes permite a condução dessas ações. As pequenas organizações possuem várias limitações de recursos (financeiros, temporais, de pessoal) e suas escolhas estratégicas buscam maximizar as chances de sobrevivência de sua empresa.

Para um melhor desempenho organizacional, empresas grandes e empresas pequenas precisam

também estudar, analisar e melhorar seus sistemas produtivos, pois isso permitirá a identificação de problemas e a criação de soluções práticas.

O modelo de Gueguen (2009) analisa as estratégias nas pequenas empresas, contemplando suas especificidades, sob três perspectivas: o recurso à intuição, o foco no que é próximo e a pressão temporal.

Assim, o presente artigo tem como objetivo analisar os sistemas produtivos de uma pequena empresa do setor alimentício localizada na cidade de Catalão - GO, além de compreender as estratégias adotadas por ela considerando o modelo de análise da gestão estratégica em pequenas empresas elaborado por Gueguen (2009).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Em vista dos objetivos propostos para este artigo, o referencial teórico foi dividido em duas partes, visando facilitar o entendimento da sua fundamentação teórica. Na primeira parte, estão abordados os conceitos sobre estratégias como formas de garantir a sobrevivência e o crescimento de pequenas empresas, partindo do pressuposto que



as estratégias seriam a chave para o sucesso de pequenas empresas. Na segunda, são abordados os conceitos sobre sistemas produtivos.

2.1. Estratégia e Pequenas Empresas

Para Quinn apud Mintzberg (2000) a utilização da experiência militar nos negócios indica que as estratégias eficazes desenvolvem-se em torno de alguns poucos conceitos e golpes-chave, os quais lhe dão coesão, equilíbrio e foco, e também um "senso de posicionamento contra um oponente inteligente". Estratégias empresariais como sondar o concorrente para identificar as suas forças e fraquezas e, a seguir, concentrar todos os recursos no ataque de uma posição claramente exposta, indica o uso das boas estratégias militares.

Para Ansoff (1981, p. 45), estratégia pode ser entendida como "um conjunto de linhas de ação que objetivam empreender um relacionamento dinâmico à organização; proporcionar os instrumentos para o atendimento de novas demandas; identificar as potencialidades a serem exploradas; prospecção de recursos; e tomada de consciência, por parte da organização, de pontos fracos que possam comprometer os seus objetivos".

O planejamento estratégico é uma técnica que pode direcionar os negócios de pequenas e médias empresas, auxiliando os proprietários e gestores a entender o seu ambiente, fortalecendo pontos fortes e diminuindo riscos, possibilitando que essas empresas tomem decisões mais assertivas e estejam mais preparadas para o futuro.

As pequenas empresas precisam estar preparadas para se adaptarem às frequentes mudanças do ambiente em que estão inseridas. Assim, a gestão estratégica é uma forma de permitir essa adaptação das empresas, garantindo a sobrevivência e o crescimento no mercado.

O presente artigo se utiliza do modelo de Gueguen (2009), que evidencia as três perspectivas principais que influenciam a gestão estratégica das pequenas empresas, que são o recurso à intuição, onde a tomada de decisão é feita sem fundamentos racionais elaborados; o foco no que é próximo, onde as estratégias são formadas pelo que é conhecido e próximo a empresa; a pressão temporal, onde a empresa está em relação de dependência ao seu ambiente e acaba tomando medidas precipitadas.

2.2. Sistemas Produtivos

Sistemas de produção podem ser definidos como o "conjunto de atividades inter-relacionadas envolvidas na produção de bens (caso de indústrias) ou serviços" (MOREIRA, 2000, p. 8). Os Sistemas

de Produção são compostos de entradas (*inputs*), processo de transformação e saídas (*outputs*).

Um determinado tipo de sistema produtivo restringe e particulariza as atividades que irão compor o processo de Gestão da Produção. Esses tipos de sistemas produtivos são divididos em:

- Produção para Estoque (MTS Make to Stock), que caracteriza os sistemas que produzem produtos padronizados e têm como principal vantagem a rapidez na entrega dos produtos, como por exemplo, indústrias alimentícias.
- Produção sob Encomenda (MTO Make to Order), onde os produtos são projetados a partir de especificações básicas e o tempo de entrega tende a ser de médio a longo prazo, como por exemplo, indústria de construção civil.
- Montagem sob Encomenda (ATO Assemble to Order), onde os subconjuntos são armazenados até o recebimento dos pedidos dos clientes contendo as especificações dos produtos finais, como por exemplo: empresas que fornecem diretamente para montadoras de automóveis.
- Engenharia sob Encomenda (ETO Engineering to Order): o projeto do produto é feito quase que totalmente baseado nas especificações do cliente e os produtos são altamente customizados.

A essência da formulação de uma estratégia competitiva é relacionar uma companhia ao seu meio ambiente. O principal aspecto do meio ambiente da empresa é a indústria ou as indústrias em que ela compete.

O grau de concorrência em uma indústria depende de cinco forças competitivas básicas:



Figura 1 – Cinco Forças de Porter

No ambiente em que a empresa se encontra existem ameaças de novos entrantes e de produtos ou serviços substitutos, o poder de negociação dos fornecedores e dos compradores e também o poder de concorrência das outras empresas. Em conjunto as cinco forças determinam a intensidade da



concorrência na indústria assim como as estratégias que a empresa deve ter frente a concorrência.

O planejamento estratégico também é fundamental para uma gestão de qualidade, uma vez que, a gestão visa manter o empreendimento no mercado de forma competitiva e inovadora. Uma estratégia que necessita ser analisada cuidadosamente e definida com clareza é o papel do Marketing nos negócios das organizações.

De acordo com Souza (2013 apud Philip Kotler, 1998), o marketing, é o elemento identificador das insatisfações e exigências, de forma a colocar no mercado produtos e/ou serviços, que ao mesmo tempo, proporcionem satisfação dos consumidores, gerem resultados e melhoraria da qualidade dos mesmos.

3. METODOLOGIA

No que tange ao tipo de pesquisa, o artigo está classificado como descritivo, pois os fatos foram observados, possibilitando a classificação e interpretação dos mesmos, sem a interferência do pesquisador.

Quanto à sua finalidade e quanto ao meio de investigação, diz respeito à pesquisa de campo e bibliográfica, onde foi realizada uma coleta de dados através de uma entrevista com um dos sócios da Panificadora Nascer do Sol, realizada na própria empresa, para posterior análise dos resultados.

4. ESTUDO DE CASO E ANÁLISE DOS DADOS

A Panificadora Nascer do Sol, localizada na cidade de Catalão - GO, foi fundada em Outubro de 2013 por três pessoas. A empresa é do ramo alimentício e produz produtos de panificação em geral, como pão-de-queijo, bolos, roscas, entre outros.

A empresa possui cinco funcionários, sendo um padeiro e quatro atendentes. O sócio entrevistado trabalha no ramo de panificação há nove anos e a ideia de abrir uma panificadora veio de um anúncio de uma página nas redes sociais, onde o antigo proprietário anunciou a venda do ponto comercial. Como já conhecia muito sobre a área de panificação, ele se interessou pelo ponto, se juntou a mais duas pessoas e depois de várias negociações compraram a panificadora.

Panificadoras são geralmente classificadas como indústrias de bens de consumo, pois produzem produtos de primeira necessidade. O sistema produtivo da Panificadora Nascer do Sol pode ser caracterizado de duas formas. A primeira diz respeito ao sistema de Make to Stock (MTS) – Produção para estoque, pois os produtos produzidos

são padronizados, baseados principalmente em previsões de demandas, onde o cliente compra produtos que já estão prontos e expostos na vitrine. Outro tipo de sistema produtivo observado foi o Make to Order (MTO) – Produção sob Encomenda, que se refere somente à produção feita a partir do recebimento de encomendas de clientes de produtos oferecidos pela panificadora, como quitandas e pudins, onde, na maioria das vezes, existem algumas modificações no produto para atender as especificações dos clientes, onde os mesmos estabelecem a data de entrega.

Sobre as Cinco Forças de Porter, tem-se que não há concorrentes nas proximidades da panificadora e os compradores não possuem poder de negociação, pois a empresa trabalha com preços fixos, que variam de acordo com o preço dos insumos. Também foi possível observar que o único produto, que pode ser considerado como substituto, são bolachas vendidas em um supermercado localizado a trezentos metros da panificadora. A empresa trabalha com fornecedores fixos e não há ameaça de entrantes potenciais próximos à localização da empresa.

No que diz respeito à parte de Marketing, foi possível observar algumas das estratégias que a Panificadora Nascer do Sol se utiliza para atingir seu público-alvo. Analisando o Composto de Marketing da empresa, pode-se citar em relação ao produto que uma de suas principais características é a qualidade. Os produtos são fabricados com ingredientes naturais, como ovo caipira, polvilho da feira, entre outros, agregando valor e aumentando a qualidade do produto final.

Em relação ao ponto, foi observado que a empresa está instalada em uma avenida de grande movimento, sendo um local estratégico que fica perto de escolas, perto da UFG – Regional Catalão e perto também de um supermercado que não possui produtos de panificação, levando um grande número de pessoas a consumirem na panificadora. Sobre a promoção, a empresa se utiliza de páginas em redes sociais para divulgar seus produtos, além de comunicação por meio de fachada e banners ilustrativos. E por último o preço, que é estabelecido de acordo com o preço dos insumos, sendo também compatível com o padrão de qualidade oferecido pela empresa.

Analisando as informações da Panificadora Nascer do Sol sob o modelo de Gueguen (2009) foi possível concluir que o recurso à intuição é algo muito presente, pois a empresa planeja suas atividades conforme as situações diárias e não possui um planejamento de longo prazo. Já sobre o foco no que é próximo pode-se afirmar que está presente na empresa, pois ela se preocupa com o ambiente em que se encontra: preocupações em



relação aos concorrentes, fornecedores e clientes. E por último, a pressão temporal que é pouco presente na empresa, já que ela conta com vários fornecedores e vende pra diversos clientes, não havendo nenhum tipo de dependência.

Portanto, pode-se comentar que a estratégia da Panificadora Nascer do Sol pode ser considerada intuitiva e pouco formalizada. Mas está sempre buscando trabalhar com produtos de qualidade e oferecer um bom serviço de atendimento. Além disso, o entrevistado afirma que a empresa tem perspectivas de crescimento, porém, ainda sem planejamentos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo conseguiu atingir o objetivo proposto, que foi analisar os sistemas produtivos de uma pequena empresa do setor alimentício localizada na cidade de Catalão - GO, além de compreender as estratégias adotadas por ela considerando o modelo de análise da gestão estratégica em pequenas empresas elaborado por Gueguen (2009).

A empresa demonstrou um desempenho de gestão satisfatório em relação aos seus sistemas produtivos, fazendo frente a sua capacidade de produção, quantidade de funcionários, demanda a ser atendida e recursos disponíveis.

A principal perspectiva que influencia a gestão estratégica da organização é a recurso à intuição, seguido pelo foco no que é próximo. A perspectiva pressão temporal apresentou pouca influência na gestão estratégica da organização.

Pode-se destacar ainda que os sócios mencionaram a preocupação em relação a sua concorrência e, por isso, estão sempre em processo de melhoria para manter a qualidade dos produtos.

A localização estratégica da empresa analisada, a experiência e a competência de um dos proprietários, que também é a principal mão de obra, e a vontade de desenvolver o negócio são fatores essenciais para que a empresa cresça e permaneça no mercado de forma competitiva.

Mesmo sem planejamentos de longo prazo, a empresa tem perspectivas de crescimento no mercado e mencionou que vai começar a planejar sua expansão.

Neste sentido, destaca-se que as estratégias são importantes para empresas grandes e pequenas, pois vão auxiliar os gestores a fortalecer os pontos fortes e diminuir riscos, possibilitando que essas empresas tomem decisões mais assertivas e estejam mais preparadas para o futuro.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. I. R. (1994). Desenvolvimento de um modelo de planejamento estratégico para grupos de pequenas empresas. Tese (Doutorado). São Paulo, FEA-USP.
- ANSOFF, Igor. Do planejamento estratégico à administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1981.
- GUEGUEN, G. Pme et estratégie: quelles spécifités? *Economie et Management*, n° 131, avril, 2009.
- MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; GHOSHAL, Sumantra. *O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados.* 4a. ed., Porto Alegre: Bookman, 2006
- MOREIRA, D. A. Administração da Produção e Operações. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 2000.
- PORTER, Michael P. *Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência*. Rio de janeiro: Campus, 1986.
- SOUZA, F. M.; FILHO, H. R. F.; C, R. F. *Inovação* e Marketing: Elementos essenciais frente uma gestão da qualidade. XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, BA, Brasil, 08 a 11 de outubro de 2013.

SMALL BUSINESS: AN ANALYSIS OF PRODUCTION SYSTEMS OF PANIFICADORA NASCER DO SOL AND THEIR STRATEGIES ACCORDING TO MODEL GUEGUEN (2009)

Santos, Lara Cristine Pereira dos, laracristineps@gmail.com¹ Oliveira, Meirielle Ribeiro de¹ Rosalem, Vagner¹

¹Universidade Federal de Goiás (UFG) – Regional Catalão



Abstract: The positive outlook of the economy in the 1990s favored the entry of new products, services and companies. Thus, strategic planning has become essential to meet the requirements of consumers and to business continuity. For better organizational performance, large and small companies also need to study their production systems to identify problems and to create practical solutions. The present article has to objective to analyze the productive systems of small business Panificadora Nascer do Sol, located in the city of Catalão GO, and understand the strategies adopted by it considering the analysis model of strategic management in small companies prepared by Gueguen (2009). This model identifies three main perspectives that influence the strategic management of small businesses: the appeal to intuition, the focus on what's next and the time pressure. The research is classified as descriptive and field. For data collection was made a semi-structured interview with one of the company's partners. Data were analyzed and as a result has been that the company presented a satisfactory performance management by countering its production capacity, number of employees, demand to be met and resources available. The main perspective that influences the strategic management of the organization is to appeal to intuition, followed by focus on what's next. The temporal perspective pressure had little influence in the strategic management of the organization.

Keywords: small business, strategies, production systems

The authors are solely responsible for the content of this work.



MUDANÇA ORGANIZACIONAL: CONCEITOS E IMPACTOS NO MEIO EMPRESARIAL

SANTOS, Natália Cibele de S.¹, naticibele_sousa@hotmail.com SILVA JUNIOR, Jarbas A.², j_jr.95@hotmail.com ROSALEM, Vagner3³, vagner@hotmail.com

¹ Universidade Federal de Goiás Regional Catalão - FENAD

² Universidade Federal de Goiás Regional Catalão - FENAD

³ Universidade Federal de Goiás Regional Catalão – FENAD

Resumo: O presente artigo tem como principal objetivo a apresentação teórica a respeito da mudança organizacional, promovendo um maior entendimento ao leitor acerca deste tema. Foi feito um estudo exploratório, de caráter descritivo, no qual foram utilizados periódicos da CAPES E SCIELO como fontes de pesquisa. os resultados apurados são apresentados de forma sucinta. Inferiu-se que as mudanças organizacionais são um exemplo de Planejamento Estratégico de extrema valia, pois provoca transformações nos níveis tático, operacional e estratégico, como também no campo psicológico dos colaboradores das empresas.

Palavras-chave: Mudança Organizacional, Planejamento Estratégico, Gestão Estratégica.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas evidenciou-se a expansão das mudanças científicas, sociais e econômicas na situação nacional e internacional. Em decorrência da rapidez das mudanças, oriundas da globalização, os mercados consumidores e fornecedores se modificaram, tornando-se mais exigentes e mais competitivos. Surge então o reconhecimento da importância das mudanças organizacionais.

Na era atual, em um mundo de negócios globalizados, as organizações necessitam ter uma postura favorável às contínuas transformações mercadológicas e tecnológicas, o que faz com que as empresas tenham de repensar suas estratégias, precisem se adaptar às mudanças e necessidades do mercado e fiquem sempre atentas às novidades e abertas às inovações.

A expressão "mudança organizacional" não é recente, no entanto, devido a aceleração das mudanças tem-se pensando bastante sobre o assunto e discutido novas técnicas e teorias para ajudar as organizações a acompanhar o aceleramento do mundo e implementar de forma correta as mudanças organizacionais.

O problema maior em relação à mudança organizacional é a falta da capacidade que as organizações possuem em acompanhar as transformações decorrentes do meio externo, e implementar, de forma correta, as técnicas que auxiliam as mudanças organizacionais. Existem oito etapas para serem seguidas pelas organizações a fim de realizar as mudanças com sucesso, as quais precisam ser mais difundidas, conhecidas e entendidas no meio empresarial. Tais etapas são de

extrema valia, pois elas servirão de norte para os gestores na busca da conquista dos objetivos organizacionais. Assim sendo, o objetivo deste trabalho é discutir teoricamente estas etapas proporcionando maior entendimento sobre o tema.

2. MÉTODO

Para a realização da pesquisa foi realizado um estudo exploratório, de caráter descritivo que utilizou as seguintes fontes de consulta: Periódicos da CAPES, SCIELO.

A pesquisa foi realizada entre os dias 01/04/2015 e 07/05/2015, utilizando-se como descritores (Mudança Organizacional, Planejamento Estratégico e Gestão Estratégica).

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. Administração estratégica

Para Ansoff, Declerck e Hayes (1987) a administração estratégica é um desafio diário nas empresas. Para poder implementá-la é necessário que os executivos compreendam o ambiente onde a organização está posta, identifiquem as oportunidades e ameaças do ambiente externo, as forças e fraquezas do ambiente interno, definam os objetivos, realizem uma avaliação crítica do seu padrão de gestão e escolham a estratégia conveniente para alcançar os objetivos propostos pela empresa.

Para implementar a administração estratégica a equipe da empresa deve ser flexível, para acompanhar as mudanças ambientais e sustentar a



organização em equilíbrio com o ambiente na qual está inserida.

3.2. Planejamento estratégico

Segundo Ansoff e McDonnel (1993) a origem do Planejamento Estratégico se deu após o fim da Segunda Guerra Mundial, com o avanço da tecnologia e com a diversificação de produtos presentes no mercado, as empresas passaram a se preocupar mais com o mercado e não mais apenas com a produção.

A competitividade acirrou nos mercados, iniciou-se uma corrida para fidelizar o cliente. O planejamento deixou de ser apenas operacional e passou a ser estratégico.

Nesse contexto, pode-se conceituar o Planejamento Estratégico como um método de gerência que a partir do reconhecimento de uma situação futura almejada, desenvolva estratégias para atingir este futuro. A partir do Planejamento Estratégico, determina-se a direção que a empresa irá seguir, organiza-se as ideias das pessoas, cria-se uma visão do caminho a ser percorrido e quais ações serão feitas através do plano estratégico, possibilitando o alcance do futuro desejado.

3.3. Gestão Estratégica

Em relação à Gestão Estratégica observa-se que as técnicas de planejamento evoluíram bastante. Como o planejamento e a administração estratégica são as bases da gestão estratégica, se elas evoluem, a gestão segue o mesmo caminho. Por consequência a Gestão Estratégica incluiu na sua implementação algumas perspectivas administrativas, uma delas foi a mudança organizacional.

3.4. Mudança Organizacional

A mudança é um processo natural na vivência das organizações, é consequência das ações de forças operadas pelo meio onde estão introduzidas.

Uma organização sofre diversos tipos de mudanças, mudanças no mercado, mudança na colocação social, modificação de suas estratégias, alteração na missão da empresa, mudança na cultura e variação dos valores e práticas da organização.

A mudança organizacional é considerada um tipo de planejamento estratégico, o qual possui várias etapas, cada etapa apresenta uma metodologia própria. O que diferencia o sucesso de cada metodologia é a eficiência de passar da concepção do planejamento estratégico para a implementação do plano, o que necessita de pessoas

comprometidas e identificadas com o sistema de mudança organizacional.

3.4.1. Etapas da Mudança Organizacional

Estrada e Almeida (2007) descrevem a Mudança Organizacional em oito etapas:

3.4.1.1. Compor a coalizão principal

Esta fase consiste em formar uma equipe que comandará as mudanças almejadas, a qual deverá compor um grupo forte e influente, que seja favorável a estas transformações para que não haja brechas para futuros questionamentos acerca da mesma.

3.4.1.2. Designar as visões futuras

Já esta etapa propõe definir o direcionamento da mudança, descreve-se qual o futuro desejado para a empresa. Este direcionamento se faz estabelecendo a visão de futuro da empresa.

3.4.1.3. Compartilhar o Planejamento Estratégico

Esta etapa é responsável por comunicar aos envolvidos a visão e as estratégias que serão adotadas rumo as mudanças, explorando todos os meios comunicativos possíveis.

3.4.1.4. Definir a equipe que conduzirá a implementação

Nesta quarta etapa, tem-se a função de formar a equipe que ficará a cargo da parte de implementação da mudança promovida, sendo necessário que seja composta de indivíduos de diversas formações dentro da empresa, que possuam mentes abertas, afim de não serem contrárias às transformações propostas.

3.4.1.5. Estimular o empenho e a participação

Esta quinta etapa, tem como importância primordial a identificação dos *stakeholders*¹, já que estes precisam estar alinhados com as visões

Os stakeholders são os públicos de interesse de uma organização. São as partes interessadas e envolvidas voluntária ou involuntariamente com a mesma, onde há um objetivo específico de relacionamento, trazendo benefícios para ambas as partes (MANESCO, 2015).

futuras, redefinindo suas funções e responsabilidades.

3.4.1.6. Planejar as ações

Esta quinta etapa consiste em realizar o planejamento, bem como as especificações a fim de garantir a concretização das mudanças organizacionais desejadas.

3.4.1.7. Habilitar e aperfeiçoar recursos humanos

Nesta sétima etapa, há a necessidade de requalificar os colaboradores, entretanto, é importante que os colaboradores estejam alinhados com as visões futuras estabelecidas, tudo isso incide pelo empenho da empresa no avanço da mudança.

3.4.1.8. Estabelecer os indicadores de desempenho

Já nesta oitava e última etapa, são escolhidos os indicadores de desempenho, a mudança deve ser acompanhada por indicadores claros, eficientes e confiáveis na disponibilidade dos dados. Portanto, deve-se reavaliar os indicadores de desempenho presentes na empresa.

4. CONCLUSÃO

Em suma, dentre os conceitos teóricos descritos ao longo do trabalho, pode-se inferir que as mudanças organizacionais são de extrema valia para as empresas, pois propõem transformações, tanto no seu arranjo físico quanto no seu campo psicológico, visando buscar reformulações as quais tragam benefícios imediatos e/ou em longo prazo.

Percebe-se que a perturbação das mudanças sobre os indivíduos destaca-se nas organizações. O conteúdo de maior relevância desta pesquisa referese à implementação dos processos de mudança organizacional, é fundamental seguir impecavelmente as etapas propostas e se empenhar para que a mudança dentro da organização ocorra com sucesso, os gestores precisam se dedicar e preocupar em desempenhar excelentemente seu papel, além de instigar a participação dos

funcionários, viabilizar comunicações efetivas, respeitar as diferenças culturais e as discórdias de cada indivíduo em relação às mudanças, visto que a mudança organizacional é um processo lento que envolve todos da organização e usualmente gera desconforto para sua equipe. Assim sendo, torna-se imprescindível o envolvimento de todos no processo de mudança, especialmente, do líder, responsável pela condução da mudança organizacional.

Sugere-se que para trabalhos futuros sejam feitas abordagens mais abrangentes acerca do tema apresentado, pois devido às especificações determinadas necessitou-se fazer a exposição do mesmo de uma forma mais condensada. Recomenda-se também que seja utilizada uma base de dados maior.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESTRADA, R. J. S. e ALMEIDA, M. I. R. de. A Eficiência e a eficácia da gestão estratégica: do planejamento estratégico à mudança organizacional. **Revista de Ciências da Administração**. Florianópolis-SC. V. 9, n. 19. P. 147-178, set/dez. 2007. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1784> acesso em 01° de maio de 2015.

ANSOFF, H. I.; McDONNELL, E. J. **Implantando a administração estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993

ANSOFF, Igor H., DECLERCK, Roger P., HAYES, Robert L. **Do Planejamento Estratégico** à Administração Estratégica. São Paulo, Editora Atlas, 1987.

MANESCO, M. Quem são os stakeholders. **Race comunicação**. São Paulo, 2015. Disponível em: http://www.racecomunicacao.com.br/blog/quem-sao-os-stakeholders/> acesso em 03/05/2015.

ORGANIZATIONAL CHANGE: CONCEPTS AND IMPACTS ON BUSINESS WORLD

SANTOS, Natália C. naticibele_sousa@hotmail.com SILVA JUNIOR, Jarbas A. ROSALEM, Vagner

I Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da Regional Catalão, Universidade Federal de Goiás.



Federal University of Goiás Regional Catalão – FENAD Federal University of Goiás Regional Catalão – FENAD Federal University of Goiás Regional Catalão – FENAD

Abstract: This article aims to theoretical presentation about organizational change, promoting a greater understanding to the reader about this subject. An exploratory study was done in descriptive, where were used Periodicals of CAPES and SCIELO as sources of research. It is presented briefly the results obtained. It inferred that the organizational changes are an example of extreme value of Strategic Planning for the reason that it causes changes in all levels, tactical, operational and strategic, but also in the psychological area of the company employees.

Keywords: Organizational Change, Strategic Planning, Strategic Management.



GESTÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA EM UNIVERSIDADES.

<u>Coutinho, Gustavo</u>, gustavocoutinhoadv@gmail.com Mestrado em gestão organizacional da Universidade Federal de Goiás

Resumo: Propõe-se realizar reflexão teórica a respeito da propriedade intelectual gerada por pesquisas científicas como incentivadora de desenvolvimento econômico. As universidades, enquanto produtoras de pesquisa científica, exercem papel fundamental em inovação tecnológica e transferência de tecnologia para empresas, principalmente após a edição da Lei de Inovação (Lei 10.973/2004). Daí a importância da gestão da propriedade intelectual gerada por pesquisas realizadas por universidades. O objetivo geral é realizar uma reflexão teórica sobre a gestão de bens de propriedade intelectual e gestão de TT pelas IES (Instituições de Ensino Superior). Como objetivo específicos procura-se evidenciar um recorte da literatura a respeito de gestão de propriedade intelectual e transferência de tecnologia nas universidades e ressaltar exemplos ocorridos no Brasil e no exterior;. O método que se utilizou foi revisão de literatura para definição de conceitos e estudos de casos realizados por outros pesquisadores). Com isso, conclui-se que a Lei de Inovação impactou a produção científica nas IES e a gestão da propriedade intelectual gerada por essa produção, a exemplo de normas semelhantes em outros países, mas há necessidade de aprofundamento do estudo com novas abordagens e utilização de novos métodos de pesquisa.

Palavras-chave: Propriedade intelectual. Inovação Tecnológica. Transferência de Tecnologia. Universidades.

1. INTRODUCÃO

A inovação tecnológica constitui elemento essencial para o desenvolvimento econômico dos países, na medida em que é fator diferencial em mercado de concorrência.

Os direitos de propriedade intelectual sobre os bens que constituem inovação tecnológica, portanto, são uma das formas que os Estados possuem de estimular a pesquisa científica da inovação, garantindo aos criadores o privilégio de exploração econômica exclusiva das criações.

Nesse contexto, as universidades, enquanto centros de produção de pesquisa científica compõem elemento essencial para a inovação tecnológica e desenvolvimento econômico.

Às universidades é garantido o direito de propriedade intelectual sobre sua produção científica, incluindo patentes sobre os bens criados a partir das pesquisas por elas desenvolvidas. A gestão eficiente da propriedade intelectual possibilita uma forma de financiamento adicional para as pesquisas realizadas pelas universidades e garante a transferência de tecnologia destas para as empresas, com significativo impacto no desenvolvimento econômico dos países.

O presente trabalho, a partir desse contexto, apresenta um recorte baseado em exemplos de gestão de propriedade intelectual por universidades e a relação destas com as empresas e os governos em diversos cenários, no Brasil e em outros países..

2. Propriedade intelectual e as universidades

A importância da inovação para o desenvolvimento tecnológico e econômico dos países faz com que a gestão de tecnologia ganhe crescente relevância. Nesse contexto, destacam-se duas formas de organização desenvolvedoras e aplicadoras desses conhecimentos novos: a empresa, que visa o desenvolvimento de novos produtos e as instituições que atuam em pesquisa e desenvolvimento (P&D), mas não implementam primordialmente as inovações tecnológicas como produtos: universidades e institutos de pesquisa. (GARNICA; TORKOMIAN, 2009).

Nos últimos anos, a ideia de inovação migrou de um significado mais estreito de criação de novos produtos e processos para uma acepção mais ampla de inovação organizacional e de mercado. A análise do processo inovador também mudou, deixando de se concentrar apenas na geração linear de novos saberes e passando a abordar o desenvolvimento de novas formas de produzir, aplicar e distribuir o conhecimento, com ênfase para as parcerias tecnológicas firmadas entre empresas universidades. PORTO, (COSTA, P.; G.; FELDHAUS, D., 2010).

Assim, o chamado ambiente de inovação tecnológica não está restrito unicamente ao setor produtivo. O ambiente de inovação compreende um agregado de fatores de ordem política, econômica, social e cultural que estimulam ou dificultam a inovação. (QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M., 2014).



Parques tecnológicos são um bom exemplo de ambientes de inovação. Tais parques são criados em nações desenvolvidas e em desenvolvimento a fim de tornar suas economias regionais e nacionais mais dinâmicas, por meio da agregação de teor de conhecimento. São estruturas que buscam converter conhecimento em riqueza, o que leva esses países a se tornarem mais competitivos, no plano internacional e a criarem mais empregos qualificados, além de aumentarem sua arrecadação tributária e promoverem o bem estar social. Não é de se estranhar, portanto, que em geral esses parques tecnológicos localizem próximos a universidades e institutos de pesquisa, os quais são produtores de pesquisa e de formação de recursos humanos qualificados. (QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M., 2014).

Desse modo, é notório o papel das universidades como fontes produtoras e conhecimento e de inovações tecnológicas. Essas inovações tecnológicas são, evidentemente, protegidas como direito de propriedade intelectual. Além da produção científica em si, objeto de direito autoral, são geradas patentes de objetos novos desenvolvidos em pesquisas realizadas nas universidades.

Surge, então, a necessidade de transferir esses ativos (patentes de produtos de pesquisa) das universidades para a sociedade, como forma de efetivamente se tornarem inovação (MALVEZZI, F.; REZENDE, D.; ZAMBALDE, A, 2014). A transferência de tecnologia (TT) e conhecimento das universidades para outras instituições se impõe como forma de incrementar o desenvolvimento econômico e social do país.

No Brasil, a transferência de tecnologia recebeu impulso a partir da promulgação da denominada Lei de Inovação (Lei 10.973/2004), a qual, entre outras disposições, determina que qualquer Instituição Científica e Tecnológica (ICT), aí evidentemente incluídas as universidades, tenha seu próprio Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), ou em associação com outra ICT. Como resultado, uma das atribuições que lhes são conferidas é a administração das atividades de transferência de tecnologia das instituições que representam. (DIAS; PORTO, 2013).

Segundo os mesmos autores, a Lei de Inovação foi um passo importante ao estabelecer um conjunto de incentivos para fortalecer a interação entre empresas e ICT, especialmente nos países em desenvolvimento, em que a capacidade de absorção de tecnologia pelas empresas é fraca (DIAS; PORTO, 2013).

Especificamente no Brasil, a grande maioria das empresas formais em atividade é de porte pequeno (verificar estatística – SEBRAE?), ou seja, têm

faturamento anual que não permite investimento em pesquisa para desenvolvimento de novos produtos e processos. De outro lado, as universidades têm as condições de desenvolver novos produtos e processos por meio de sua tradição em realização de pesquisas científicas, mas tais ativos só constituirão inovação se houver transferência da tecnologia entre as instituições, da universidade para as empresas, de forma a desenvolver todo o potencial econômico das criações e usufruir dos benefícios sociais daí decorrentes. No contexto das universidades, a gestão de seus bens de propriedade intelectual e da transferência de tecnologia pode representar a obtenção de mais recursos para serem investidos em mais pesquisa que produzirá novas criações tecnológicas, num ciclo virtuoso que pode ser essencial para o desenvolvimento econômico e social de um país com nossas características de importador de tecnologia desenvolvida em outros

Muitos estudiosos têm se preocupado com essa questão, não só no Brasil como em outros países, tanto na América Latina quanto na Europa, Ásia e nos Estados Unidos. Tal preocupação se legitima por todos os argumentos já expostos da importância da inovação tecnológica e da propriedade intelectual para o desenvolvimento econômico. Passa-se, portanto, a uma análise de exemplos de gestão de propriedade intelectual nas universidades e em outras organizações que com elas se relacionam, bem como de políticas públicas nesse sentido, tanto brasileiras quanto estrangeiras.

3. Exemplos de gestão de propriedade intelectual e transferência de tecnologia no Brasil

Como já mencionado, sendo a universidade, por excelência, a grande fonte de pesquisas científicas que resultam em inovação tecnológica, a gestão de propriedade intelectual dos produtos das pesquisas das universidades e a transferência de tecnologia destas para a iniciativa privada têm merecido a análise de vários estudiosos.

A Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP – é reconhecidamente um dos maiores centros de produção de pesquisa científica no Brasil. Enquanto Instituição Científica e Tecnológica, a UNICAMP possui mecanismos de gestão da propriedade intelectual dos bens consectários das pesquisas realizadas em seus *campi*, de forma a proporcionar transferência de tecnologia para o mercado.

Dias & Porto (2013) destacam que existem canais formais de transferência de tecnologia mais utilizados, como uma empresa que emprega temporariamente um acadêmico, a constituição de



consórcios de pesquisa entre universidades e empresas, o uso de consultoria ou assessoria acadêmica por empresas, celebração de contratos de pesquisa e desenvolvimento celebrado entre empresas e universidades, constituição de fundos de pesquisa por parte das empresa, os quais vão financiar pesquisas da universidade e a compra direta, pela empresa, de licenças ou patentes das universidades.

Segundo os mesmos autores, a UNICAMP considera como possibilidades de transferência de tecnologia o licenciamento de patente da universidade para as empresas, o fornecimento de tecnologia (know how) e a criação de empresas spin off, por meio de incubadora de empresas da universidade. Na visão da instituição, transferência de tecnologia deve se dar como processo de proteção e licenciamento da propriedade intelectual a partir da transferência dos resultados da pesquisa básica das universidades e dos institutos de pesquisa (DIAS & PORTO, 2013). Dias & Porto (2013) concluíram que o licenciamento de patentes é o principal mecanismo de transferência de tecnologia da UNICAMP, que entre 2000 e 2010 depositou 551 pedidos de patente no Instituto Nacional de Propriedade Industrial -INPI – órgão responsável pelo controle de patentes no Brasil. Contudo, os pesquisadores destacam que, desse total, apenas 68 geraram contratos de licenciamento de patente no mesmo período, o que pode indicar uma deficiência da instituição na seleção de patentes que de fato apresentem potencial de mercado (DIAS & PORTO, 2013).

Além disso, a UNICAMP tem um quadro permanente de pessoal escasso, o que dificulta a gestão da transferência de tecnologia das pesquisas ali desenvolvidas (DIAS & PORTO, 2013).

Também se destaca o fato de que a UNICAMP não possui um instrumento jurídico que regulamente a criação de empresas *spin off* por seus pósgraduandos, o que levaria estes a não concluir a etapa de desenvolvimento tecnológico enquanto houver vínculo com a instituição de ensino, a fim de garantir a exclusividade do licenciamento (DIAS & PORTO, 2013). Conclui-se, portanto, que mesmo instituições de excelência em pesquisa científica como a UNICAMP possuem deficiências na gestão da propriedade intelectual gerada por seus pesquisadores.

No que diz respeito à gestão da propriedade intelectual e transferência de tecnologia, já foi salientado que é um processo complexo em que atuam as universidades, as empresas e os governos. QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M. (2014) publicaram estudo do papel dessas instituições nesse processo, a partir da análise de alguns municípios dos estados de São Paulo, Minas Gerais

e Rio de Janeiro, evidenciando os parques ou polos tecnológicos existentes nessas regiões.

No estudo, destacam-se as experiências da cidade de São José dos Campos (SP), como polo tecnológico que congrega empresas e institutos de pesquisa relacionados ao setor aeronáutico-aeroespacial. Ali, o Instituto Tecnológico da Aeronáutica – ITA – e o Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial – CTA, vinculados à Aeronáutica e, portanto, à União, passaram a fornecer tecnologia que deu suporte à criação de diversas empresas do setor, com destaque para a Empresa Brasileira de Aeronáutica S.A. – EMBRAER (QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M., 2014).

Também é mencionado o município de Campinas (SP), em que, além da UNICAMP, outras renomadas instituições de pesquisa atuam, com destaque para o Instituto Agronômico de Campinas – IAC, a Coordenadoria de Assistência Técnica Integral – CATI, o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações – CpqD e o Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer – CTI, os quais atuam no desenvolvimento de pesquisas e transferência de tecnologia para a iniciativa privada (QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M., 2014).

Os autores tratam ainda da atuação de polos tecnológicos das cidades de Arraial do Cabo (RJ), sede do Instituto de Estudos do Mar Almirante Paulo Moreira – IEAPM, vinculado à Marinha do Brasil, que desenvolve pesquisas tecnológicas na área de oceanografia e engenharia, e Santa Rita do Sapucaí (MG), em que funciona centro de pesquisa em eletrônica financiado por cafeicultores da região, o qual constitui um dos principais polos tecnológicos do Brasil, sendo reconhecido mundialmente pelo desenvolvimento, produção, exportação e negociação de eletroeletrônicos (OUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M., 2014). A pesquisa concluiu que governo, universidade e empresa assumem disposições distintas em cada um dos municípios em estudo. Enquanto em São José dos Campos, Campinas e Santa Rita do Sapucaí, identifica-se um ambiente sinérgico sob a ótica da inovação, em que atuam instituições de ensino e pesquisa, tanto públicas como privadas, bem como instituições privadas científicas e tecnológicas instaladas em tais municípios, em Arraial do Cabo apenas o IEAPM é responsável pela produção de pesquisa e inovação tecnológica, uma vez que ali não existem universidades. (QUINTAL, R.: TERRA, B.; SANTOS, M., 2014). Contudo, em todos os casos, há uma interação entre as empresas, o governo e as universidades que proporcionam um ambiente de inovação tecnológica e de transferência de tecnologia.



Do estado de Sergipe vem outro exemplo de gestão da propriedade intelectual pela universidade que implica em incremento do desenvolvimento tecnológico. MENEZES, E.; RUSSO, S.; SILVA, G.; FIGUEROA, M. (2012) desenvolveram pesquisa que detectou crescimento de produção intelectual após a implantação de programa de bolsas para pesquisas em desenvolvimento tecnológico e inovação na Universidade Federal de Sergipe.

A pesquisa destaca a importância da Lei da Inovação (Lei 10.973/2004) para a proliferação de instituições científicas e tecnológicas e núcleos de inovação tecnológica, e a Universidade Federal de Sergipe participou desse processo. A partir de levantamento estatístico realizado entre 2008 e 2011, foi constatado um aumento da oferta de bolsas para o desenvolvimento de pesquisas em inovação tecnológica, o que resultou em forte incremento do número de depósitos de pedidos de patentes, registro de software, marcas, cultivares e tratados de cooperação em matéria de patentes -PCT – feitos pela instituição. O número de pedidos de patentes cresceu 8 vezes no período e o de softwares cresceu 14 vezes no mesmo período. A produção intelectual teve crescimento de até 70% apenas em 2011, o que levou os pesquisadores à conclusão que a inovação envolve, além dos elementos econômicos, o fomento da realização de tecnológica universidades pesquisa nas (MENEZES, E.; RUSSO, S.; SILVA, G.; FIGUEROA, M., 2012).

Outros estudos analisados indicam a importância da interação das universidades com as empresas. COSTA, P.; PORTO, G.; FELDHAUS, D. (2010) apresentam exemplo dessa interação a partir da análise da atuação da Empresa Brasileira de Compressores – EMBRACO, a qual tem tradição em firmar parcerias com universidades e institutos de pesquisa que atuam em pesquisa e desenvolvimento de tecnologias de interesse da empresa.

Os pesquisadores concluem, a partir do estudo de caso, que, apesar das dificuldades, é possível compatibilizar os interesses e as necessidades das universidades, enquanto centros de pesquisa, e das empresas, desde que sejam adotadas práticas de Haverá, gestão eficientes. evidentemente, necessidade de compatibilidade entre as atividades acadêmicas e empresariais e, nesse contexto, a universidade deve participar ativamente do processo de desenvolvimento econômico e social, provedora de conhecimentos e de profissionais. De outro lado, as empresas também precisam participar das discussões técnicocientíficas, fomentar o aprendizado organizacional e buscar o desenvolvimento econômico-social do

país (COSTA, P.; PORTO, G.; FELDHAUS, D., 2010).

Percebe-se, portanto, que existem no Brasil vários exemplos de cooperação entre universidades e o setor privado no desenvolvimento de pesquisa e inovação tecnológica. Não há, contudo, um padrão de gestão da propriedade intelectual nas universidades e nem da transferência de tecnologia destas para o setor privado. São problemas que não são exclusividade brasileira.

4. Exemplos de gestão de propriedade intelectual e transferência de tecnologia em outros países

Em outros países, a gestão da propriedade intelectual e sua relação com as universidades, enquanto centros de pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias, também motivam a publicação de vários estudos.

Nos Estados Unidos da América - EUA, Leydesdorff & Meyer (2013) tratam da relação entre universidade e empresas após o que eles chamam de fim do efeito da Bayh-Dole Act, norma editada naquele país em 1980 e que possibilitou às universidades reterem consigo os direitos de propriedade intelectual dos resultados de suas pesquisas. Segundo os pesquisadores, identificamse 3 períodos distintos no que diz respeito ao registro de patentes por universidades no Patent and Trade US Office - USPTO, instituição responsável por tal serviço naquele país, após a edição da Bayh-Dole Act: um primeiro período de aumento exponencial de patenteamento pelas universidades até 1995 (data de apresentação dos pedidos) ou 1999 (data de emissão dos certificados de patentes); um período de relativo declínio a partir de 1999; e, desde 2008, um aumento linear no registo de patentes por universidades específicas de fora dos EUA (por exemplo, a Universidade de Tóquio e universidades chinesas) que passaram a patentear os produtos de suas pesquisas cada vez mais nos EUA, como o mercado mais competitivo de tecnologia as patentes alta (LEYDESDORFF & MEYER, 2013).

Baseados em dados estatísticos, Leydesdorff & Meyer (2013) concluem que a mencionada norma, de fato, implicou num crescimento significativo do número de patentes registradas nos EUA por universidades, mas que após 1999 houve uma diminuição desses números, até um observado novo aumento a partir de 2008, mas proporcionado por universidades estrangeiras que registram patentes nos EUA. Ou seja, o efeito da *Bayh-Dole Act* passou e é necessário analisar quais as causas levaram as universidades estadunidenses a diminuírem seus pedidos de registros de patentes. O



artigo, contudo, não apresenta uma solução, uma vez que se trata de uma resposta a outros cientistas que questionavam a validade da metodologia utilizada pelos autores. De qualquer forma, é um exemplo interessante da gestão da propriedade intelectual e da relação universidades-mercado no desenvolvimento de novas tecnologias naquele país. Ao garantir às universidades o direito de patentear as próprias criações, a *Bayh-Dole Act* resultou em aumento do número de patentes registradas por universidades, mas tal fenômeno arrefeceu.

Já no México, ao analisarem os indicadores mais aceitos em nível mundial para medir a competitividade de uma nação, Rebolledo & Ibarra (2012) destacam a inovação. Mencionam que, naquele país, entre 2008 e 2012 há uma melhora no desempenho quanto aos índices de capacidade de inovar, número de pesquisadores, compras governamentais de alta tecnologia e gastos das empresas em pesquisa e desenvolvimento. Segundo os pesquisadores, há evidências de que o Estado mexicano tem providenciado incentivos à ciência, tecnologia e inovação e tem feito esforços significativos para melhorar a situação do país. Entre outras coisas, a Lei de Ciência e Tecnologia promoveu a ligação entre as universidades e as empresas e o aumento do investimento privado em pesquisa e desenvolvimento por meio de vários programas de estímulo à inovação cuja orientação está correta , mas o nível de recursos investidos ainda é muito baixo (REBOLLEDO & IBARRA, 2012).

Ainda sobre o México, no que diz respeito especificamente ao processo de transferência de tecnologia pelas universidades, Hernández e Merchand (2013) defendem a introdução de uma estratégia de negócios para atuação das universidades no mercado de inovação tecnológica. A introdução de práticas empresariais na gestão da transferência de tecnologia das universidades melhoraria a posição destas na relação universidade-empresa-governo. Entre os fatores organizacionais mais importantes estaria a definição de políticas institucionais na definição da estratégia de vinculação com o setor produtivo e o governo (Hernández e Merchand, 2013).

No Reino Unido, Perkman *et al* (2012) mencionam que a política de relação universidade-mercado constitui um importante meio de financiamento das próprias universidades e consequente incremento das pesquisas, o que pode ser estimulado, mas salientam que quando tal relação é que determina o que será pesquisado, isso pode ser prejudicial, pois haverá um direcionamento externo sobre a pesquisa desenvolvida nas universidades.

5. CONCLUSÃO

Este estudo pretendeu apresentar uma análise da importância da gestão da propriedade intelectual nas universidades, enquanto centros geradores de pesquisa científica que proporciona inovação tecnológica e consequente desenvolvimento econômico.

Trata-se de um recorte superficial de tal contexto, em que se destaca a importância dos direitos de propriedade intelectual sobre os bens que constituem inovação tecnológica e como estes, no cenário da pesquisa universitária, devem ser geridos de forma eficiente, a fim de proporcionar fonte de financiamento para as próprias instituições e transferência de tecnologia para a iniciativa privada, com evidente impacto econômico e social.

Os exemplos apresentados, de casos de gestão de propriedade intelectual em universidades brasileiras e estrangeiras, evidenciam a importância do tema e a preocupação da comunidade acadêmica acerca dos aspectos aí envolvidos.

Diante de tal importância, é necessária a realização de futuros estudos mais aprofundados, em que se proceda uma análise mais detalhada da gestão de propriedade intelectual por universidades que atuam em áreas delimitadas, inclusive com indicação de formas de gestão mais eficazes, baseadas em exemplos bem sucedidos praticados em outros lugares.

REFERÊNCIAS

COSTA, P.; PORTO, G.; FELDHAUS, D. Gestão da Cooperação Empresa-Universidade: o Caso de uma Multinacional Brasileira. RAC – Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v.14, n.1, art.6, p. 100-121, jan./fev. 2010.

DIAS, A.; PORTO, G. Gestão de transferência de tecnologia na inova Unicamp. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 17, n. 3, jun. 2013.

GARNICA, L.; TORKOMIAN, A. Gestão de tecnologia em universidades: uma análise do patenteamento e dos fatores de dificuldade e de apoio à transferência de tecnologia no Estado de São Paulo. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 16, n. 4, p. 624-638, out./dez. 2009.

HERNÁNDEZ, P.; MERCHAND, A. Caracterización del proceso de la Transferencia de Tecnología en Instituciones de Educación Superior Mexicanas. 2013. Disponível em:

http://www.altec2013.org/programme_pdf/1047.pdf >. Acesso em: 25 fev. 2015.



LEYDESDORFF, L.; MEYER, M. Technology Transfer and the End of the Bayh-Dole Effect: Patents as an Analytical Lens on University-Industry-Government Relations. eprint arXiv:1302.4864. Scientometrics (in press), 2013. Disponível em < http://arxiv.org/pdf/1302.4864.pdf>. Acesso em 23 fev. 2015.

MALVEZZI, F.; REZENDE, D.; ZAMBALDE, A. Marketing de patentes à inovação: um estudo multicaso em universidades brasileiras. **REMARK – Revista Brasileira de Marketing**. São Cristóvão, v.13, n.5, p. 109-123, jul./set. 2014.

MENEZES, E.; RUSSO, S.; SILVA, G.; FIGUEROA, M. O crescimento no número da produção intelectual na universidade federal de Sergipe após a implantação do programa de bolsas de iniciação em desenvolvimento tecnológico e inovação. GEINTEC - Gestão, Inovação e

Tecnologias, São Cristóvão, v.2, n.2, p. 193-204, abr./mai./jun. 2012.

QUINTAL, R.; TERRA, B.; SANTOS, M. Os papéis desempenhados por governo, universidade, empresa e instituição científica e tecnológica: uma análise de municípios de São Paulo, Minas Gerais e Rio De Janeiro à luz da tipologia de distritos industriais de Ann Markusen. **GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias**, São Cristóvão, v.4, n.5, p. 1469-1483, out./nov./dez. 2014.

REBOLLEDO, J.; IBARRA, R.. Competitividad, innovación y transferencia de tecnología en México. **Innovación y competitividad**, Madri, n.869, p. 149-161, nov./dez. 2012.

RESPONSABILIDADE AUTORAL

O autor é o único responsável pelo conteúdo deste trabalho".

MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY AND TECHNOLOGY TRANSFER IN UNIVERSITIES

<u>Coutinho, Gustavo</u>, gustavocoutinhoadv@gmail.com **Mestrado em gestão organizacional da Universidade Federal de Goiás**

Abstract. It is proposed to carry out theoretical reflection on the intellectual property generated by scientific research as supportive of economic development. Universities, as producers of scientific research play a key role in technological innovation and transfer of technology to companies, especially after the enactment of the Innovation Law (Law 10.973 / 2004). Hence the importance of the management of intellectual property generated by research conducted by universities. The overall objective is to carry out a theoretical reflection on the management of intellectual property assets and TT management by HEIs (Higher Education Institutions). Specific objective seeks to show a cut of literature on intellectual property management and technology transfer in universities and noteworthy examples occurred in Brazil and abroad; The method used was literature review to define concepts and case studies by other researchers). Thus, it is concluded that the Innovation Law impacted the scientific production in IES and the management of intellectual property generated by this production, like similar rules in other countries, but there is need to study the deepening with new approaches and use of new methods of research.

It is proposed to carry out theoretical reflection on the intellectual property generated by scientific research as supportive of economic development. Universities, as producers of scientific research play a key role in technological innovation and transfer of technology to companies, especially after the enactment of the Innovation Law (Law 10.973 / 2004). Hence the importance of the management of intellectual property generated by research conducted by universities. The overall objective is to carry out a theoretical reflection on the management of intellectual property assets and TT management by HEIs (Higher Education Institutions). Specific objective seeks to show a cut of literature on intellectual property management and technology transfer in universities and noteworthy examples occurred in Brazil and abroad; The method used was literature review to define concepts and case studies by other researchers). Thus, it is concluded that the Innovation Law impacted the scientific production in IES and the management of intellectual property generated by this production, like similar rules in other countries, but there is need to study the deepening with new approaches and use of new methods of research.

Keywords: Intellectual property. Technological innovation. Technology Transfer . Universities.



ESTUDO DO PERFIL DE UM SUPERMERCADO, PARA VERIFICAR A POSSIBILIDADE DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES ATRAVES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO

<u>Caetano, Frederico Mendes,</u> fredericomendescaetano1@hotmail.com Camargo, Victor Hugo, vhcpersonal@gmail.com Rosalem, Vagner,Vagner@hotmail.com

¹Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás – UFG
 ² Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás - UFG
 ³ Professor Dr. do Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás – UFG

Resumo: Este trabalho tem como objetivo através de um estudo de caso, o perfil de um Supermercado a possiblidade de se realizar a fidelização de clientes através do Marketing de Relacionamento para Supermercado. Foi realizada uma revisão bibliográfica sobre o tema, e verificação da visão da empresa, ou seja, dos proprietários sobre o marketing de relacionamento. O marketing de relacionamento é importante porque busca aproximar mais a empresa ao cliente, assim identificando-os, selecionando-os, cadastrando-os, admitindo-os e se necessário demitindo-os, e desta forma busca entender o pensamento do cliente, seus valores e necessidades, seus anseios, utilizando-se deste banco de dados para obter o melhor resultado de cada cliente. Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva para se alcançar o objetivo proposto. Nota se que esta ferramenta é um poderoso impulsionador de resultados, em virtude de transformar consumidores em clientes, mas, será possível a aplicação desta teoria para a fidelização de clientes dentro da realidade de um pequeno Supermercado do segmento varejo. Após a aplicação da pesquisa e confrontação da teoria sobre o tema, chegou se a seguintes considerações: sobre a estrutura tecnológica, capacitação e profissionalização dos funcionários, no interesse dos proprietários e segundo as características do segmento varejo em virtude dos custos de operação e de investimentos para se implantar um plano de marketing de relacionamento, com fins de promover a fidelização de clientes se constatou inviável.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento, Supermercado e Varejo.

1. INTRODUÇÃO

O propósito deste artigo é fazer uma análise do contexto do supermercado selecionado e verificar se é possível utilizar o Marketing de Relacionamento para fidelizar clientes deste pequeno comércio do segmento varejo.

Marketing de Relacionamento segundo Gordon (1993:31): "é o processo contínuo de identificação e criação de novos valores com clientes individuais e compartilhamento de seus benefícios durante uma vida toda de parceria". Assim podemos notar que com a concorrência cada vez mais agressiva, é de suma importância para uma empresa identificar é criar valores para seus clientes, e isto não de forma superficial ou segmentada, mas sim, de forma individual e profunda, e assim desenvolver uma parceria de longo tempo onde ambos colheriam benefícios mútuos durante toda uma vida.

A importância de transformar consumidores em clientes e que estes permanecessem e tão relevante que cada vez mais e mais autores passam a se preocupar com essa questão como nos cita Las Casas (2012), "tornou-se tão importante a permanência do cliente para uma empresa que alguns autores passaram a se preocupar com esta questão". O termo Marketing de Relacionamento foi popularizado por autores como Regis Mckenna

e Terry Vavra. Segundo esses autores, há necessidade de estabelecer uma estratégia para manter os clientes bem relacionados com a empresa.

Segundo este pensamento que se justifica o propósito da pesquisa para a construção deste artigo buscou-se atingir os seguintes objetivos: primeiro identificar os conceitos de Marketing de Relacionamento; segundo os conceitos do varejo; terceiro realizar uma pesquisa junto aos proprietários do estabelecimento para posteriormente comparação com os conceitos citados para verificação do problema de pesquisa: É possível que um pequeno comércio do ramo do varejo, no caso, o Supermercado, tenha condições de fidelizar clientes, utilizando o Marketing de Relacionamento?

2. MÉTODO

Este artigo é um estudo de caso, sobre o Supermercado, que é um pequeno supermercado do ramo de varejo, verificando a possibilidade de se fidelizar clientes através do Marketing de Relacionamento.

O tipo de pesquisa quanto à natureza é aplicada, pois visa verificar a possibilidade de fidelização de clientes aplicando-se a teoria de Marketing de Relacionamento ao Supermercado,



verificando-se as condições do supermercado em relação a pessoal, capacitação, tecnologia e recursos em relação a possibilitarem desta implantação e de operacionalização do Marketing de Relacionamento.

Desta forma, a abordagem do problema é qualitativa descritiva, pois busca analisar o Supermercado dentro do segmento varejo, e a sua visão dos clientes, ou seja, sob a ótica dos gerentes-proprietários a necessidade de implementar ou não uma proposta que venha a fidelizar e manter, tornando consumidores em clientes, baseada no marketing de relacionamento.

Foi realizada revisão bibliográfica, em livros, além da utilização de uma entrevista estruturada que fora realizada no dia 04 de Novembro de 2007.

Após conclusão da revisão bibliográfica foi realizada uma análise comparando a bibliografia com os dados da empresa coletados na entrevista realizada com ao proprietário, verificando assim a viabilidade ou não da implantação de uma proposta de Marketing de Relacionamento para o Supermercado.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Atualmente as empresas necessitam evoluir, principalmente com o advento da globalização, expansão e disseminação de grandes redes de supermercados, que com o crescente uso da internet realizam vendas de diversos produtos, para regiões cada vez mais longínquas.

Assim o marketing tradicional que segundo Kotler (2011:27):

"É um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros. Ou seja, as empresas para se manter no mercado necessitam desenvolver trocas com seus clientes, por meio destas trocas que as empresas recebem o lucro tão almejado, e que possibilita a sua manutenção e desenvolvimento."

Dentro deste aspecto e que surge o Marketing de Relacionamento.

Segundo Las Casas (2012): "Marketing de relacionamento ou *after-marketing* são todas as atividades de marketing destinadas a manter um cliente em situações de pós-venda. O marketing tradicional tem se preocupado com transações comerciais dirigidas a satisfação dos clientes e, evidentemente, a manutenção desta satisfação. Tornou-se tão importante a permanência do cliente para uma empresa que alguns autores passaram a se preocupar com esta questão. O termo foi popularizado por autores como Regis Mckenna e Terry Vavra. Segundo esses autores, há necessidade de estabelecer uma estratégia para manter os clientes bem relacionados com a empresa."

Assim, segundo Las Casas, o marketing de relacionamento utiliza uma série de estratégias relacionadas ao pós-vendas de forma a manter um elo entre a empresa e os clientes, e tornou-se tão importante esta relação que alguns autores começaram a se preocupar com esta questão, onde o raciocínio e bem simples, a saber, o cliente se fideliza a empresa, o cliente fica satisfeito em adquirir os produtos e serviços da empresa em questão e a empresa recebe os lucros deste relacionamento.

Segundo Terry Vavra (1993:35 apud Las Casas, 2012:26):

O pós-marketing é manifestado em muitas diferentes atividades de marketing, todas elas focadas em clientes atuais, a saber:

- Identificação das bases dos clientes.
- Reconhecimento dos clientes como indivíduos.
- Conhecimento de suas necessidades e expectativas.
- Mensuração da satisfação proporcionada a eles.
- Fornecimento de canais de comunicação amplos.
- Demonstração ativa de sentimento de reconhecimento a eles.

Gordon (1998) é ainda mais claro em mostrar a importância do ser humano ser visto de forma individual, enfatizando a necessidade de se respeitar a individualidade do ser humano, porque se o profissional de Marketing precisa conseguir adequar seus produtos e serviços à customização do cliente este se sentirá respeitado, valorizado e consequentemente terá uma postura de valorização do produto ou serviço oferecido pela empresa da qual é cliente. É de suma importância também identificar o valor de cada cliente para a empresa para que dessa forma seja possível mensurar o quanto deve ser investido para se efetuar essa sintonia dos produtos e serviços às necessidades do cliente

Segundo Gordon (1998:28):

"Para produtos e serviços garantidos por um histórico de volume de vendas e margem de lucro, os clientes individuais podem e devem ser considerado sem todos os aspectos do negócio, incluindo o processo que conduza novos esquemas de produto e serviços. Esta atitude reconhece que os clientes não são iguais, eles querem coisas diferentes em quantidades diferentes e em momentos diferentes, e que o lucro derivado de cada um varia."

Agora vamos fazer uma breve conceituação do varejo, onde Segundo Kotler (2011:493): "O varejo inclui todas as atividades relativas à venda de



produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais para uso pessoal. Um VAREJO ou LOJA DE VAREJO é qualquer empreendimento cujo faturamento provenha principalmente, do fornecimento por unidade ou pequenos lotes".

Nota-se que varejo se caracteriza pela venda de produtos e serviços aos consumidores finais, e estes, compram pequenos lotes, caracterizando se assim uma pequena margem de lucro, baixo custo principalmente na prestação de serviço, onde dentre as classificações o objeto em questão Supermercado tem seu próprio conceito, como podemos perceber ainda na citação de Kotler (2011): "Relativamente grandes, operam com custo baixo, margem pequena, volume elevado, autosserviço projetado atender necessidades às totais consumidores em termos de alimentos, produtos de higiene pessoal e de limpeza e produtos para a manutenção do lar. Operam com lucro Operacional de apenas 1% sobre as vendas e obtêm lucro de 10% sobre o patrimônio Líquido."

Aqui Kotler fez uma boa observação do contexto inserido pelo Supermercado, onde mostrou dados importantes referentes ao custo, margem, volume de vendas, tipo de atendimento e lucro operacional e lucro sobre o patrimônio líquido, a saber, 1% e 10% respectivamente. Além disso, faz um resumo da atividade do varejo, mostrando como é feita toda a atividade comercial dentro da loja, sendo que a mesma é feita pelo autosserviço, no qual o cliente escolhe nas prateleiras o produto que deseja e que mais se enquadra as suas necessidades e ao seu orçamento, obtendo todos os produtos de suas necessidades em um mesmo local.

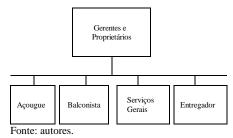
4. RESULTADOS E CONCLUSÕES

Todos os dados que se seguem são referentes à empresa, no caso o Supermercado, onde foram obtidos os dados da entrevista estruturada, durante as visitas ao estabelecimento, sendo todas as respostas obtidas dos proprietários.

Objeto de estudo: Supermercado do ramo de Secos e Molhados.

O Supermercado tem quinze anos de existência, e desenvolve o comércio de secos e molhados. Possui seis funcionários: dois proprietários que se revezam segundo as necessidades, um açougueiro, uma balconista, uma auxiliar de serviços gerais e um entregador.

1 Figura: Organograma do Supermercado.



Descrição das Tarefas:

Gerentes-proprietários: responsável pela organização, gestão e controle do Supermercado, cuidando do estoque, compras, reposição de mercadorias, gerenciamento de conflitos, RH, e substituição de funcionários em caso de férias ou faltas.

Açougueiro: responsável pelo açougue, preparar pedidos dos clientes, limpeza dos equipamentos diretamente ligados ao seu setor.

Balconista: conferência e recebimento de mercadorias compradas pelos clientes no interior da loja.

Serviços-gerais: Limpeza e organização do estabelecimento.

Entregador: entrega de mercadorias, como produtos alimentícios, limpeza, botijões de gás e água, na residência dos clientes.

Entrevista com os Proprietários do Estabelecimento segundo Gordon (1998):

Entrevista realizada dia 04 de novembro de 2007, na residência dos mesmos, iniciando-se a entrevista às13h30min e finalizando-se às15h20min. Após análise da entrevista, chegaramse as seguintes conclusões:

Verificou-se que o Supermercado precisa de alguém fixo na função gerencial, isto devido aos proprietários atuar como gerentes e como "curingas", ou seja, fazem de tudo em eventuais faltas de funcionários, férias e emergências. Assim para gerir problemas e/ou identificá-los antes mesmo de ocorrerem, é necessário um gerente fixo na função e que seja responsável por acompanhar e implementar qualquer projeto, principalmente o de marketing de relacionamento, sendo de suma importância alguém com capacitação profissional para tal.

A entrevista demonstra que os proprietários/gerentes gerenciam de forma empírica seu estabelecimento resolvendo cada situação com a experiência prática e justificam sua falta de busca por reciclagem na permanência do empreendimento que atualmente dura mais de 15 anos.

O Supermercado passa por um bom momento financeiro, segundo o proprietário, mas, não possui um sistema de cobranças, facilmente adquirido e de forma gratuita por intermediador financeiro, ou



seja, um Banco. O seu lucro fica em torno do que Kotler (2011) já informou, sendo 10% sobre o patrimônio líquido.

Em relação à folha de funcionários, em média os mesmo ganham um salario mínimo, ocorrendo maior variação para o açougueiro, sendo dois salários mínimos. Em geral, o tempo médio de permanência na empresa é de 3 anos, e o nível de escolaridade é em geral baixa, sendo primário e ensino médio, se nota que os proprietários acreditam que os funcionários não necessitam de reciclagem ou treinamento e capacitação pois realizam trabalhos de simples execução. A empresa busca elogiar o bom trabalho e corrigir mau trabalho realizado.

Referente à sua Cultura Organizacional, os proprietários priorizam a contratação de funcionários honestos e responsáveis. Além dos mesmos sempre buscarem cumprir com as suas obrigações legais, pagando salários em dia, férias e 13° salários. Todas as carteiras são assinadas, não permitindo o trabalho informal. E em relação aos clientes, todos devem ser tratados com respeito, e deve ser dispensado o melhor atendimento possível.

Em relação aos clientes tudo é realizado de maneira bem simples, de maneira cordial, buscando-se que os funcionários e todos atentem para suas necessidades e busquem solucionar seus problemas. Se o funcionário for muito frio e direto com um cliente, atendendo sem sorrir, este não é interessante para o estabelecimento. Em relação a cadastro de clientes, existe um cadastro realizado em um caderno com 12 nomes, dos clientes mais antigos e assíduos, e também onde são registradas as vendas "fiadas". Mais uma vez se nota a importância de uma maior profissionalização por parte dos gerentes, onde deveria existir um cadastro de cobrança para a venda via boleto, para clientes que efetuassem compras de valor mais elevadas, facilitando o gerenciamento de cobrança e de clientes inadimplentes.

Em relação à concorrência, como se observa, ocorre às vezes que por um estabelecimento estar mais próximo da residência do consumidor, este escolhe ir até este estabelecimento e efetuar suas compras, além da concorrência também bastante ser bastante ativa através de estilos de negócios parecidos com supermercado, a saber, mercearias, padarias, açougues e etc., sendo que estes têm muitas promoções específicas referentes a seus produtos.

O maior concorrente deste supermercado se diferencia por ter um espaço interno maior e assim ser possível comercializar uma grande variedade de produtos.

Os seus diferenciais competitivos levantados pelos sócios-proprietários são o fato de ter bons

preços, boa qualidade de produtos e serviços, e principalmente se destacando por ter um horário maior de atendimento que se inicia às 6 horas da manha às 21 horas da noite, além de funcionar aos domingos ate às 12h30min.

Assim, é possível verificar que a empresa atende bem as necessidades do seu negócio, mas que poderiam ser fomentadas melhorias na profissionalização e aumento do grau escolar do seu quadro de funcionário e proprietários; utilização de tecnologias e de gerenciamento financeiro, principalmente no que tange a caderneta de clientes para vendas "fiadas", a não utilização de um gerenciador financeiro gratuito e de cobrança é um ponto crucial que impactaria fortemente no resultado da empresa através de um melhor gerenciamento financeiro.

Nota-se também que para os clientes do varejo, a comodidade da distância de suas residências, promoções, preço e horários estendidos de atendimento fazem a diferença na hora de escolher onde e quando comprar, dificultando a transformação de consumidores em clientes fidelizados.

Concluindo-se este trabalho, para responder a problemática referente à possibilidade de utilização de marketing de relacionamento para fidelização de clientes, se chegou à seguintes considerações: na estrutura tecnológica, capacitação e profissionalização dos funcionários, no interesse dos proprietários e no interesse do segmento, em virtude dos custos de operação e de investimentos para se implantar um plano de marketing de relacionamento, se constatou inviável.

Primeiramente, na questão tecnológica, até a presente data se utilizava caderneta para anotar os principais clientes, e que eram realizadas vendas ainda no "Fiado", onde se nota não existir nem uma gestão de cobrança, ou gerenciador financeiro, facilmente adquirido com uma instituição financeira sem custos.

Segundo, referente à capacitação profissional, pode se observar que o nível de escolaridade dos funcionários é baixo, sendo primário e ensino médio, percebendo que não há interesse do proprietário em realizar reciclagem, pois segundo a fala do mesmo o trabalho designado a eles são de simples execução. Os proprietários também não possuíam cursos superiores, e viam na sua forma empírica de tomar decisões e obter soluções aos problemas através da experiência e da prática como suficiente, e ainda frisaram que mesmo sem curso superior, estão à frente de um empreendimento que dura há quinze anos no mercado.

Terceiro, operam com custo baixo, margem pequena e volume elevado com autosserviço, ou seja, o cliente não tem contato com vendedores,



dificilmente tem dúvidas sobre produtos e são movidos mais por preço, promoção e praça.

Após analisar estes dados se constatou que realmente é inviável a implantação de Marketing de Relacionamento para o Supermercado, devido ao custo de implantação, treinamento e capacitação e aquisições de tecnologias e programas para efetuar a identificação, seleção, cadastro, adição e se necessário demissão de clientes.

E hoje é possível ver uma forte tendência para o e-commerce, para futuras pesquisas seria interessante a análise de possíveis estratégias inovadoras de baixo custo para fomentar as vendas e consequentemente a lucratividade da empresa, através de marketing e do e-commerce, focadas no ramo de Supermercados (pequenas empresas).

5. REFERÊNCIAS

GORDON, Ian. Marketing de Relacionamento, Estratégias, Técnicas e Tecnologias para Conquistar Cliente se Mantê-las para Sempre. São Paulo: Futura, 1998.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. Análise, Planejamento, Implementação e Controle, São Paulo: Atlas 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing, Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. São Paulo:Atlas, 2012.

VARA, Terry. Marketing de Relacionamento (aftermarketing). São Paulo: Atlas, 1993. P.35. in: LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing, Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. São Paulo:Atlas, 2012. P.26.

6. RESPONSABILIDADE AUTORAL

"Os autores Frederico Mendes Caetano, Vitctor Hugo Camargo e Vagner Rosalem são os únicos responsáveis pelo conteúdo deste trabalho".

PROFILE STUDY OF A SUPERMARKET TO VERIFY CUSTOMER LOYALTY THROUGH THE POSSIBILITY OF RELATIONSHIP MARKETING

<u>Caetano, Frederico Mendes,</u> fredericomendescaetano1@hotmail.com Camargo, Victor Hugo, vhcpersonal@gmail.com Rosalem, Vagner, Vagner@hotmail.com

Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás – UFG
 Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás - UFG

³ Professor Dr. Do Mestrado Profissional em Gestão Organizacional – Universidade Federal de Goiás - UFG

Abstract. This paper aims through a case study, the profile of a supermarket the possibility of conducting customer loyalty through relationship marketing for Supermarket. A literature review on the topic was held, and verification of the company's vision, that is, the owners of relationship marketing. Relationship marketing is important because it seeks closer the company to the customer, thereby identifying them by selecting them, registering them, admitting them and if necessary dismissing them, and thus seeks to understand the client's thinking, their values and needs, their concerns, using this database to get the best result for each customer. To develop this research was conducted a descriptive qualitative research to achieve the proposed objective. Note that this tool is a powerful driver of results, due to turn consumers into customers, but the application of this theory to customer loyalty within the reality of a small supermarket retail segment will be possible. After the application of research and confrontation of the theory on the subject, came the following considerations about the technological structure, training and professionalization of staff in the interests of owners and according to the retail segment of the characteristics due to the operating costs and investment to implement a relationship marketing plan with the purpose of promoting customer loyalty was found unfeasible.

Keywords: Relationship Marketing, Retail Supermarket.