

COLETÂNEA DE PESQUISAS DO PET ADM

ELAINE CARVALHO DE LIMA OLIVEIRA
ORGANIZADORA



COLETÂNEA DE PESQUISAS DO PET ADM



ELAINE CARVALHO DE LIMA OLIVEIRA
ORGANIZADORA

COLETÂNEA DE PESQUISAS DO PET ADM

1ª Edição

Quipá Editora
2024

Copyright © dos autores e autoras. Todos os direitos reservados.

Esta obra é publicada em acesso aberto. O conteúdo dos capítulos, os dados apresentados, bem como a revisão ortográfica e gramatical são de responsabilidade de seus autores, detentores de todos os Direitos Autorais, que permitem o download e o compartilhamento, com a devida atribuição de crédito, mas sem que seja possível alterar a obra, de nenhuma forma, ou utilizá-la para fins comerciais.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C694 Coletânea de pesquisas do PET ADM / Organizado por Elaine Carvalho de Lima Oliveira. — Iguatu, CE : Quipá Editora, 2024.

101 p. : il.

ISBN 978-65-5376-366-1

DOI 10.36599/qped-978-65-5376-366-1

1. Administração – Pesquisas. I. Oliveira, Elaine Carvalho de Lima. II. Título.

CDD 350

Elaborada por Rosana de Vasconcelos Sousa — CRB-3/1409

Obra publicada em julho de 2024

Quipá Editora
www.quipaeditora.com.br
@quipaeditora

APRESENTAÇÃO

Esta coletânea reúne artigos resultantes das pesquisas e discussões realizadas no âmbito do Programa de Educação Tutorial Institucional (PETi), fomentado pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro (IFTM), *campus* Patos de Minas, entre os anos de 2022 e 2023. O PET ADM foi uma iniciativa do curso de bacharelado em Administração do IFTM- Patos de Minas e contou com a participação de nove graduandos.

O programa buscou fortalecer, entre outras finalidades, os projetos existentes no curso de graduação em Administração, incentivando a formação de futuros profissionais para consolidar o papel da instituição na sociedade, no que tange ao tripé ensino, pesquisa e extensão. Nesse sentido, acredita-se que o intercâmbio de ideias e ações desenvolvidas pelo programa possibilitou efeitos sinérgicos para todos os envolvidos, promovendo um ambiente de aprendizado, compartilhamento de ideias e inclusão.

A coletânea está constituída por sete capítulos que foram construídos a partir de projetos de Iniciação Científica desenvolvidos durante a participação no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), Programa Institucional Voluntário de Iniciação Científica (PIVIC) e apresentações em congressos científicos.

Desejamos uma ótima leitura! Que os temas abordados nos capítulos desta coletânea contribuam para futuras pesquisas.

Profa. Dra Elaine C. de Lima Oliveira

Tutora do PET ADM

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

CAPÍTULO 1 07

ANÁLISE ECONÔMICA DO MUNICÍPIO DE LAGOA GRANDE MG:
OPORTUNIDADES E DESAFIOS DO SETOR AGROPECUÁRIO

Nivaldo dos Santos Araújo, Elaine Carvalho de Lima Oliveira

CAPÍTULO 2 25

ANÁLISE DO ÍNDICE INFLACIONÁRIO DA CESTA BÁSICA NA CIDADE
DE PATOS DE MINAS – MG (2022)

Gabriella Cristina Soares Pinheiro, Elaine Carvalho de Lima Oliveira

CAPÍTULO 3 40

EMPREENDEDORISMO: OS DESAFIOS COM A PANDEMIA DA COVID-
19

Marcos Vinícius Pereira, Elaine Carvalho de Lima Oliveira

CAPÍTULO 4 53

ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DE CONSUMIDORES EM
HAMBURGUERIAS DE PATOS DE MINAS NA PLATAFORMA IFOOD:
UM ESTUDO DOS CRITÉRIOS OBJETIVOS DE AVALIAÇÃO

Luana Cristina Nascimento Vaz , Cíntia Fonseca Magalhães

CAPÍTULO 5 66

DAS RELAÇÕES ENTRE ENDIVIDAMENTO, PRECARIEDADE E
INSTABILIDADE: UM OLHAR SOBRE PATOS DE MINAS

Nathane Yúrika Magalhães Barbosa, Bruno Ricardo Vasconcelos

CAPÍTULO 6 78

CARACTERIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE
CASO DA COMERCIALIZAÇÃO NA CEASA REGIONAL DE PATOS DE
MINAS

*Vitor Diniz Ricardo e Silva, Sarah Deyse Mendes da Silva, Elaine
Carvalho de Lima Oliveira*

ANÁLISE DO NÍVEL DE INGLÊS DOS ESTUDANTES DE
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Vítor Sabião Sousa, Elaine Carvalho de Lima Oliveira

CAPÍTULO 1

ANÁLISE ECONÔMICA DO MUNICÍPIO DE LAGOA GRANDE MG: OPORTUNIDADES E DESAFIOS DO SETOR AGROPECUÁRIO

Nivaldo dos Santos Araújo¹
Elaine Carvalho de Lima Oliveira²

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o desenvolvimento agropecuário do município de Lagoa Grande - MG. Nas últimas décadas, a economia local passou por grandes transformações, com uma migração significativa da população rural para áreas urbanas, em busca de uma melhor qualidade de vida e acesso a serviços públicos essenciais, como educação e saúde. Apesar disso, a atividade agropecuária ainda exerce um papel importante na economia do município. Por longo período, a pecuária leiteira dominava a economia local, mas, recentemente, vem perdendo espaço para a expansão da agricultura irrigada. Metodologicamente, quanto à abordagem, o presente trabalho adotou as pesquisas qualitativa e quantitativa. Quanto aos meios, foram empregadas as pesquisas bibliográfica e documental. Os resultados demonstraram que, até 2014, a produção leiteira estava centralizada em uma única cooperativa. Contudo, a partir desse ano, houve abertura para a concorrência com outros laticínios, o que possibilitou uma ampliação do mercado e a entrada para novas empresas. Atualmente, em Lagoa Grande, a produção leiteira é distribuída para 10 empresas do setor, além de contar com outros produtores que não comercializam o leite que produzem. Esse grupo de produtores independentes realiza a transformação da matéria-prima em outros derivados, como queijo, requeijão, doces e demais itens que têm o leite em sua composição.

Palavras-chave: Desenvolvimento agropecuário. Economia. Produção leiteira.

INTRODUÇÃO

A modernização da agropecuária, no Brasil, foi marcada por grandes avanços técnicos e produtivos no campo. O trabalho de pesquisa desenvolvido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) foi de fundamental importância para viabilizar esse processo de expansão na área rural, por meio do aumento da eficiência e da produtividade agrícola (Batalha, 2009).

¹ Graduado em matemática pelo Centro Universitário do Triângulo, UNITRI. Graduando em Administração pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro, *campus* Patos de Minas. nivaldo.araujo@estudante.iftm.edu.br

² Doutora em Economia pelo Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU. Professora do IFTM (Patos de Minas). elainelima@iftm.edu.br

Batalha (2009) destaca que a lógica capitalista, a busca do maior faturamento e a redução dos custos de produção, agora faz parte das estratégias no setor rural. Nesse contexto, houve um processo de especialização em determinadas culturas agrícolas, aquisição de máquinas e equipamentos modernos, bem como a busca pela agregação de valor nas cadeias produtivas (Graziano da Silva, 1981).

Atualmente, no Brasil, existem empresas rurais nos mais diversos estágios de desenvolvimento. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Censo Agropecuário de 2017 mostra que há 5.073.324 estabelecimentos agropecuários no Brasil. Enquadram-se nesta pesquisa tanto empresas familiares, quando o proprietário administra a sua produção e comercialização dos produtos, quanto empreendimentos rurais modernos, cujo o proprietário não é o único a tomar as decisões, existindo um processo de delegação tarefas e responsabilidades (Alves; Souza; Gomes, 2020; Batalha, 2009; Zylbersztajn; Neves, 2000).

Nesse contexto, destaca-se o município de Lagoa Grande, no estado de Minas Gerais. O mesmo processo que ocorreu com a tecnificação da agricultura também tem sido observado nas últimas décadas nesse município. A agricultura familiar e de subsistência foi dando espaço para uma agricultura moderna, com a implementação de uma série de serviços associados à cadeia produtiva. Além disso, o setor terciário da economia passou a ter uma maior espaço na cidade.

Assim, o objetivo dessa pesquisa é analisar o desenvolvimento agropecuário do município de Lagoa Grande - MG nos últimos anos. A presente pesquisa se justifica pela importância que a agricultura familiar exerce nesse município, apesar do novo padrão agropecuário, caracterizado pela crescente utilização de processos mecânicos e de insumos químicos; priorização do crédito para grandes produtores; novas capacidades de armazenamento e a introdução da biotecnologia, entre outros avanços.

Ademais, nas últimas décadas, com o objetivo de sanar dificuldades e de incentivar o desenvolvimento humano e regional, diversas políticas públicas foram criadas, com destaque para produção de alimentos destinado a populações em situação de insegurança alimentar e para promover a comercialização.

Metodologicamente, quanto à natureza, este capítulo utilizou pesquisas qualitativa e quantitativa. No que se refere aos meios, foram empregadas pesquisas bibliográficas, documentais e de campo. A pesquisa bibliográfica baseou-se na busca por informações

em literaturas correlatas ao assunto e nas peculiaridades do município. A pesquisa documental envolveu a análise de dados institucionais, portais governamentais das esferas municipal, estadual e federal, além de informações de outros órgãos de pesquisa, como a EMBRAPA e o IBGE. Por fim, as visitas para coleta de dados foram realizadas junto à Secretaria Municipal de Agropecuária e Meio Ambiente; Fazenda Agrisan Agronegócios e a Empresa XPTT Brasil Construção de Sistemas de Energia Elétrica LTDA, cujo objetivo foi buscar informações registradas nos acervos institucionais.

AS MUDANÇAS NA AGRICULTURA, PECUÁRIA E SEUS IMPACTOS

De acordo com Graziano da Silva (1981), o progresso técnico na agricultura contribuiu para a redução do trabalho por meio do aumento da produtividade das pessoas ocupadas no uso de máquinas, equipamentos, tecnologias, entre outros. Nesse sentido, essa combinação de fatores, juntamente com a implementação de políticas públicas, contribuiu para a evolução da atividade agropecuária no país (Lima, 2020).

Na pecuária, a utilização de técnicas de melhoramento genético, bem como a fertilização por meio de inseminação artificial, tornou-se indispensável para adequar as características do rebanho, de acordo com a atividade desempenhada em cada propriedade, seja ela pecuária de leite ou de corte. Já na agricultura, foram desenvolvidas técnicas de melhoramento genético que adequaram as plantas às diversas condições do solo e do clima brasileiro (Embrapa, 2018).

Tais mudanças impactaram sobremaneira as mais diversas estruturas produtivas, não sendo diferente na agricultura familiar. Mesmo com propriedades de pequeno porte, os agricultores familiares contribuem com grande parte da comida que chega aos lares brasileiros, entre outros aspectos, ajudam na segurança alimentar, promovem a inclusão produtiva, geram renda para as famílias e dinamizam a economia local (Guadagnin, 2012; Embrapa, 2014). Em termos de abastecimento da cadeia produtiva do Brasil, destacam-se os seguintes grupos de alimentos em que a agricultura familiar tem forte presença: mandioca, feijão, leite, carne suína, aves e milho (CODAF, 2016). Essa importância é mostrada por Zifirino e Silva (2022, p. 16):

A grande parte da produção de alimentos no Brasil advém da agricultura familiar, a qual é a principal fonte de ocupação de força de trabalho no meio rural brasileiro.

Sabe-se que a agricultura familiar é responsável pela produção de quase 70% dos alimentos básicos consumidos pelos brasileiros, tornando-se importante para a economia e desenvolvimento local.

Mesmo com o impacto que os agricultores familiares têm na economia do país e na alimentação da população, uma grande parcela enfrenta dificuldades econômicas e sociais. Entre estas, destacam-se a falta de acesso a espaços de comercialização mais justos, obstáculo para obtenção de crédito, baixa escolaridade e ausência de orientação técnica.

Nesse cenário, é importante destacar a relevância das políticas públicas destinadas às unidades produtoras familiares, com destaque para a produção de alimentos para populações em situação de insegurança alimentar e a comercialização. Nesse sentido, destaca-se o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), posteriormente surgem o Programa de Aquisições de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) e o Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE). Isso mostra a importância de desenvolvimento de políticas públicas para enfrentar as dificuldades que a agricultura familiar tem para acessar mercados e crédito.

CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE LAGOA GRANDE- MG

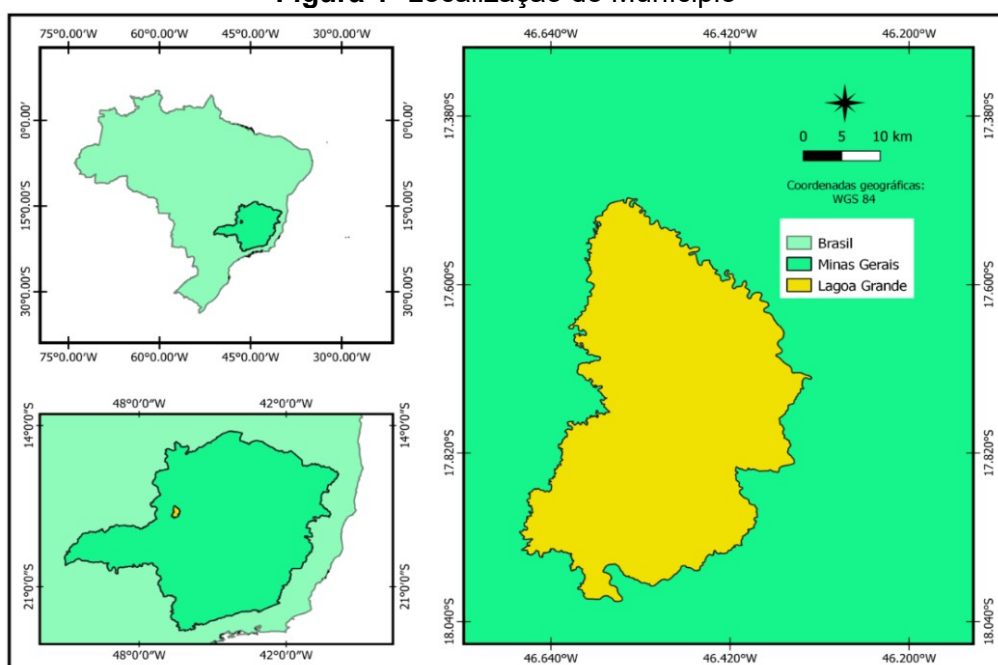
O ciclo de povoamento do município de Lagoa Grande começou em fins do século XX, na fazenda Barreiro do Campo de Manabuiu, localizada em Ponte Firme, que era distrito da cidade de Presidente Olegário. Muitas famílias residiam na área, vivendo da agricultura familiar. A partir de 1910, mais famílias se estabeleceram na região, instalando suas residências no entorno da lagoa.

Com o crescimento da população local, em 13 de maio de 1976, por meio da Lei Estadual 6.769, a cidade foi elevada à categoria de distrito pertencente ao município de Presidente Olegário – MG e tendo, a partir desse momento, um rápido desenvolvimento comercial, com a criação de associações, a abertura de escolas, a chegada da cooperativa de leite COOPATOS, até então, a maior empregadora diretamente e indiretamente da localidade, pois o leite era a principal atividade econômica da época. Em 27 de abril de 1992, por meio da Lei estadual Nº 10.704, o distrito conseguiu a emancipação política administrativa, desmembrando do então município de Presidente Olegário.

O município de Lagoa Grande possui área total de 1.236 km², com uma população estimada de 9.631 habitantes, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021); está localizado a 974 metros de altitude e tem como coordenadas geográficas: Latitude: 15° 42' 51" Sul e Longitude: 41° 49' 6" Oeste. Lagoa Grande fica situada a aproximadamente 507 km de Belo Horizonte e 326 km de Brasília, pertence à mesorregião do Noroeste de Minas e a microrregião de Paracatu.

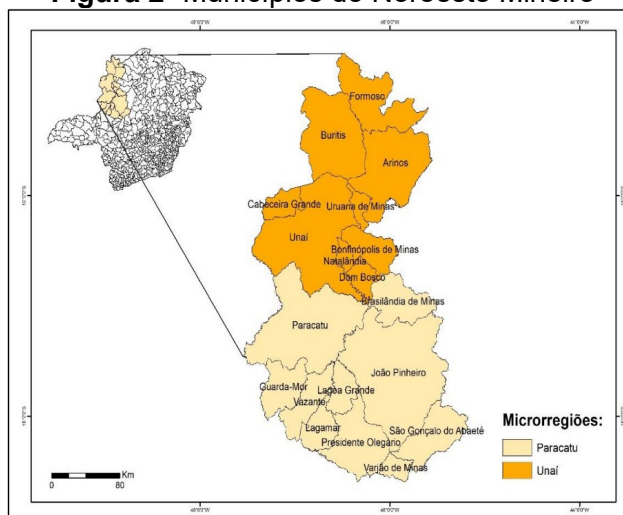
A figura abaixo ilustra a localização do município em relação ao estado de Minas Gerais e ao território brasileiro:

Figura 1- Localização do Município



Fonte: Xavier et al (2021)

Conforme a Lei Nº 10.704, de 1992, Lagoa Grande possui limite com os seguintes municípios: Vazante, Paracatu, João Pinheiro, Presidente Olegário e Lagamar. A Figura 2 mostra os municípios que fazem fronteira com Lagoa Grande e que compõem o Noroeste mineiro.

Figura 2- Municípios do Noroeste Mineiro

Fonte: Oliveira Filho e Silveira (2020)

A economia do município passou por grandes mudanças ao longo do tempo, principalmente o grande avanço da agropecuária nessa parte do Cerrado mineiro. Assim, houve uma migração da população rural para a área urbana da cidade com o objetivo de busca por melhores condições de vida e de acesso a políticas públicas, como educação e saúde, contribuindo para o fenômeno conhecido como êxodo rural. Apesar disso, a atividade agropecuária tem um papel importante na economia do município.

PECUÁRIA LEITEIRA NO MUNICÍPIO DE LAGOA GRANDE- MG

No decorrer das últimas décadas, a implementação de novas técnicas de pesquisa tem levado à diminuição dos plantéis de gado, ocupando menos espaço físico e resultando em uma produção superior à tradicional, em decorrência das mudanças e das adequações no manejo.

A implantação das ordenhadeiras trouxe uma significativa evolução para o manejo do gado e a extração do leite. O que antes era um processo manual, tornou-se mais ágil e eficaz.

O uso de latas para transporte do leite já não estão presentes no dia a dia do produtor, pois, na maioria das vezes, o leite é extraído por meio do processo de ordenha e levado diretamente ao tanque de expansão, que é também conhecido como tanque de refrigeração. Esse processo tende a agregar valor ao produto, uma vez que a maioria dos laticínios usam o critério de qualidade do leite para sua precificação.

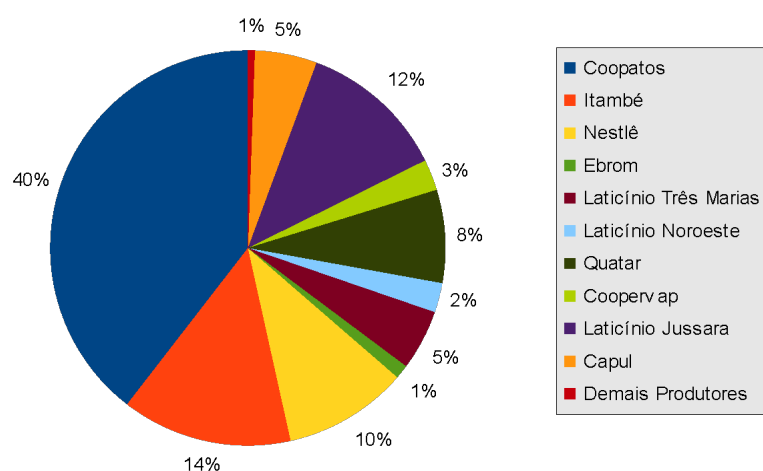
Durante décadas, a produção leiteira do município de Lagoa Grande era captada, quase em sua totalidade, por uma única cooperativa. Não existia uma política de valorização dos pequenos produtores, o que resultou em grande insatisfação devido à forma como o produto final era precificado. O leite era pago a cada produtor por um valor, sendo que aqueles que produziam em maior escala recebiam mais pelo litro de leite, enquanto os pequenos produtores, muitas das vezes com um produto de melhor qualidade, recebiam menos.

Em 2014, ocorreu um marco histórico na atividade pecuária de Lagoa Grande com a instalação de um novo laticínio no município. Isso agregou valor ao preço do leite devido à ampliação da concorrência e, posteriormente, serviu de porta de entrada para outras empresas do mesmo segmento.

Atualmente, Lagoa Grande tem sua produção leiteira escoada por 10 empresas do ramo, além de contar com outros produtores que não comercializam diretamente o leite produzido. Esse grupo de produtores independentes na comercialização transforma a matéria-prima em outros derivados, como queijo, requeijão, doces e outros produtos que têm leite em sua composição.

O gráfico abaixo representa o percentual de produtores vinculados a cada empresa do segmento que fazem a captação de leite no município de Lagoa Grande. Observa-se que a maioria dos fornecedores atende às empresas Coopatos, Itambé, Laticínio Jussara e Nestlé, que respondem por mais de 75% do total.

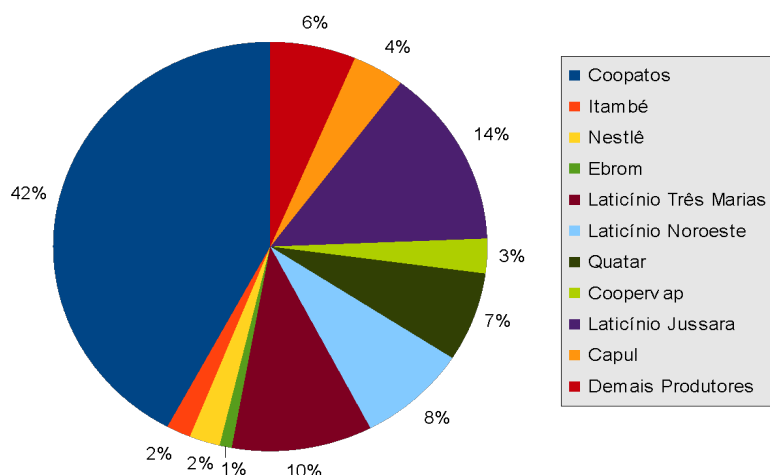
Gráfico 1- Percentual de produtores vinculados aos laticínios



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 2 representa o percentual em volume de leite por cada empresa do segmento que faz a captação de leite no município de Lagoa Grande. Como esperado, a Coopatos responde por quase a metade do volume de leite no município.

Gráfico 2- Percentual de volume de leite por empresa



Fonte: Dados da pesquisa

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os setores econômicos da agropecuária possuem grande participação na formação do Produto Interno Bruto (PIB) municipal. O PIB municipal representa o valor total da produção de todos os bens e os serviços finais em uma localidade em determinado período. Essa medição tem por objetivo avaliar o nível de atividade econômica e o crescimento econômico do município (Vasconcellos; Garcia, 2019). O PIB municipal pode ser calculado da seguinte forma:

a) **Análise da Produção:** é o somatório dos valores adicionados gerados com a produção de todas as atividades econômicas do município.

b) **Análise da Renda:** é a soma de todos os rendimentos, seja ela na produção, salários, lucros, juros e aluguéis no município.

c) **Análise da Despesa:** é o somatório de todos os gastos em bens e serviços finais, incluindo consumo das famílias, investimentos, gastos governamentais e exportações.

O PIB per capita do município é resultante da divisão do Produto Interno Bruto municipal pela sua população total. Ele simboliza a média de produção de bens e de serviços, por habitante, de determinada região e é utilizado para determinar a média do

nível de riqueza e o padrão de vida da população no município em estudo. Assim, o estudo detalhado do PIB municipal permite melhor planejamento de políticas públicas, investimentos e melhorias na estrutura econômica do município. A evolução do PIB de Lagoa Grande pode ser visualizada na Tabela 1.

Tabela 1- Trajetória do PIB Municipal de Lagoa Grande (2010-2021)

ANO	PIB per capita R\$ X 1000	PIB nominal R\$ x 1000
2010	10.829,31	93.468,00
2011	14.335,58	129.863,00
2012	15.929,21	139.954,00
2013	18.371,17	167.802,00
2014	19.202,08	176.966,36
2015	19.576,99	181.948,53
2016	22.125,14	207.290,46
2017	24.127,69	227.765,41
2018	25.440,99	240.519,15
2019	22.069,83	210.369,57
2020	23.988,69	230.483,31
2021	30.217,48	292.506,35

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do IBGE (2023)

Na Tabela 1, pode-se observar que o PIB per capita teve evolução no período de 2010 a 2021, tendo um aumento significativo em 2021. Embora esta não represente uma média de renda igualitária para a população, visto que distribuição de renda é desigual devido ao reflexo das grandes disparidades socioeconômicas do Brasil.

Ao analisar o período mencionado acima, é notório que o PIB nominal apresentou aumento significativo em 2017, em comparação aos anos anteriores, justificável pela vinda de algumas empresas ao município.

De acordo com informações fornecidas pelo Departamento Administrativo da XPTT Brasil Construção de Sistemas de Energia Elétrica LTDA, empresa que tem como foco principal de atuação a construção de estações e de redes de distribuição de energia elétrica, sua chegada a Lagoa Grande ocorreu no final do ano de 2016, com início de suas atividades no ano seguinte. O pico da obra aconteceu em meados de 2018, com a geração de mais de 1.100 empregos diretos com contratos de trabalho junto a XPTT. A chegada de novos empregados para atuação na obra fez com que o município tivesse um desenvolvimento maior no comércio local, incluindo lojas, supermercados, restaurantes e o setor de serviços, de modo geral. A empresa permaneceu no município até final de 2019.

Outro marco relevante que contribuiu significativamente para a elevação do PIB nominal do município de Lagoa Grande foi a implantação da Fazenda Agrisan Agronegócios. Conforme informações fornecidas pela empresa, essa fazenda foi adquirida por meio da negociação de compra e de venda da antiga Fazenda Baú, que era produtora de grãos, incluindo feijão, milho e soja.

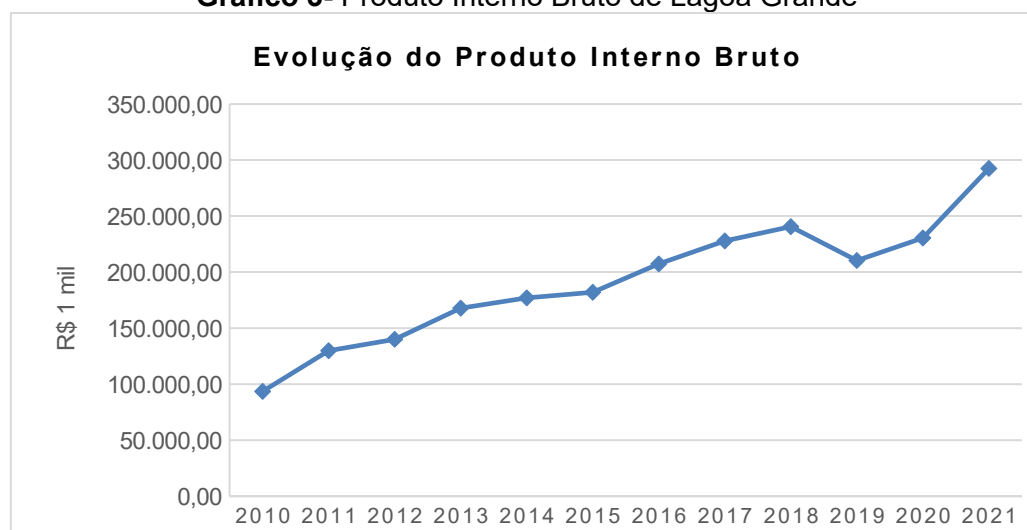
No ano de 2018, a empresa Agrisan Agronegócios iniciou a reestruturação de sua fazenda, tendo como atividade principal a plantação de mamão. Inicialmente, a lavoura tinha o cultivo de 62 hectares, mas atualmente o plantio dessa cultura cobre 238 hectares, além de estar em expansão com o cultivo de mais 68 hectares de laranja.

A operacionalização da lavoura, desde o plantio até a entrega final de sua produção ao mercado consumidor, permitiu que a empresa tivesse um crescimento significativo na geração de empregos, aumentando de 20 para 238 o número de colaboradores.

A Agrisan Agronegócios possui um local chamado *Packing House* (casa de embalagens), onde é realizado o processamento industrial, de modo que os frutos são embalados para comercialização de forma automatizada, possibilitando a distribuição tanto no território nacional quanto internacional.

A instalação destas empresas proporcionou um aumento significativo na geração de empregos na cidade. No entanto, houve uma queda em 2019 e uma das possíveis explicações pode ter relação com a pandemia da Covid- 19. Já em 2020, há uma retomada no crescimento do PIB e, em 2021, essa tendência permanece. Essa evolução pode ser constatada no Gráfico 3.

Gráfico 3- Produto Interno Bruto de Lagoa Grande



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do IBGE (2023)

Pelo Gráfico 3, é observada a crescente evolução do PIB de Lagoa Grande, assim como a tendência para crescimento nos próximos períodos.

Quanto ao Valor Adicionado Bruto (VAB), a Tabela 2 ilustra o período de 2010 a 2021. Dados do IBGE mostram que nos setores econômicos, ao longo do período em questão, torna-se evidente que o indicador apresentou crescimento em todos os anos estudados.

O setor de serviços contribui com a maior parte do Valor Adicionado ao PIB do município, seguido do setor da agropecuária. Outro ponto importante é que a administração pública, como acontece nos municípios pequenos no Brasil, tem uma grande importância para a geração de emprego e de renda na cidade. Na Tabela 2, optou-se por incluir a administração pública como uma fonte de serviços com noção mais realista desse setor no município.

Tabela 2- Valor Adicionado Bruto dos setores de Agricultura, Indústria, Serviços e Administração Pública no período de 2010-2021

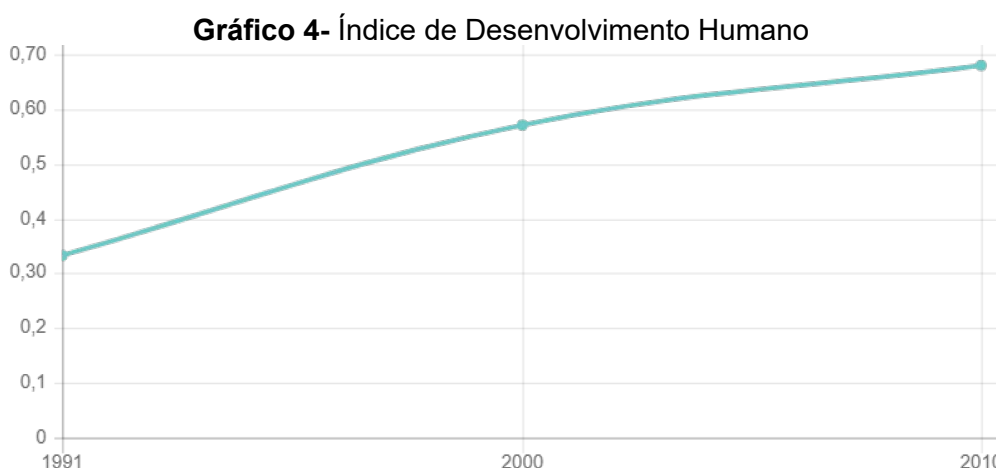
VAB (R\$ 1 mil)				
ANO	AGROPECUÁRI A	INDÚSTRIA	SERVIÇOS	ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
2010	31.892,00	12.027,00	24.002,00	19.519,00
2011	56.532,00	14.657,00	25.571,00	22.189,00
2012	52.845,00	14.728,00	38.530,00	24.851,00
2013	75.978,00	15.050,00	40.081,00	28.271,00
2014	68.531,49	15.006,27	51.363,16	31.113,20
2015	60.735,85	15.087,91	58.531,97	34.244,50
2016	80.666,63	19.492,47	55.946,98	36.222,79
2017	61.641,28	39.834,58	67.628,47	40.246,37
2018	53.084,35	47.302,69	76.765,27	42.736,18
2019	52.289,90	14.928,21	78.009,16	44.199,71
2020	74.538,10	15.768,02	74.396,18	46.823,44
2021	121.018,96	13.840,90	83.829,80	49.550,30

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do IBGE (2023)

O Valor Adicionado Bruto tem um papel muito importante nos municípios de pequeno porte, pois, por meio dele, é que os gestores podem avaliar, implementar e planejar de melhor forma a distribuição das políticas públicas locais. Ele reflete em todos os setores da economia, possibilitando a identificação da capacidade de cada ramo para investimento adequado naqueles com maior potencial para crescimento econômico do município.

O VAB possui capacidade de atrair investimento nos setores privados, pois os investidores estão atentos ao crescimento da economia local, bem como a capacidade do aumento do indicador, tornando o ambiente mais propício para implantação de negócios e, assim, trazendo mais geração de emprego e de renda. O monitoramento do VAB contribui para o desenvolvimento dos municípios, revela o direcionamento da economia, o crescimento ou declínio dos setores presentes, possibilitando, dessa maneira, a criação de ações corretivas para o melhoramento de cada área de atuação.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida relevante para mensurar o progresso humano em uma determinada localidade. Ele engloba três dimensões: saúde, educação e padrão de vida. O IDH varia de 0 a 1, quanto mais próximo de 1, mais desenvolvido é a região a ser analisada. A informação mais recente é de 2010 e mostra que o IDH de Lagoa Grande é de 0,67, o que indica que o município está na faixa de médio desenvolvimento humano.



Fonte: IBGE (2023)

Conforme informações levantadas junto ao poder público municipal, Lagoa Grande possui 9 secretarias, a saber:

- Finanças, desenvolvimento econômico, captação de renda;
- Esporte, lazer, cultura e turismo;
- Fazenda;
- Administração e recursos humanos;
- Políticas públicas e desenvolvimento social;
- Infraestrutura e obras públicas;

- Educação;
- Saúde;
- Agropecuária e meio ambiente.

O Fundo de Participação dos Municípios (FPM) é um recurso de direito a todas as localidades brasileiras e o indicador do VAB é um dos critérios para definição do valor a ser recebido por localidade. Com esse recebimento, os municípios fazem o planejamento dos orçamentos anuais para financiamento dos custeios dos serviços públicos, como saúde, educação, infraestrutura, segurança etc.

A partir dessas informações, os dados abaixo ilustram a despesa orçamentária durante o período de 2018 - 2023. Como é possível observar, as áreas de saúde e de educação possuem os maiores aportes, que são regidos por Emendas Constitucionais que estabelecem os mínimos de gastos obrigatórios dentro dos orçamentos dos municípios brasileiros.

De acordo com a Constituição Federal, os municípios devem destinar, no mínimo, 25% de suas receitas de impostos, incluindo transferências para a área de educação municipal. Já a área de saúde, nos municípios, deve atender o previsto na Emenda Constitucional 29/2000, que determina a aplicação, mínima, de 15% de suas receitas em ações e serviços públicos de saúde.

Tabela 3- Distribuição orçamentária do município de Lagoa Grande no período de 2018-2023

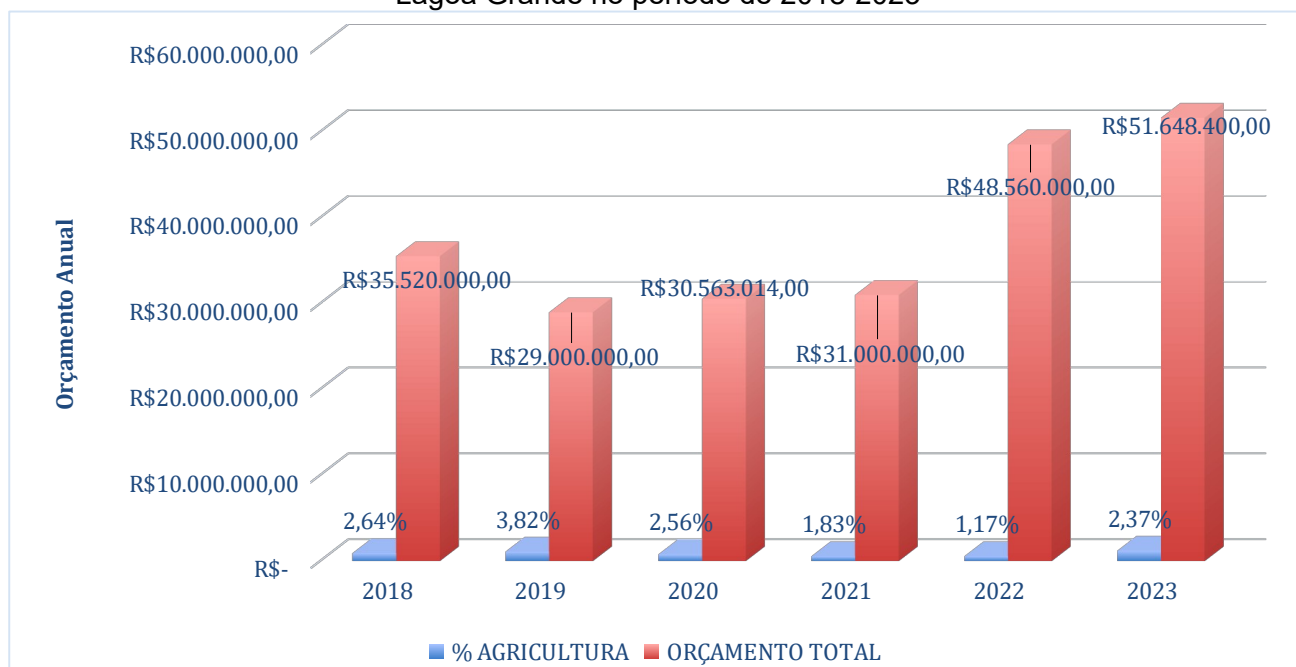
Despesa Orçamentária	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Legislativo	1.200.000,00	1.206.875,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.530.000,00
Administração	3.883.700,00	3.663.240,00	3.895.122,00	3.970.722,01	3.990.722,01	4.596.032,00
Segurança Pública	211.000,00	306.400,00	160.900,00	160.900,00	160.900,00	171.100,00
Assistência Social	1.675.050,00	1.055.000,00	1.031.600,00	1.450.255,00	1.139.255,00	1.370.418,00
Previdência Social	16.500,00	15.100,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Saúde	9.120.400,00	7.454.280,00	7.314.228,00	8.542.480,10	9.594.380,03	12.196.833,08
Educação	9.190.800,00	8.059.550,00	8.917.624,00	8.842.724,00	10.571.524,00	11.400.282,91
Cultura	167.700,00	201.600,00	524.900,00	452.528,33	786.247,28	1.146.600,00
Urbanismo	3.165.500,00	2.084.700,00	2.272.930,00	2.336.310,00	4.955.110,00	3.337.910,01
Habitação	208.000,00	800,00	800,00	10.000,00	217.500,00	252.000,00
Saneamento	285.000,00	281.500,00	211.400,00	115.200,00	1.364.600,01	448.300,00
Gestão Ambiental	476.300,00	1.063.300,00	1.154.120,00	1.155.710,00	1.155.710,00	1.004.800,00

Agricultura	937.500,00	1.107.555,00	782.620,00	567.500,00	567.500,00	1.222.550,00
Comércio e Serviços	658.000,00	280.800,00	340.660,00	217.931,67	217.931,67	163.100,00
Energia	460.000,00	250.200,00	250.200,00	250.200,00	562.000,00	833.800,00
Transporte	2.132.000,00	911.300,00	1.399.310,00	773.500,00	10.818.800,00	10.563.200,00
Desportos	739.000,00	210.200,00	277.200,00	214.700,00	212.470,00	213.400,00
Encargos Especiais	933.550,00	787.600,00	454.400,00	364.338,89	670.350,00	1.101.074,00
Reserva de Contingência	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	82.000,00
Total de Despesas	35.520.000,00	29.000.000,00	30.563.014,00	31.000.000,00	48.560.000,00	51.648.400,00

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela Secretaria de Fazenda do município de Lagoa Grande – MG.

Lagoa Grande possui um VAB da Agricultura de grande importância para o município, mas, em contrapartida, recebe pouco apoio de investimento orçamentário no setor, pois não há uma distribuição compatível de políticas públicas voltadas para a área. Para melhor valorização do VAB, é preciso haver mais investimentos em infraestrutura rural, melhorias das vias de acesso para escoação da produção, capacitação dos agricultores para uso adequado da terra e incentivos fiscais para comercialização de seus produtos ali produzidos.

Gráfico 5- Percentual de investimento da receita na Secretaria de Agricultura do município de Lagoa Grande no período de 2018-2023



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados fornecidos pela Secretaria de Fazenda do município de Lagoa Grande – MG.

Por fim, as políticas públicas e de incentivos voltadas para a agricultura e a pecuária, como o PRONAF, foram de suma importância para a evolução do segmento agrícola, facilitando o acesso aos créditos junto às instituições bancárias, com menos burocracia e forma simplificada, aos produtores.

A partir dos dados do Censo Agropecuário 2017, há 697 estabelecimentos rurais, dos quais 499 fazem parte da agricultura familiar. Quanto à questão do acesso ao PRONAF, observou-se que 353 estabelecimentos tiveram acesso ao PRONAF V e 127 ao PRONAF B. Ressalta-se que o PRONAF B é destinado aos agricultores familiares com renda bruta anual de até R\$ 20 mil. Já o PRONAF V é direcionado aos agricultores que têm uma renda variável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a situação econômica do município de Lagoa Grande, verifica-se que é notória a importância do setor agropecuário desde a criação do município e as consequentes transformações ocorridas com o passar dos anos até a realidade dos dias atuais. Anteriormente, esse setor era praticamente o único meio de sobrevivência local e, com o decorrer do tempo e a evolução e a utilização de tecnologias, assim como as alterações no comportamento da população, foi possível identificar as necessidades de mudanças na localidade.

A economia do município passou por grandes mudanças, houve uma migração da população rural para área urbana da cidade em busca de melhores condições de vida, mais facilidade ao acesso de políticas públicas, como educação e saúde, contribuindo, assim, com o êxodo rural. Contudo, mesmo com essas mudanças, a atividade agropecuária continuou exercendo um papel importante na economia do município. Constatou-se, também, que as políticas públicas e de incentivos voltadas para a agricultura e a pecuária, como o PRONAF, foram de suma importância para a evolução do segmento agrícola.

O PRONAF tem um papel muito importante nos pequenos municípios, principalmente aqueles que têm a agricultura familiar como principal atividade econômica. Em Lagoa grande não é diferente e nesse sentido, o programa contribui de forma significativa, pois o fornecimento de crédito permite o melhoramento de suas propriedades

rurais, compra de maquinários e aquisição de insumos para a produção de pastagens e lavouras. O programa possui assistência técnica e extensão rural com capacitação dos produtores para a aplicação correta e eficiente nas práticas de manejo do negócio. Além do papel social, o PRONAF contribui para o desenvolvimento e o fortalecimento das comunidades rurais, proporcionando crescimento econômico, sustentabilidade ambiental e melhoria na qualidade de vida dos beneficiários.

Ressalta-se que a pecuária leiteira ainda exerce uma grande importância para o município já que Lagoa Grande está entre os 25 maiores produtores de leite do estado de Minas Gerais (IBGE, 2023), com destaque para o ano de 2022, com produção de 54.680 litros.

Observa-se, também, que o setor terciário (comércio e serviços) tem crescido nos últimos anos, o que pode estar associado ao processo de urbanização, ao crescimento populacional e, conseqüentemente, ao aumento da demanda pelo setor, tais como, saúde, educação, comércio varejista, entre outros.

Com o objetivo pelo desenvolvimento local, muitos foram os desafios enfrentados no decorrer da história do município, mas também houve o surgimento de grandes oportunidades que contribuíram significativamente para sua evolução. Com a medição do PIB Municipal, de acordo com os orçamentos de 2018/2023, foi possível identificar a contribuição de cada setor da economia do município, a quantidade de renda gerada e a distribuição de investimentos em cada secretaria.

Segundo os dados econômicos de Lagoa Grande, via coleta e interpretação de dados econômicos, sociais e fiscais adquiridos por meio de fontes como IBGE, busca de arquivos pessoais de órgãos governamentais, e informações de outras empresas locais, identificação das maiores empresas contribuiu de forma significativa para as conquistas locais, deram abertura para a chegada de novos negócios, investimentos e inovações tecnológicas, permitindo, assim, uma melhor reestruturação do planejamento estratégico municipal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, E.; SOUZA, G. S.; GOMES, E. G. A concentração do valor bruto da produção e a pobreza segundo o censo agropecuário de 2017. In: Navarro, Z. (org), **A economia agropecuária brasileira: a grande transformação**. São Paulo: Editora Baraúna, p. 176-182, 2020.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MINAS GERAIS. **Lei nº 10.704, de 27/04/1992**. Cria Municípios e dá outras providências, Minas Gerais, 1992.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MINAS GERAIS. **Lei nº 6.769, de 13/05/1976**. Contém a divisão administrativa do Estado de Minas Gerais, Minas Gerais, 1976.

BATALHA, M. O. (Coord.) **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

DELGADO, G C. **Do “Capital Financeiro na Agricultura” à Economia do Agronegócio – Mudanças Cíclicas e Meio Século (1965-2012)**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

EMBRAPA. **Visão 2014-2034: o futuro do desenvolvimento tecnológico da agricultura brasileira**. Brasília, DF: Embrapa, 2014. 194 p.

EMBRAPA. **Visão 2030: o futuro da agricultura brasileira**. Brasília, DF: Embrapa, 2018. 212 p. Disponível em: <https://www.embrapa.br/visao/o-futuro-da-agricultura-brasileira>. Acesso em: 10 maio 2023.

GRAZIANO DA SILVA, J. **Progresso técnico e relações de trabalho na agricultura**. São Paulo: HUCITEC, 1981.

GUADAGNIN, J. L. **Cerca de 70% dos alimentos consumidos no Brasil vêm da agricultura familiar**. TV NBR, 20 nov. 2012. Entrevista com o diretor do Departamento de Financiamento e Proteção da Produção da Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ics_GQ6_a-k acessado em: 01 de Agosto de 2023.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)**. Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 01 de dezembro de 2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Agropecuário 2017**: IBGE. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br>. Acesso em: 30 de fev de 2024.

LIMA, E. C. **Matopiba: desenvolvimento rural em uma nova fronteira agrícola**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Economia, 2020.

OLIVEIRA FILHO, E. R.; SILVEIRA, R. L. L. Análise do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal do Noroeste de Minas Gerais, nos anos 2000 e 2010. **Colóquio - Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 17, p. 245-262, 2020.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos da Economia**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

XAVIER, C. J.; FERREIRA, M. L.; SANTIAGO, W. E.; RODRIGUES, R. C. Geoprocessamento aplicado à identificação de áreas aptas para implantação de pivôs centrais. **Research, Society and Development**, v. 10, p. e6110817038, 2021.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.). **Economia & gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

ZIFIRINO, Benedita Maria Duarte; SILVA, Nayara Ferreira Barros da. **Agricultura familiar em tempos de pandemia**: estudo em comunidades rurais do município de Santa Izabel do Pará. 2022. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Agronomia, Universidade Federal Rural da Amazônia, Belém, 2022.

CAPÍTULO 02

ANÁLISE DO ÍNDICE INFLACIONÁRIO DA CESTA BÁSICA NA CIDADE DE PATOS DE MINAS-MG (2022)

Gabriella Cristina Soares Pinheiro³

Elaine Carvalho de Lima Oliveira⁴

RESUMO

Ao longo da história econômica brasileira, a inflação tem sido um fenômeno recorrente que acompanha a evolução da economia do país. Mais recentemente, com a pandemia da Covid- 19, a atividade econômica global sofreu desaceleração e houve um aumento generalizado dos preços em escala mundial. Nesse cenário, o presente capítulo teve como objetivo analisar a variação do índice de preços da cesta básica na cidade de Patos de Minas - MG, em 2022. Compreende-se que a cesta básica tem os itens essenciais para o consumo familiar, notadamente os gêneros alimentícios. Quanto à abordagem, a pesquisa pode ser caracterizada como quali-quantitativa. Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em trabalhos acadêmicos, artigos científicos e teses, que viabilizou a obtenção de informações acerca do tema abordado. Posteriormente, os dados foram sistematizados por meio de técnicas estatísticas, com o intuito de aprofundar a compreensão do objeto de estudo proposto. Os resultados da pesquisa destacaram uma significativa flutuação nos preços de determinados produtos ao longo do período investigado, que abrangeu de junho a novembro de 2022. O leite longa vida, por exemplo, esteve entre os itens com maior variação, apresentando um grande aumento entre os meses de junho a agosto. Esse fenômeno pode ser atribuído ao aumento substancial nos custos da cadeia produtiva pecuária nesse período. Nos meses seguinte, observou-se uma deflação no preço do leite, decorrente da chegada das chuvas, o que resultou na diminuição dos custos relacionados à alimentação do gado, refletindo-se no preço final do produto.

Palavras-chave: Economia. Inflação. Pandemia.

INTRODUÇÃO

Um dos fenômenos econômicos que acompanha a evolução da economia brasileira é a inflação. Historicamente, os anos de 1980 foram marcados por diversas tentativas ineficazes de estabilização desse fenômeno, esta veio somente por meio do Plano Real

³ Técnica em Logística e Graduanda em Administração pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro, *campus* Patos de Minas. gabriella.pinheiro@estudante.iftm.edu.br

⁴ Doutora em Economia pelo Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU. Professora do IFTM (Patos de Minas). elainelima@iftm.edu.br

(1994), que teve o objetivo de controlar a hiperinflação em três fases: ajuste fiscal, desindexação e âncora nominal (Giambiagi et al 2016).

Mais recentemente, o mundo enfrentou uma desaceleração econômica em decorrência da pandemia de Covid-19. Este contexto foi marcado pelo aumento global dos preços, influenciando a evolução dos indicadores econômicos no Brasil.

A presença da inflação gera grandes distorções para o bom funcionamento da economia, tais como, efeitos sobre a distribuição de renda, sobre as transações internacionais, expectativas empresariais, entre outros (Vasconcellos; Garcia, 2019).

Um impacto significativo incide sobre a distribuição de renda, pois a inflação reduz o poder de compra, principalmente nas classes menos favorecidas. A disparidade entre a taxa de variação dos preços, que aumenta mais rapidamente, e a taxa de variação dos salários, geralmente sujeitos a reajustes com prazos defasados, torna as famílias assalariadas ou que vivem na informalidade mais vulneráveis na manutenção de um nível adequado de segurança alimentar.

Além disso, o contexto atual é marcado por uma série de eventos internos e externos, como o pós-pandemia da Covid-19 e fatores geopolíticos, como a guerra entre Rússia e Ucrânia, que são importantes fornecedores de produtos para cadeia de suprimentos global. A China, considerada a grande fábrica do mundo, provocou impactos na cadeia global de suprimentos com a política de “Covid Zero”, em 2022, somando-se a vários outros fatores que podem ocasionar a falta de insumos, impactando negativamente na oferta global de bens e de serviços e, conseqüentemente, no aumento dos níveis de preços na economia mundial.

Diante desse contexto, iniciativas foram desenvolvidas para investigar a evolução do nível de preços em diversas localidades, com objetivo de gerar informações para auxiliar na tomada de decisões no combate à evolução dos preços. Na cidade de Patos de Minas, no estado de Minas Gerais, uma parceria entre o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) e o Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia (IFTM) resultou em um projeto de extensão que envolveu a realização de pesquisas mensais em seis grandes supermercados locais. A pesquisa abrangeu a coleta de preços da cesta básica, com divulgação até o quinto dia útil de cada mês, visando auxiliar a população na escolha dos locais para suas compras mensais, pois, dessa forma, seria possível identificar os estabelecimentos que oferecem os menores preços para os itens da cesta

básica. Os resultados da pesquisa foram divulgados no site da Prefeitura de Patos de Minas e noticiados em jornais locais.

Desse modo, esta pesquisa teve como objetivo central: analisar a variação do índice de preços na cidade de Patos de Minas – MG, no ano de 2022.

Nesse sentido, a presente pesquisa torna-se relevante, pois, durante o período que abrange a divulgação dos dados, foi investigada a questão inflacionária da cesta básica e discutidos conceitos importantes para o alcance dos objetivos iniciais. Entende-se que a cesta básica contém os itens essenciais para o consumo familiar, especialmente gêneros alimentícios, uma vez que são os bens mais importantes para a segurança alimentar. Dessa forma, ações que busquem entender as principais causas da variação dos preços da cesta básica na cidade são importantes, uma vez que poderão ajudar na definição de políticas que garantam uma segurança alimentar para a população.

REFERENCIAL TEÓRICO

BREVE DISCUSSÃO SOBRE O CENÁRIO ECONÔMICO

A década de 1980, no Brasil, conhecida como a “década perdida”, foi marcada por profundos problemas estruturais e econômicos, atingindo, nesse período, graves episódios de hiperinflação, que impactaram profundamente na economia e na vida dos brasileiros. Neste sentido, naquela década, depois de vários planos econômicos para estabilizar o nível geral de preços, o Brasil só conseguiu conter a hiperinflação na primeira metade dos anos 1990, com o Plano Real. Marco fundamental não só para a estabilidade de preços, diante da mudança na política monetária do país, mas também para a credibilidade e a confiança na economia brasileira. Esse Plano introduziu uma nova moeda no país, o Real, com a implementação de medidas para controlar a inflação, como altas taxas de juros, abertura comercial e paridade cambial com o dólar, ou seja, 1 unidade de real valia 1 unidade de dólar.

O cenário de incertezas do mercado foi marcado pela emergência sanitária da pandemia da Covid-19, conflitos militares na Europa e Oriente Médio, e incertezas políticas. Essas mudanças abarcaram a escassez de insumos, o que ocasionou rebatimentos na oferta e na demanda de produtos no mercado. Pelo lado da oferta, um

dos efeitos imediatos foi o aumento dos custos, refletindo-se nos preços repassados ao consumidor final. Nesse sentido, a cesta básica contém itens essenciais para a vida da população brasileira e impacta diretamente na renda e na qualidade de vida, que diante desse cenário descrito, tem-se apresentado instável.

Assim, o controle sobre o orçamento doméstico se torna ainda mais necessário nesses momentos, pois além de ajudar na gestão financeira, a análise e a coleta de dados minimizam os gastos mensais e se mostram essenciais na tomada de decisão. Dessa maneira, é fundamental que as famílias observem seus orçamentos e façam um planejamento cuidadoso dos gastos mensais, considerando os itens essenciais para o consumo (Iudícibus, 1997).

A partir dessa ideia, tem-se discutido sobre a forma como o aumento de preços afetam a vida das pessoas. É possível observar o conceito de índice de preços, o qual representa uma média dos valores de uma determinada classe de produtos, por exemplo, a cesta básica, produtos agrícolas, material escolar, dentre outros. A proposta é sintetizar os valores em um indicador que permita o cálculo da inflação. Para calcular a inflação, no Brasil, existe uma série de índices com metodologias diferenciadas de cálculo. Conforme Abrita (2015), destacam-se:

- ✓ Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA): definido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sendo o índice oficial do país. Abrange rendimentos de 1 a 40 salários mínimos. Para calculá-lo, é realizada uma média ponderada das variações de preços coletados com base na Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), calculada pelo IBGE. Para o cálculo da média ponderada, tem-se um peso, que é definido de acordo com o grau de importância desse item no orçamento dos consumidores.
- ✓ Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC): também é medido pelo IBGE, é um indicador econômico utilizado para mensurar a variação média de preços de produtos e serviços. Abrangendo famílias com rendimentos mensais entre um e cinco salários mínimos. O cálculo é semelhante ao IPCA, mas com ponderações específicas para a faixa de renda considerada.

- ✓ Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M): este é calculado mensalmente pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), bastante utilizado no meio imobiliário para calcular os ajustes monetários. É composto por 3 subíndices e com seus ponderamentos: Índice de Preços ao Produtor Amplo (IPA), representa 60% do peso total do IGP-M; Índice de Preços ao Consumidor (IPC): Representa 30%; Índice Nacional de Custo da Construção (INCC): representa os outros 10%.
- ✓ Índice Nacional de Custo da Construção (INCC): tem como objetivo medir a variação dos custos dos insumos e serviços relacionados à construção civil. É um dos componentes do IGP-M, para calculá-lo é realizada a coleta de preços de materiais de construção, mão de obra e serviços do setor e posteriormente feito uma média ponderada.
- ✓ Índice de Preços por Atacado (IPA): também é um subíndice do IGP-M e é responsável por medir a variação dos custos de produtos na fase inicial de produção até a distribuição. Também se calcula com média ponderada, observando o ponderamento dos itens: bens finais, bens intermediários e matérias-primas brutas.

Com essas informações, é possível analisar a questão inflacionária e quais motivos a acarreta, bem como quais políticas econômicas de contenção à inflação podem ser aplicadas. Para isso, é preciso entender melhor o que é a inflação e as suas causas. Os autores Vasconcellos e Garcia (2019) descrevem que a inflação pode ser conceituada como um aumento constante e generalizado dos preços. Ou seja, aumentos esporádicos no preço de algum bem/serviço não configuram, por si só, um processo inflacionário. Portanto, há inflação quando o aumento dos preços ocorre de maneira ampla entre a maior parte dos bens e dos serviços da economia.

ANÁLISE DO PROCESSO INFLACIONÁRIO

Para compreender o cenário econômico do Brasil, faz-se necessário entender o conceito de inflação. Conceitualmente, a inflação é o aumento generalizado e persistente dos produtos e dos serviços. Ela é medida em porcentagem e pode ser calculada de

diversas formas, mas uma das mais comuns é por meio dos índices de preços, como visto anteriormente.

Em outras palavras, a inflação nada mais é do que o aumento dos gastos que não se igualam ao crescimento da produção de bens ou de serviços ao mesmo tempo. Quando isso ocorre, a moeda, no período t , que no nosso caso é o Real, passa a não valer a mesma quantia no período $t-1$. Ou seja, se no período $t-1$, um trabalhador tem renda de R\$ 1.000,00, e um produto custa R\$10,00, esse trabalhador pode comprar 100 unidades do produto. Por outro lado, quando o produto aumenta para R\$ 20,00, no período t , o poder de compra daquele trabalhador cai pela metade, dado que a renda agora só pode comprar 50 unidades do bem.

Em termos de cálculo da inflação, o órgão oficial que faz essa mensuração é o IBGE, responsável pela elaboração de dois dos mais importantes índices de preços: o IPCA, considerado o oficial pelo governo federal, e o INPC.

De acordo com Vasconcellos e Garcia (2019, p. 252), as fontes de inflação podem ser classificadas da seguinte forma:

- a) Tipo de estrutura de mercado (oligopolista, concorrencial etc.), que condiciona a capacidade dos vários setores de repassar aumentos de custos aos preços dos produtos;
- b) Grau de abertura da economia ao comércio exterior: quanto mais aberta a economia à competição externa, maior a concorrência e menores os preços dos produtos;
- c) Estrutura das organizações trabalhistas: quanto maior o poder de barganha dos sindicatos, maior a capacidade de obter reajustes de salários acima dos índices de produtividade e maior a pressão sobre os preços.

Ainda conforme os autores Vasconcellos e Garcia (2019), os principais tipos de inflação podem ser divididos, conforme descritos abaixo.

-Inflação de Demanda: a inflação de demanda é compreendida como o aumento da demanda agregada, ou seja, da procura em relação à quantidade de bens e de serviços ofertados. Isso decorre devido a diversos fatores, tais como, aumento de investimentos, gastos governamentais, redução de tributos, aumento da oferta da moeda, dentre outros elementos. De acordo com Vasconcellos e Garcia (2019), a expansão da demanda agregada deverá ser reduzida por meio de ajustes na política econômica, como redução dos gastos do governo, aumento da carga tributária, controle de crédito e elevação da taxa de juros.

Um dos efeitos apontados pela literatura é a curva de Phillips, esta mostra a relação inversa entre a taxa de desemprego e a taxa de inflação na economia. Por um lado, quando o nível de desemprego é baixo, a população tem mais renda para direcionar ao consumo, o que poderá levar ao aumento da demanda por bens e serviços. Por outro lado, se a oferta não acompanhar esse movimento, haverá uma tendência para aumento de preços. Ou seja, entende-se que quanto menor o desemprego, mais dinheiro terão as pessoas e, com maior poder aquisitivo, amplia-se a demanda por produtos ou serviços e, assim, a inflação é pressionada.

-Inflação de Custos: a inflação de custos se relaciona diretamente com o aumento de custos de produção de um bem ou de um serviço. Sendo assim, se na linha de produção de um carro, por exemplo, a tinta e a energia elétrica aumentam, consequentemente, o valor desse veículo que está sendo fabricado, irá aumentar também. As causas mais comuns, segundo Vasconcellos e Garcia (2019), são o aumento dos custos com matérias-primas acima da produtividade; estrutura de mercado; aumentos salariais acima das linhas de produção.

-Inflação Inercial: a inflação inercial é o processo automático de readequação dos preços, baseado nos preços e na inflação anterior. Ela é calculada a partir da indexação formal, que são salários, aluguéis e contratos, e da indexação informal, que são os impostos e tarifas públicas. Pode -se dizer que, mesmo que não ocorra nenhum dos outros tipos de inflação, a Inercial irá existir.

Outros termos necessários a serem considerados no processo de aprendizado sobre a inflação são a Deflação e a Hiperinflação. A Deflação é o oposto da Inflação, é justamente a queda generalizada de preços dos bens e dos serviços, por um prazo longo e contínuo. De forma contrária, a Hiperinflação consiste no aumento acelerado dos preços, a exemplo do que ocorreu nos anos 1990, na época de Collor, quando os preços aumentavam sem controle e a moeda monetária não obtinha valor de mercado.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para atender aos objetivos propostos nesse artigo, quanto à abordagem, a pesquisa pode ser caracterizada como quali-quantitativa. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em trabalhos acadêmicos, artigos científicos e teses, que viabilizaram a

qualidade de informações acerca do tema abordado. No que concerne aos dados da pesquisa, a coleta baseou-se nas informações extraídas da Prefeitura da cidade de Patos de Minas e dos jornais locais referentes aos resultados do levantamento de preços provenientes da parceria estabelecida entre o Procon e o Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia (IFTM), *campus* Patos de Minas. É importante destacar que o intervalo temporal abrangeu os meses de junho a novembro de 2022, período disponibilizado pelo projeto do Procon em parceria com o IFTM.

Na análise dos dados, foram considerados as informações disponibilizadas nos portais da Prefeitura e nos jornais locais. Enfatiza-se que os dados são referentes a 6 grandes supermercados da cidade de Patos de Minas, a saber: Bahamas, Bretas, Big, ABC, Bernadão e Mart Minas. Abaixo estão descritos os itens da cesta básica que foram divulgados:

Quadro 1- Produtos analisados

Produtos analisados	
1	Açúcar Cristal 5Kg
2	Água Sanitária 2L
3	Amaciante 2L
4	Arroz agulhinha 5Kg
5	Café Arábica 500g
6	Condicionador 325/350MI
7	Creme Dental 90 g
8	Farinha de Milho 500g
9	Feijão Cariquinha 1Kg
10	Lava Louças 500MI
11	Leite longa vida UHT 1L
12	Margarina c/Sal 500g
13	Massa de Sêmola com ovos Spagetti 500g
14	Molho de Tomate 340g
15	Óleo de Soja 900MI
16	Sabão em barra pct. Com 05 unid. 200g
17	Sabão em Pó 2Kg
18	Sabonete barra 85/90g
19	Sal Iodado 1Kg
20	Shampoo 325/350MI

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se que no quadro acima, os itens selecionados fazem parte da cesta básica definida pelo Procon da cidade e o critério de avaliação nesta pesquisa foi a coleta

do maior e do menor preço encontrado por produto em cada supermercado. Em um segundo momento, os dados foram sistematizados por meio de uma planilha eletrônica, contendo todos os produtos que foram cotados e classificados como menor e maior preço, e suas respectivas marcas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Variação Mínima

Nessa seção, são apontados os principais resultados obtidos na pesquisa. Conforme ressaltado anteriormente, a presente pesquisa baseou-se na coleta de dados dos meses de junho a novembro do ano de 2022. Durante esse período, foi levantado alguns dados e transformados em informações, que possibilitaram uma melhor compreensão do cenário atual. A Tabela 1 ilustra o valor médio unitário de cada produto de uma cesta básica mínima, ou seja, os menores valores encontrados dos produtos.

Pode-se observar que alguns produtos sofreram deflação, um exemplo é o leite longa vida durante os meses de setembro a novembro. Esse fenômeno pode ser explicado pelo ciclo da cadeia produtiva leiteira, pois a alimentação do gado influencia diretamente na produção e no mês de setembro, houve uma queda de 17% no preço do leite. Com o início das chuvas, os pastos se desenvolvem, resultando em um aumento significativo no rendimento e na produtividade. Consequentemente, isso provoca uma maior oferta no mercado e leva a uma redução nos preços, conforme observado nos meses seguintes.

Tabela 1- Variação da cesta básica mínima

PRODUTOS	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	VARIAÇÃO ACUMULADA
Açúcar Cristal 5 kg	-4.16%	-7.38%	-0.90%	1.43%	-1.66%	-1.30%	-13.40%
Água sanitária 2 L	-7.97%	0.00%	12.18%	2.92%	-3.04%	-5.23%	-2.37%
Amaciante 2 L	1.31%	-9.37%	0.00%	6.06%	3.36%	4.55%	5.24%
Arroz Agulhinha 5kg	-5.47%	-0.63%	6.97%	-4.14%	-1.36%	-2.00%	-6.90%
Café Arábica 500 g	0.89%	-13.87%	9.33%	-0.84%	3.03%	-7.71%	-10.43%
Condicionador 325/ 350 ml	-28.37%	11.69%	-1.28%	9.66%	-3.01%	11.96%	-5.95%
Creme Dental 90 g	-4.34%	17.28%	2.90%	-6.57%	12.81%	-2.23%	18.97%
Farinha de Milho 500 g	-28.46%	11.99%	-3.41%	-22.67%	10.42%	24.19%	-17.93%
Feijão Cariquinha 1 kg	-1.62%	1.92%	-18.44%	-2.48%	-14.55%	14.26%	-22.13%
Lava Louças 500 ml	-1.21%	2.45%	-4.79%	0.00%	-2.52%	-2.58%	-8.48%
Leite longa vida UHT	2.32%	40.36%	6.14%	-17.66%	-16.08%	-0.88%	4.41%
Margarina c/ Sal 500 g	-5.16%	0.62%	15.46%	-8.43%	0.44%	4.80%	6.19%
Massa de Sêmola com ovos <i>spagetti</i> 500g	-17.49%	16.89%	1.13%	-1.68%	-6.84%	6.73%	-4.64%
Molho de tomate 340 g	13.14%	-12.90%	8.89%	9.52%	22.36%	-26.40%	5.84%
Óleo de Soja 900 ml	1.43%	-8.35%	-12.07%	-8.49%	-0.14%	2.46%	-23.47%
Sabão em Barra pc/ com 05 unid. 200g	2.71%	-12.60%	1.95%	3.82%	-2.02%	23.38%	14.86%
Sabão em pó 2 kg	-2.23%	-12.80%	22.16%	2.20%	-0.11%	2.66%	9.15%
Sabonete barra 85/90 g	-19.47%	-5.23%	-1.38%	11.19%	-10.06%	15.38%	-13.16%
Sal iodado 1 kg	19.19%	31.71%	-49.63%	25.74%	3.51%	4.52%	7.56%
Shampoo 325/350 ml	16.25%	-6.35%	8.14%	1.63%	1.48%	6.69%	29.54%
TOTAL CESTA BÁSICA	-4.17%	-2.50%	2.77%	-1.10%	-0.99%	3.65%	-2.54%
TOTAL (R\$)	143,10	139,52	143,38	141,80	140,40	145,53	

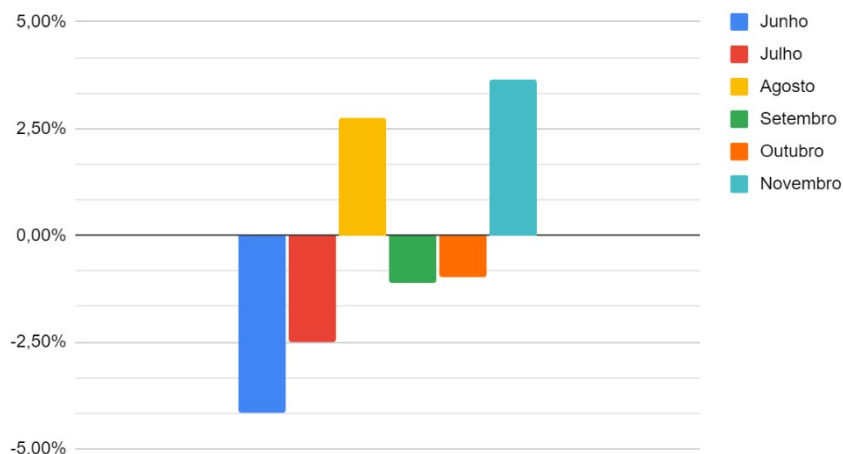
Fonte: Dados da pesquisa

Outro fator que pode ser considerado nesse declínio de preços foi a desoneração do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) sobre combustíveis, energia elétrica e comunicações, que ocorreu no segundo semestre de 2022. Sendo assim, os custos associados à cadeia de suprimentos, desde a produção até o cliente final, foram reduzidos, resultando em uma diminuição dos preços dos principais insumos.

O Gráfico 1 apresenta as variações acumuladas no decorrer dos seis meses de análise. É possível observar que não há um padrão inflacionário; os valores variaram entre R\$ 139,52 a R\$ 145,53 durante esse período. Observa-se que o mês de junho teve a maior variação negativa, com percentual de 4,17% sendo que os itens que se destacaram nesse referido mês foram: farinha de milho (-28,46%), condicionador (-28,37%) e sabonete em barra (-19,47%). Por outro lado, o mês de novembro teve uma inflação de 3,65%, e os

itens que se destacaram nesse aumento foram: feijão carioca (14,26%), sabonete em barra (15,38%) e sabão em barra (23,38%).

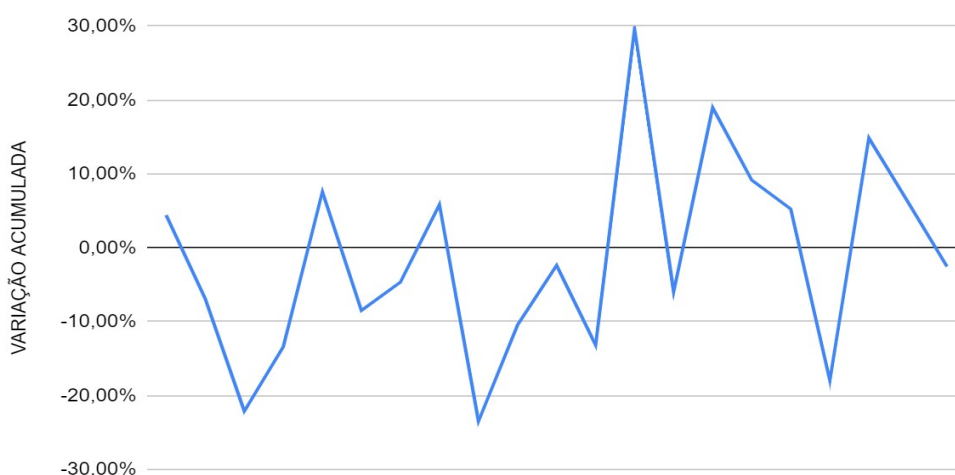
Gráfico 1- Variação do preço total da cesta básica mínima
Variação do preço



Fonte: Dados da pesquisa

No Gráfico 2, apresentado a seguir, é possível verificar a variação acumulada de todos os produtos. Por um lado, destaca-se, ao longo do período, uma queda significativa de -23,47% no produto óleo de soja e um aumento de 29,54% registrado no item shampoo. A média do valor da cesta básica mínima, no período de junho a novembro de 2022, representa 10,85% do salário mínimo vigente na época, de R\$1.320,00.

Gráfico 2- Variação Acumulada da Variação Mínima



Fonte: Dados da pesquisa

Variação Máxima

Quanto à cesta básica com os produtos de maior valor, foi identificado um padrão com aumentos mais expressivos do que a redução de preços. Podemos visualizar com maiores detalhes na Tabela 2.

Tabela 2- Variação da cesta básica máxima

PRODUTOS	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	VARIAÇÃO ACUMULADA
Açúcar Cristal 5 kg	-1.76%	-7.71%	-4.72%	0.63%	-1.39%	-2.82%	-16.68%
Água sanitária 2 L	-2.58%	1.47%	16.79%	-21.19%	14.31%	-1.79%	2.15%
Amaciante 2 L	-8.28%	7.07%	22.42%	-19.59%	9.89%	-2.57%	3.50%
Arroz Agulhinha 5kg	10.56%	-5.77%	1.13%	-1.35%	0.57%	1.47%	6.07%
Café Arábica 500 g	9.51%	1.77%	-1.26%	7.01%	1.57%	-10.02%	7.62%
Condicionador 325/ 350 ml	0.38%	1.99%	1.02%	-0.92%	36.17%	2.25%	42.69%
Creme Dental 90 g	49.16%	-13.26%	19.38%	14.52%	-15.83%	20.39%	79.25%
Farinha de Milho 500 g	-20.99%	27.21%	-22.07%	-11.33%	31.45%	-20.56%	-27.47%
Feijão Cariquinha 1 kg	11.65%	-4.44%	-6.07%	-3.66%	4.92%	-13.63%	-12.51%
Lava Louças 500 ml	3.38%	21.03%	-5.41%	4.90%	4.28%	-4.85%	23.19%
Leite longa vida UHT	1.79%	39.38%	1.40%	-7.45%	-11.92%	-6.77%	9.33%
Margarina c/ Sal 500 g	10.58%	11.16%	9.45%	10.14%	10.01%	10.39%	79.95%
Massa de Sêmola com ovos spagetti 500g	-27.73%	23.26%	-10.85%	-2.65%	13.22%	-3.52%	-15.55%
Molho de tomate 340 g	-1.53%	7.48%	-12.75%	-9.97%	56.83%	1.41%	32.21%
Óleo de Soja 900 ml	2.24%	-7.82%	-10.55%	-12.72%	-1.59%	2.02%	-26.12%
Sabão em Barra pc/ com 05 unid. 200g	18.51%	-10.53%	14.50%	-0.82%	-4.46%	23.92%	42.56%
Sabão em pó 2 kg	3.63%	4.90%	6.50%	-3.43%	14.45%	-3.63%	23.32%
Sabonete barra 85/90 g	2.71%	5.28%	-4.56%	1.91%	3.75%	-7.22%	1.23%
Sal iodado 1 kg	1.39%	70.45%	-45.36%	11.07%	0.00%	0.00%	4.88%
Shampoo 325/350 ml	20.20%	8.63%	7.27%	28.65%	0.04%	-10.54%	61.27%
TOTAL CESTA BÁSICA	5.47%	2.69%	0.30%	0.42%	6.01%	-1.46%	13.96%
TOTAL (R\$)	230,11	236,31	237,01	238,01	252,31	248,62	

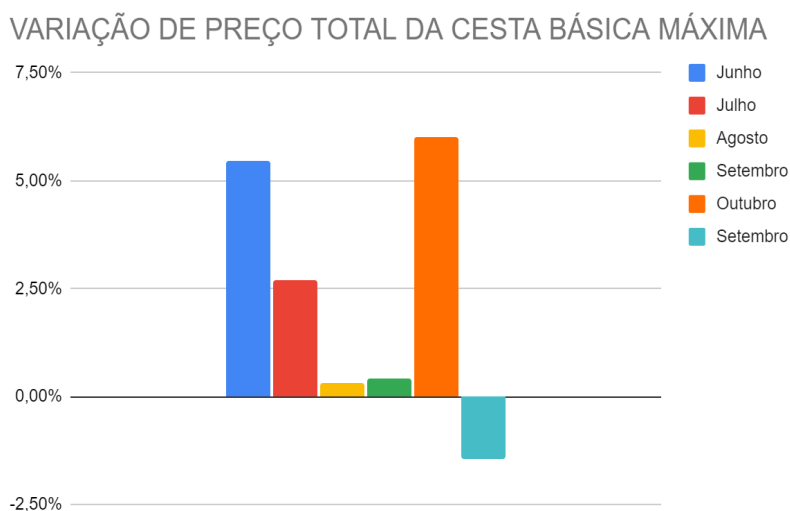
Fonte: Dados da pesquisa

Ao examinar os valores máximos, constata-se que alguns produtos sofreram redução quando considerado a variação acumulada, destacam-se: óleo de soja, farinha de milho e açúcar. Por outro lado, observa-se que os produtos margarina e creme dental tiveram um aumento de aproximadamente 80% ao longo do período analisado. Por fim, quando investigado o preço total da cesta, destaca-se o mês de outubro com o valor mais elevado, atingindo R\$ 252,31.

No Gráfico 3, resultado da tabela, identificou-se que a variação total de preços da cesta básica de produtos com valores maiores oscilou entre uma queda de 1,46 % até um

aumento de 6,01%. Nota-se que os meses de junho a outubro foi marcado por inflação na cesta básica, com valores máximos, sendo o mês de outubro o que teve maior variação. No mês subsequente, contudo, observou-se uma deflação de -1,46%.

Gráfico 3: Variação do preço total da cesta básica máxima



Fonte: Dados da pesquisa

No Gráfico 4, conclui-se que houve grandes variações de preços nos produtos de maior valor, ou seja, maior variabilidade de preços. Logo, o gráfico apresenta oscilações de preços, mas com predominância de aumento no nível dos preços desses produtos na variação acumulada.

Gráfico 4: Variação Acumulada da Variação Máxima



Fonte: Dados da pesquisa

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a variação do índice de preços de itens da cesta básica na cidade de Patos de Minas – MG, no ano de 2022.

A história econômica do Brasil é marcada por vários momentos de instabilidade econômica, culminando em momentos de hiperinflação que tiveram grandes impactos na vida da população brasileira. No ano de 2020, tivemos um grande período de incertezas e de crise mundial, com a onda da Covid-19. As produções, importações e exportações foram impactadas e, com isso, houve queda de oferta e aumento exponencial de preços, resultando em uma inflação generalizada em escala global.

Quanto aos dados analisados, o acompanhamento mensal da variação de preços dos produtos da cesta básica para a cidade de Patos de Minas-MG mostrou-se viável para a análise da cesta básica específica e também para o cálculo da inflação local.

A aplicação desses dados pelos gestores públicos locais possibilitou propiciar aprimoramentos na área fiscal. Além disso, a população pôde utilizar essas informações para comparar os preços locais e selecionar a cesta que mais atendia às suas necessidades básicas e financeiras.

A base de dados produzida possibilitou o acompanhamento de diferentes padrões de variação, seja por sazonalidade, redução em tarifas fiscais ou fatores externos diversos. De maneira geral, após o período pandêmico, os preços demonstraram estar em processo de estabilização.

Dentre as limitações da pesquisa, incluiu-se o uso de uma lista predefinida pelo Procon de Patos de Minas, composta por 20 itens, que abrangiam desde produtos de higiene e alimentação até os de limpeza. No entanto, essa abordagem não se alinhava com o método do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), o que poderia gerar discrepâncias entre os valores obtidos.

Esse não alinhamento, deve-se ao fato que, segundo o Decreto no 399, de 30 de abril de 1938, a Cesta Básica é formada por 13 itens indispensáveis à subsistência de uma pessoa durante um mês. O DIEESE é uma instituição brasileira que realiza pesquisas e estudos econômicos, incluindo a análise da cesta básica definida pelo decreto. Esses 13 itens são analisados com uma ponderação variada de estado a estado. Calcula-se, então,

o custo de vida da população e a porcentagem referente ao salário mínimo que um indivíduo precisa gastar com alimentação. Ou seja, embora existam diversas formas para o cálculo da cesta básica, a cesta estabelecida pelo DIEESE se destaca como a mais comumente adotada. Mesmo com essa limitação de metodologia, a pesquisa se mostrou muito importante, já que possibilitou a análise de uma cesta básica mais próxima da realidade e necessidade da população local de Patos de Minas-MG.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRITA, M. B. Determinantes da inflação brasileira pós regime de metas para inflação: uma análise dos principais índices para a década de 2000. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 6, p. 114, 2015.

BRASIL. **Decreto-lei nº 399**, de 30 de abril de 1938. Senado Federal, Brasília, 2012. Disponível em: <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=12746>. Acesso em: 04 dez. 2023.

GIAMBIAGI et al. **Economia brasileira contemporânea** (1945 – 2015). 3ª edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor**: estruturas de ponderação a partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003. Rio de Janeiro; 2005. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=282203>. Acesso em: 31 de julho de 2022.

IBGE. **Inflação**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php>. Acesso em: 13 maio de 2023.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1997.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos da Economia**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

CAPÍTULO 3

EMPREENDEDORISMO: OS DESAFIOS COM A PANDEMIA DA COVID-19

Marcos Vinícius Pereira⁵
Elaine Carvalho de Lima Oliveira⁶

RESUMO

A pandemia da Covid-19 desencadeou impactos econômicos e sociais significativos, representando um enorme desafio para o Brasil e para o mundo na tarefa de reduzir os efeitos devastadores causados. Nesse contexto, o presente capítulo teve como objetivo analisar os impactos da pandemia para o empreendedorismo no Brasil. Em termos metodológicos, este estudo empregou uma abordagem de pesquisa qualitativa, visando abranger os diversos aspectos do fenômeno em estudo. Neste caso, o foco envolveu o conceito de "empreendedorismo" como objeto central da investigação. Os resultados obtidos, de acordo com informações disponibilizadas pelo Governo Federal em seu portal oficial para o ano de 2022, revelam que as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) constituem 99% do total de empresas no Brasil. Elas desempenham um papel importante, contribuindo com 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e gerando 62% dos empregos no país. Assim, essa pesquisa buscou mostrar as medidas tomadas pelos atores sociais em meio à pandemia, que por meio do empreendedorismo buscaram condições de uma renda digna e também as principais dificuldades enfrentadas pelos novos empreendedores. Constatou-se que, apesar da importância econômica do empreendedorismo para o país, durante a pandemia, a maior parte dos novos empreendedores surgiram por necessidade e, em muitos casos, são pessoas sem nenhuma orientação financeira e administrativa, o que dificulta a condução e continuidade dos negócios. Além disso, é importante destacar as condições de trabalho nas quais esses empreendedores estão inseridos, pois muitos estão em categorias de trabalhos precarizadas, com pouco ou nenhum direito trabalhista.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Economia. Pandemia.

INTRODUÇÃO

A pandemia do novo coronavírus, considerada uma das piores da história, gerou grandes impactos econômicos e sociais, tornando-se um desafio para o Brasil e o mundo a tarefa de minimizarem os efeitos devastadores causados. Os países mais afetados foram os subdesenvolvidos, como é o caso do Brasil. Apesar de ser um dos países que mais

⁵Graduando em Administração pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro, campus Patos de Minas. marcos.vp@estudante.iftm.edu.br

⁶ Doutora em Economia pelo Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU. Professora do IFTM (Patos de Minas). elainelima@iftm.edu.br

empreende, o número de pessoas que começaram a empreender, por necessidade, aumentou substancialmente devido à perda de empregos formais. Empresas foram obrigadas a fechar devido às severas restrições implementadas pelos governos com objetivo de conter a disseminação do vírus transmissor da doença (Guimarães et al, 2020).

Algumas medidas econômicas foram adotadas pelos Governo Federal e estaduais para garantir uma renda mínima para que as pessoas sobrevivessem com o mínimo de dignidade. Algumas medidas beneficiaram trabalhadores formais, registrados na CLT, como o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda, que reduzia a carga horária do trabalhador e seu rendimento, muita das vezes, precarizando o trabalho. Como salienta Costa (2020, p. 972), “desemprego ampliado, precarização exacerbada, rebaixamento salarial acentuado, perda crescente de direitos – esse é o desenho mais frequente da classe trabalhadora”.

Uma das ações que ganhou destaque foi o auxílio emergencial de R\$ 600,00, previsto para atender até 3,6 milhões de Microempreendedores Individuais (MEI) que se enquadravam no projeto, tendo até três salários mínimos. O objetivo era estimular os microempreendedores a não fecharem seus negócios no momento de crise, pois o impacto não seria somente nesses negócios, mas também afetaria os funcionários, fornecedores e a comunidade, em geral, piorando a situação econômica do país.

Desse modo, muitos optaram por empreender como alternativa de fonte de renda. De acordo com dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o Brasil está entre os países mais empreendedores do mundo, com 43 milhões de empreendedores entre 18 e 64 anos desenvolvendo alguma atividade empreendedora (GEM, 2020). Apesar da importância econômica do empreendedorismo para o país, com a pandemia, a maior parte se tornou empreendedores por necessidade. Muitas delas sem nenhuma orientação financeira e administrativa, o que dificulta muito o empreendimento e muitos desistem por não saberem lidar com seus negócios para que se tornem sólidos e lucrativos.

Assim, a presente pesquisa buscou analisar os impactos da pandemia da Covid para o empreendedorismo no Brasil. Para alcançar esse objetivo, foi utilizada a pesquisa qualitativa para captar os aspectos do fenômeno estudado que, no caso deste trabalho, se deu a partir da definição de “empreendedorismo” como objeto de estudo. Assim, foram aplicadas as pesquisas bibliográfica e documental, bem como foi realizado um levantamento de dados secundários para validar o que foi apontado na literatura.

O presente capítulo está organizado em 3 seções, além da presente introdução, foi realizada uma caracterização do empreendedorismo no país, seguida de uma discussão sobre as políticas públicas e os principais desafios enfrentados durante a pandemia.

EMPREENDEDORISMO E A PANDEMIA

O termo "empreendedorismo" começou a ser empregado de maneira mais abrangente no Brasil em meados da década de 1990. Contudo, esse conceito já era amplamente utilizado em outros países capitalistas, como os Estados Unidos. A popularização do termo, no Brasil, foi impulsionada pela preocupação do governo em relação à alta taxa de mortalidade prematura das pequenas e microempresas que surgiam no país. Além disso, o crescimento do emprego informal, decorrente das elevadas taxas de desemprego na década de 1990, também contribuiu para o aumento da ênfase no empreendedorismo como uma opção para dinamizar a economia.

Filion (1999) define empreendedorismo como o processo de identificar oportunidades e transformá-las em negócios sustentáveis. As definições destacam a inovação e a criação de valor como aspectos centrais do empreendedorismo. Além disso, a prática tem se destacado como uma alternativa viável de inserção no mercado de trabalho, especialmente em contextos de escassez de emprego. Para os jovens, o empreendedorismo oferece uma forma de identificar novas oportunidades e gerar renda, desempenhando um papel significativo na economia ao contribuir para a empregabilidade, produtividade e inovação.

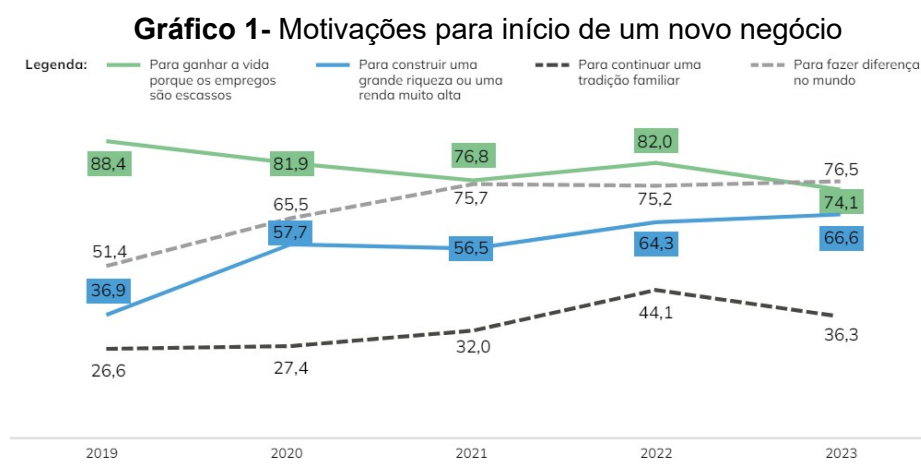
Nessa mesma linha de pensamento, Dornelas (2008) destaca a importância do empreendedorismo na criação de empregos e no desenvolvimento econômico. Segundo ele, empreendedores são agentes de mudança que introduzem inovação e dinamismo nas economias, promovendo crescimento e competitividade. Além disso, Dornelas enfatiza que o empreendedorismo não se limita apenas à criação de novos negócios, mas também abrange a capacidade de inovar e de melhorar processos dentro de organizações existentes.

No cenário brasileiro, observa-se que a preocupação com a criação de empresas e o abrandamento das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos, se configuram como elementos fundamentais que têm recebido atenção do governo e demais atores sociais (Dornelas, 2008).

O empreendedorismo tem sido difundido no país, graças a iniciativas governamentais, em colaboração com instituições de ensino públicas e privadas, além de entidades de classe. Uma das primeiras iniciativas para fomento do empreendedorismo no Brasil foi o Programa Brasil Empreendedor, instituído no ano de 1999, tendo como meta impactar cerca de milhão de empreendedores brasileiros, os apoiando desde a criação do plano de negócio até a captação de recursos financeiros. Ainda incipiente, o programa buscou estratégias de geração de renda, manutenção e criação de postos de trabalho, mediante capacitação e destinação de créditos para esses segmentos.

Nesse contexto, cabe destacar algumas informações. Segundo pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020), o índice de empreendedores por necessidade no Brasil é alto, decorrente das características desiguais do país. Nos Estados Unidos, a grande maioria dos empreendedores são classificados por oportunidade; são pessoas que já têm um conhecimento sobre o mercado e ficam atentas a oportunidades, são ousadas e buscam inovação. Ou seja, no caso brasileiro, a atitude de empreender por necessidade está associada às condições de acesso ao trabalho, níveis de desemprego, renda insuficiente e, com a pandemia, esse cenário ficou mais preocupante.

Dados da pesquisa GEM, de 2023, mostram que 93 milhões de brasileiros estão envolvidos com empreendedorismo, e o Brasil é o 2º país do mundo com mais pessoas interessadas em ter o próprio negócio. Segundo o relatório, entre os motivos que levaram a começar um novo negócio destacam-se "ganhar a vida porque os empregos são escassos" e "para fazer diferença no mundo", conforme o Gráfico 1.



Fonte: GEM, 2023

Como é possível observar, apesar da queda entre 2022 e 2023, a motivação “para ganhar a vida porque os empregos são escassos” possibilita fazer uma relação com a realidade brasileira, pois muitos empreendem por não terem oportunidade de inserção no mercado de trabalho formal, ou seja, por necessidade.

Em uma análise de gênero, o empreendedorismo feminino vem crescendo e contribui significativamente para o crescimento da economia e a redução da pobreza no Brasil e no mundo. No contexto da pandemia, o mercado mudou e os hábitos dos consumidores também. As mulheres empreendedoras, devido à dupla jornada, sofreram um impacto negativo maior na hora de empreender durante a pandemia, (Fernandes, 2023). As motivações para as mulheres empreenderem são diversas, especialmente por falta de oportunidade no mercado de trabalho e necessidade de renda para a família (GEM, 2023; Fernandes, 2023). Muitas tiveram que se adaptar ao *e-commerce* e ao marketing digital para manter suas atividades e não ter que encerrar as empresas e, para aquelas que não estavam habituadas com essas ferramentas, foi um processo de grandes desafios.

Guimarães et al (2022), Lima e Abreu (2020) e Costa (2020) relatam o aumento da vulnerabilidade socioeconômica provocado pela pandemia, quando os direitos trabalhistas ficaram mais escassos e houve uma tendência à informalidade no mercado. Apesar do aumento da formalização dos MEIs (microempreendedor individual), um dos grandes desafios ainda é a informalidade, pois de acordo com Costa (2020, p. 972):

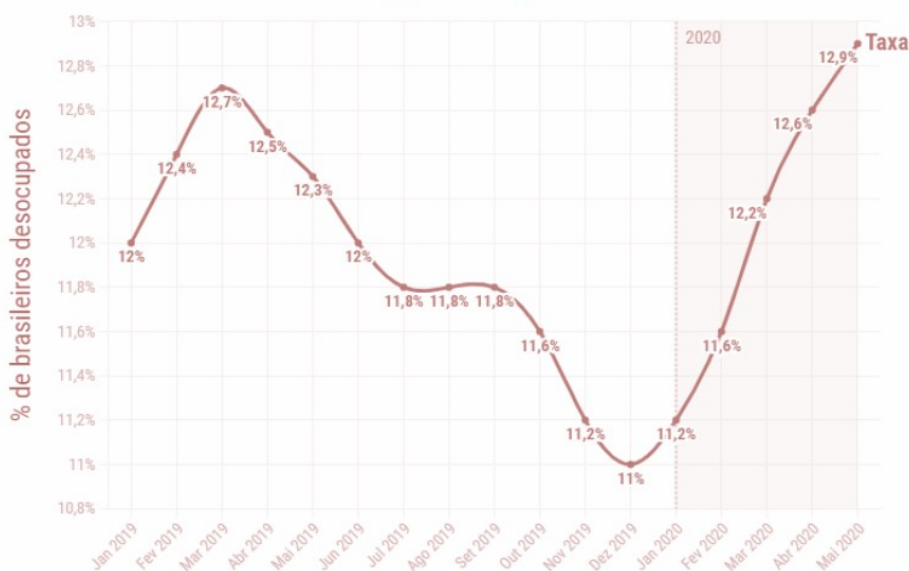
A pandemia, nesse contexto, atinge com maior intensidade a população que vive na informalidade e reside em áreas precárias, ou seja, que tem rendimentos baixos e irregulares, sem acesso a água potável, moradia digna, sistemas privados de saúde e sistema de proteção social vinculado à carteira de trabalho assinada, como férias, salário mínimo, 13º salário, Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), licença-maternidade, licença médica e seguro-desemprego (Costa, 2020, p. 972).

Outra questão tratada por Lima e Abreu (2020) é a mudança no mundo do trabalho, trazendo grandes dificuldades para a juventude no Brasil, mesmo com mais anos de estudos do que os pais “(...) a juventude contemporânea se depara, cada vez mais, com um mundo do trabalho hostil, que retira direitos, fragiliza e terceiriza profissões, fenômeno generalizado no capitalismo mundial, já denominado de “uberização” do trabalho” (Lima; Abreu, 2020, p. 57).

RESULTADOS E DISCUSSÃO: IMPACTO SOCIOECONÔMICO DA PANDEMIA

Conforme já abordado, a pandemia da Covid-19 alterou significativamente as relações de trabalho, trazendo maiores dificuldades, especialmente para a população que vive em situação de vulnerabilidade. De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), logo nas primeiras semanas de julho de 2020, em decorrência da pandemia, os índices de desemprego no Brasil chegaram a 12,9% conforme mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 2- Taxa de desemprego no Brasil



Fonte: Guimarães et al, 2022

Segundo dados do Governo Federal, disponibilizados em seu portal oficial, em 2022 as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) constituíam 99% da totalidade das empresas brasileiras, sendo responsáveis por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) e também por 62% dos empregos. A maior parte delas é composta por Microempreendedor Individual (MEI), dos quais 40% são mulheres empreendedoras.

De acordo com dados do SEBRAE- SP, em uma pesquisa realizada juntamente com o Banco Mundial⁷ foram levantados dados de 1677 empresas no estado de São Paulo. Essas empresas foram contatadas por telefone a cada dois meses durante a pandemia para coleta de vários dados como: evolução do faturamento, emprego, acesso a

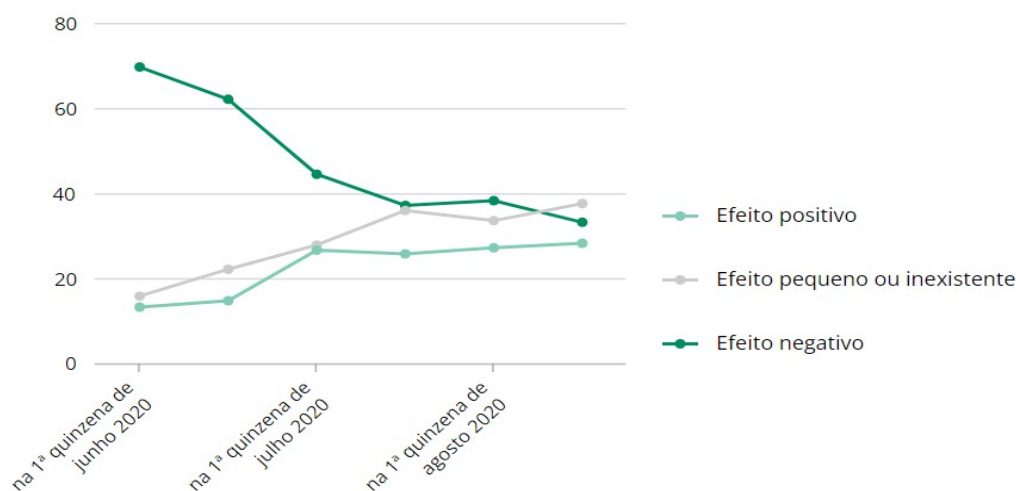
⁷ Para mais informações: <https://news.un.org/pt/story/2020/11/1733902>

crédito e políticas públicas. O foco da pesquisa foi as empresas enquadradas no Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP). Dessas empresas, 42% eram identificadas tendo mulheres como proprietárias ou sócias.

Ainda de acordo com a pesquisa, empresas do mesmo porte lideradas por mulheres tiveram um encerramento médio de atividades cerca de uma semana antes quando comparada às empresas lideradas por homens. Quando analisado o faturamento, as empresas lideradas por homens tiveram uma redução em torno de 50% de seu faturamento, já as lideradas por mulheres tiveram uma diminuição mais acentuada, atingindo 59%. Os desafios também são maiores para as mulheres empreendedoras no que se refere ao aumento da responsabilidade em conciliar múltiplas tarefas, como as atividades domésticas, o trabalho em *home office*, escolas com aulas remotas e cuidado com os filhos.

Ao analisar o setor de varejo, foi possível observar que esse segmento foi um dos que sofreu drásticas mudanças, pois possui uma grande diversidade de negócios. Conforme Kotler (2012, p. 482), “o varejo inclui todas as atividades relativas à venda de bens e serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal”, ou seja, esse setor está presente em muitos canais de comercialização e foi impactado com o fechamento de serviços considerados não essenciais, alteração nos horários de funcionamento e a obrigatoriedade do uso de máscaras para minimizar o contágio.

De acordo com o IBGE (2021), conforme o gráfico abaixo, na segunda quinzena de agosto de 2020, 33,5% das empresas relataram que a pandemia teve um efeito negativo sobre a empresa; 28,6 % das empresas em funcionamento reportaram que a pandemia teve um efeito positivo sobre a empresa. Além disso, 8,1 % das empresas tiveram que reduzir o número de funcionários.

Gráfico 3- Efeitos negativos da pandemia sobre as empresas

Fonte: IBGE (2021)

Ainda conforme o IBGE (2021), sobre as vendas de produtos e serviços, as empresas alegaram que houve uma diminuição em 32,9%; enquanto que 31,4% reportaram dificuldades para fabricar produtos ou atender clientes. Essa informação era esperada diante das medidas de restrição e reforçada pelos números de 46,8%, que tiveram dificuldade para acessar fornecedores de insumos, matérias-primas e mercadorias.

Além das políticas públicas, as estratégias adotadas pelos varejistas foram essenciais para manterem suas empresas ativas, tais como manter a segurança de seus funcionários, adotar tecnologias digitais e implementar o teletrabalho.

Com relação à taxa de empreendedorismo, no primeiro quadrimestre de 2022, foram contabilizadas mais de 1,3 milhão de empresas no país, mesmo em um contexto de pandemia, quando foram fechadas nos primeiros quatro meses do ano 541,884 empresas. Em contrapartida, foram abertas mais de 808,243 empresas, fazendo, assim, que o número de empresas atualmente ativas no país subisse para 19.373.257 no mesmo período.

Segundo o Sebrae, em 2021, mesmo em meio a pandemia, foram mais de 3,9 milhões de pessoas empreendedoras que se formalizaram como MEI ou micro e pequenas empresas. Constatou-se que o MEI pode ser uma opção de fonte de renda diante da crise da Covid 19. Essa modalidade pode melhorar a economia e traz vantagens para os

empreendedores que eram informais e também para os novos. Dentre essas vantagens podemos citar:

- Possibilidade de emissão de notas fiscais;
- Acesso a organizações como o SEBRAE que estimulam e dão apoio técnico na criação e diversos treinamentos;
- Possibilidade de fornecimento de produtos e serviços ao governo;
- Possibilidade de aquisição empréstimos com juros mais baixos;
- Simplificação tributária com isenção de impostos. A tributação é feita de uma forma simplificada, com pagamento de uma única guia com um valor bem abaixo e simplificado que outras modalidades.

AÇÕES GOVERNAMENTAIS EM RESPOSTA À CRISE SANITÁRIA

Com a pandemia da COVID-19 e a crise econômica no Brasil, o governo criou medidas para amenizar as consequências na economia nacional. Assim, os governos federais, estaduais e municipais implementaram diversos auxílios para injetar dinheiro e tentar fazer com que o comércio continuasse em movimento.

Durante a pandemia, observaram-se medidas diferenciadas adotadas pelo Governo Federal, principalmente quanto às ações orientadas pela OMS (Organização Mundial para a Saúde). A exemplo, a manutenção ou não dos comércios não essenciais com funcionamento normal: alguns governos estaduais e municipais tenderam a seguir as recomendações da OMS e mantiveram apenas os serviços essenciais, como supermercados, empresas de alimentação, farmácias e laboratórios, serviços bancários, transporte público, segurança e empresas de comunicação. O fechamento de comércios não essenciais intensificou a venda por meio on-line, principalmente por redes sociais, levando algumas lojas a encerrarem suas atividades em lojas físicas, mesmo depois do comércio poder abrir os seus pontos normalmente. Em contrapartida, é importante ressaltar que algumas empresas vinculadas a produtos com grande demanda durante a pandemia, como máscaras, seringas, agulhas e luvas, não estavam preparadas para a demanda que surgiu e fez com que esse setor tivesse um grande aumento nas suas atividades.

Ainda sobre as medidas restritivas, conforme índice elaborado na pesquisa do Moraes (2020), para medir o grau de rigidez das medidas legais de distanciamento social adotadas pelos governos, houve a adoção de medidas diferenciadas pelas unidades federativas do país. Nesse sentido, apesar de ter ocorrido de forma descentralizada, os governos estaduais e prefeituras adotaram, em certo sentido, ações de distanciamento social. Dito isso, as pequenas empresas foram impactadas nesse processo, em maior ou menor escala.

Durante a pandemia, muitos empresários buscaram uma linha de crédito emergencial para pagar as despesas e os salários dos empregados, com o objetivo de evitar um colapso total na economia e diminuir os índices de desemprego. O governo criou alguns programas em apoio às micro e pequenas empresas, entre eles:

- PESE- Programa Emergencial de Suporte e Empregos, foi criado em agosto de 2020, pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), a fim de destinar recursos para empresas realizarem o pagamento da folha salarial e de verbas trabalhistas; foram beneficiados mais de 1,9 milhão de trabalhadores no Brasil.
- PRONAMPE- Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, o benefício proporcionou crédito para apoiar os pequenos, porém a empresa deveria estar funcionando a no mínimo um ano.

Além dos programas, o Governo criou medidas provisórias para minimizar os impactos causados pela crise. Algumas delas foram:

- Medida provisória 944/2020 (Programa Emergencial de Suporte a Empregos): criada com o objetivo de ajudar as empresas com renda anual entre R\$ 360 mil e 10 milhões de reais a honrar os pagamentos de seus funcionários; foram investidos cerca de R\$ 34 bilhões para financiar as folhas salariais das empresas (Santos; Oliveira, 2021).
- Medida provisória 936/2020: implementada para permitir que as empresas reduzissem a carga horária dos trabalhadores, com o pagamento diluído dos

salários, ficando o governo responsabilizado pelo pagamento, em casos de redução ou suspensão do contrato de trabalho.

- Auxílio emergencial: disponibilização do valor de R\$ 600 reais a pessoas desempregadas que se encaixavam nos requisitos estabelecidos, permitindo que não lhes faltassem itens de necessidade básica. Essa medida atuou na tentativa de aquecer o mercado, evitando quedas mais drásticas na economia.

Outra alternativa criada pelo Governo Federal foi o incentivo a pequenas e médias empresas para renegociar suas dívidas, podendo postergar os vencimentos em até 60 dias, criando como exceção dívidas com cartão de crédito e cheques especiais (Santos; Oliveira, 2021).

Ademais, outras medidas que podem ser destacadas: banco de horas; alterações de férias; pagamento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS); pagamento antecipado do décimo terceiro salário aos aposentados pensionistas; verbas adicionais para beneficiários do programa Bolsa Família e iniciativas em âmbito Estadual e Municipal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou mostrar medidas tomadas pelos atores sociais em meio à Pandemia da Covid-19, que por meio do empreendedorismo buscaram condições para uma renda digna; também abordou as principais dificuldades enfrentadas pelos novos empreendedores.

Considerando que o empreendedorismo contribuiu para o desenvolvimento econômico do país, por meio da geração de emprego e renda, espera-se que os resultados dessa pesquisa possam auxiliar com as discussões acerca do empreendedorismo.

O mundo está em constantes mudanças, se tornando cada vez mais dinâmico e complexo. Em meio ao cenário pós-covid 19, que causou grandes impactos socioeconômicos, muitas empresas não tiveram outras alternativas a não ser o encerramento de suas atividades, em definitivo ou parcialmente, gerando grandes perdas de emprego.

Sabemos o quão importante é o papel do empreendedorismo para a economia dos países. Contudo, faz-se importante destacar as condições de trabalho nas quais esses

empreendedores estão inseridos, pois muitos estão em categorias de trabalhos precarizadas, com pouco ou nenhum direito trabalhista. Assim, como sugestão de trabalho futuro, é fundamental realizar uma análise sobre a problemática apontada, bem como os desafios enfrentados com empresas que são lideradas por mulheres, conforme dados levantados pelo Sebrae. Ademais, o presente estudo possui perspectivas de avanços teóricos, pretende-se realizar um levantamento amostral com dados das unidades federativas. Desse modo, a investigação poderá ter uma maior representatividade e possibilitar novos achados teóricos para o caso brasileiro.

Por fim, o Brasil é reconhecido como um dos países mais empreendedores do mundo. Nesse contexto, muitos brasileiros enxergam no empreendedorismo uma maneira de prover sustento para si e suas famílias. No entanto, um desafio significativo é que uma grande parcela dessas pessoas empreende por necessidade, sem possuir o preparo adequado ou o conhecimento básico sobre o planejamento estratégico de mercado, fundamental para a estabilização e a manutenção bem-sucedida de suas atividades comerciais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADJUTO, G. **Quase 4 milhões de novos negócios foram abertos em 2021**. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-02/quase-4-milhoes-de-novos-negocios-foram-abertos-em-2021>. Acesso em 31 de julho de 2022.

BONA, A. **Empreender por oportunidade ou necessidade?** Negócios & Tecnologia. 2019. Disponível em: Acesso em 20 julho 2022.

BRASIL. **Mais de 1,3 milhão de empresas são criadas no país em quatro meses**. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/julho/mais-de-1-3-milhao-de-empresas-sao-criadas-no-pais-em-quatro-meses>. Acesso em 31 de julho de 2022.

COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 4, p. 969-978, 2020.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FERNANDES, A. A. **O impacto da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo feminino**: Uma revisão sistematizada de literatura. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal de Uberlândia, 2023.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, 34(2), 5-28, 1999.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2023**. GEM – Global entrepreneurship monitor, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5-1.pdf>

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2020**. Estados Unidos: GEM – Global entrepreneurship monitor, 2013. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp. Acesso em: 05 de julho de 2020.

GUIMARÃES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORRÊA, T. M. M. O empreendedorismo no contexto da covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. **Revista Pensar Acadêmico**, v. 1, n. 6, 2022.

IBGE – **DESEMPREGO**. Disponível em: <http://www.covid19.ibge.gov.br/explica/desemprego.php> />. Acesso em 20 de novembro de 2022.

IBGE. **Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da Covid-19 nas Empresas**. Disponível em: www.covid19.ibge.gov.br. Acesso em 03 abr. 2024.

LIMA, E. de S.; ABREU, K. E. Dificuldades de jovens sem vínculo formal de emprego durante a pandemia da covid-19: limites do empreendedorismo em tempos de crise. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, v. 3, n. 9, p. 56–73, 2020. DOI: 10.5281/zenodo.4009914. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/64>. Acesso em: 3 jun. 2024.

MATOS, J. **A Indústria 4.0 na Economia Brasileira: Seus benefícios, impactos e desafios**. 2018. Monografia do curso de Ciências Econômicas. Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais.

MORAES, R. F. **Nota Técnica** -Medidas legais de incentivo ao distanciamento social: Comparação das políticas de governos estaduais e prefeituras das capitais no Brasil. Brasília: IPEA; 2020.

RICHARDSON, M. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo, 1999.

SANTOS, J. E.; OLIVEIRA, E. C. Empreendedorismo e incentivos governamentais para a sobrevivência de empresas no período da pandemia do coronavírus. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, [s. l.], v. 9, ed.1,17 maio 2021.Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/issue/view/2503>. Acesso em: 21 abril 2022.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DE CONSUMIDORES EM HAMBURGUERIAS DE PATOS DE MINAS NA PLATAFORMA IFOOD: UM ESTUDO DOS CRITÉRIOS OBJETIVOS DE AVALIAÇÃO

Luana Cristina Nascimento Vaz⁸

Cíntia Fonseca Magalhães⁹

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar e interpretar os comentários postados durante 90 dias do corrente ano de 2023, na plataforma iFood em hamburguerias de Patos de Minas e identificar os principais critérios objetivos neles presentes. Dentre os 60 estabelecimentos cadastrados na plataforma, no segmento de lanches, foram selecionadas dez hamburguerias para coleta e análise dos comentários. A popularização da internet como fonte de informações facilitou sua utilização para fins comerciais, impulsionando o avanço tecnológico e a disseminação de dispositivos digitais e aplicativos móveis. Essa transformação comercial provocada pelo uso de novas tecnologias, fortaleceu o relacionamento com o cliente e facilitaram o retorno do consumidor. Torres (2018) destaca a importância dos comentários online, que promovem vantagens competitivas à empresa, por ser uma opinião espontânea de baixo custo que o cliente descreve sua experiência, permitindo aos estabelecimentos implementar melhorias direcionadas à satisfação do cliente. Assim, esta pesquisa coletou e classificou os comentários conforme método de Araújo (2021). A análise dos mesmos apresentou que, dentre os critérios objetivos que os consumidores compartilham na hora de descrever suas experiências, os principais são: entrega, sabor, atendimento, temperatura, quantidade, valor, fidelidade, embalagem e apresentação. Percebeu-se que o prazo de entrega do pedido e o sabor possuem maior significância. Um plano de bom atendimento e boas práticas para as hamburguerias foi elaborado. Conclui-se que, em tempos atuais, as empresas devem estar atentas a opinião do cliente e utilize seu retorno para implementar estratégias de solução e melhorias, que vem de várias fontes.

Palavras-chave: Delivery. Estabelecimento. Opinião.

INTRODUÇÃO

Em 2017, o jornalista Oabah Butler criou uma página de um restaurante falso no TripAdvisor e alcançou o incrível resultado de 89 mil visitas em um único dia e atingiu o 1º lugar entre os restaurantes mais bem avaliados em Londres, sem nem mesmo possuir um

⁸ Graduada em Administração pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM), campus Patos de Minas.

⁹ Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização pelo Instituto Politécnico do Porto, Portugal. Professora do IFTM (Patos de Minas). cintiamagalhaes@iftm.edu.br

restaurante (Butler, 2017). A pergunta mais óbvia é como Butler conseguiu que um restaurante que não existia fosse considerado o melhor restaurante em Londres, em apenas seis meses. O jornalista alimentou o *site* com comentários falsos; contou com a ajuda de amigos e conhecidos pedindo-lhes para “relatar” uma experiência encantadora com o falso restaurante.

Diante do sucesso do caso, no qual o restaurante inexistente recebia solicitações de reserva de pessoas de toda a cidade de Londres e até do Canadá, é possível identificar a influência significativa dos comentários em mídias sociais no crescimento do estabelecimento. Assim, ao observar como um comentário pode impactar o desenvolvimento de uma empresa, surge a necessidade de analisar o conteúdo das descrições e identificar quais critérios objetivos possuem maior relevância entre os usuários no momento de comentar sobre sua experiência pós compra.

Esta multiplicação dos comentários foi possibilitada pela internet que viabiliza o compartilhamento de opiniões acerca de um determinado produto ou marca. Já a introdução de novas tecnologias no mercado consumidor possibilitou a extensão dessa facilidade de uso aos aplicativos de *delivery* de alimentos (Kotler; Armstrong, 2015). Estes aplicativos de *delivery* alimentício, atualmente, contam com a opção de postagem de comentários, que ficam disponíveis para leitura de outros usuários. Estes podem, ou não, possuir interesse na experiência dos demais consumidores.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar os comentários realizados na plataforma iFood em hamburguerias de Patos de Minas, que avaliam as mesmas após a compra do consumidor nos últimos 90 dias, quais sejam: 14 de junho de 2023 a 11 de setembro de 2023 e identificar os principais critérios objetivos. Desse modo, o estudo tem os seguintes objetivos específicos:

- Coletar os comentários objetivos publicados durante 90 dias na plataforma iFood;
- Classificar os comentários em cinco categorias sendo elas melhor avaliado, bem avaliado, neutro, mal avaliado e pior avaliado;
- Analisar e interpretar os critérios objetivos presentes nas avaliações;
- Apresentar um plano de bom atendimento e boas práticas para as hamburguerias.

Para executar os objetivos propostos, foram selecionadas dez hamburguerias, em Patos de Minas, dentre os 60 estabelecimentos cadastrados no iFood na cidade, para coleta, classificação e análise desses critérios. Os comentários que descrevem a

experiência do consumidor foram coletados e classificados seguindo o método de Araujo (2021), que visa avaliar o impacto e as emoções dos esforços da empresa, assim como os obstáculos de *branding* da marca, sendo classificados nas cinco categorias elencadas anteriormente.

Dessa forma, a pesquisa analisou os comentários realizados durante 90 dias do presente ano de 2023, constantes na plataforma iFood, em hamburguerias de Patos de Minas e identificou os critérios objetivos presentes na descrição da experiência dos clientes. Com isso, um plano de bom atendimento e boas práticas para as hamburguerias foi apresentado, com o objetivo de auxiliar na antecipação das demandas dos clientes e promover melhorias em seus processos e produtos visando o atendimento das necessidades dos consumidores.

REFERENCIAL TEÓRICO

A PLATAFORMA IFOOD

Nos dias correntes, é comum que, ao viajar ou até mesmo em casa, as pessoas se depararem, muitas vezes, com o desejo de experimentar alimentos diferentes. Devido a uma rotina corrida, que impossibilita o preparo de alimentos, e dificuldades de locomoção, os consumidores recorrem a utilização de aplicativos de *delivery* de comida. Dentre os aplicativos que prestam esse serviço, foi constatado que a plataforma iFood é a mais utilizada pelos brasileiros (Abrasel, 2021). Trata-se de uma prestadora de serviços que tem como objetivo fornecer um ambiente online que integre consumidores, restaurantes e entregadores.

A empresa teve seu início no ano de 2011, como Disk Cook, e a forma de prestar o serviço aos clientes era por meio de um guia impresso, que por meio de uma central telefônica recebia os pedidos por telefone. Como pode-se observar, tudo ocorria fora do ambiente online. Em 2012, visando alcançar mais clientes e proporcionar uma experiência completa - desde a seleção do restaurante até a entrega dos pedidos - a Disk Cook passou a se chamar iFood e aproveitou as oportunidades do mundo digital para lançar seu aplicativo (iFood News, 2022).

No ano de 2015, a empresa alcançou a marca de 1 milhão de pedidos, triplicando seus resultados em 2016. Com o aumento de pedidos, a empresa passou a incorporar em sua plataforma, novos segmentos de estabelecimentos parceiros, tais como: farmácias, *pet shops* e supermercados. Seu objetivo era diversificar e expandir a cartela de serviços ofertando produtos conectados às necessidades e gostos de seus usuários. Além disso, com o objetivo de melhorar a experiência dos consumidores, a empresa se fundiu com as empresas Restaurante Web, Rapiddo e Spoon Rokat, visando aumentar sua área de atuação, a quantidade de entregas e consolidar o modelo de logística.

O PÓS-VENDA NO MARKETING

Para Novaes (2007), o pós-venda compreende a fase de continuidade da relação entre o cliente e a empresa, sendo uma fase importante para a marca, uma vez que, a maioria dos problemas com os bens e os serviços são constatados no domicílio do consumidor. Assim, o atendimento e o canal de suporte devem ser estruturados com base no tipo de produto e serviço, com a finalidade de atender às demandas e dar continuidade a relação entre ambos.

Ainda sobre o pós-venda, Kotler et al. (2017) complementa que os consumidores em sua experiência após a compra, buscam avaliar o desempenho do item com base nas informações e promessas da empresa. Para isso, Kotler e Armstrong (2015) orientam que as empresas ofereçam somente o que elas conseguem cumprir de fato, evitando a frustração.

O *feedback* do cliente após o consumo, pode gerar transtornos às empresas que não estejam abertas a aprimorar suas atividades. Um exemplo, é a falta de motivação do consumidor gerada pelo desapontamento no pós-venda, no qual o mesmo não possui vontade de recomendar a marca, devido à frustração com o não atendimento de suas expectativas (KOTLER; ARMSTRONG, 2015). Assim, para Ladeira e Santini (2018), tanto a experiência quanto os objetivos do cliente exercem influência na tomada de decisão, os quais têm os objetivos e as experiências dos clientes formando seus comportamentos e ações.

Dessa forma, o pós-venda demonstra ser uma fase importante para a empresa conhecer seu cliente, realizar novos negócios, e aprimorar seus produtos e serviços. De

acordo com Novaes (2007), o pós-venda é responsável por promover a competitividade global, uma vez que exerce a satisfação das necessidades do cliente, avaliando o desempenho do produto ou serviço prestado. As marcas devem promover a melhoria de seus processos com foco no cliente, sendo o *feedback* do cliente uma forma de identificação do desempenho dos esforços da empresa.

OS COMENTÁRIO E SEUS CRITÉRIOS OBJETIVOS

Para Filho (2012), uma das maiores virtudes das organizações que visam à qualidade de seus produtos e serviços é a competitividade no mercado. A prática de acompanhar o mercado para atender às necessidades e aos desejos dos clientes torna a empresa altamente competitiva, resultado muitas vezes da capacidade de controle, evolução de técnicas e processos organizacionais, assim como capacidade de adaptação às mudanças e avanço ao atendimento às exigências do mercado.

Para isso, uma das formas de conhecer a opinião dos clientes é por meio dos comentários postados nas plataformas online. De acordo com Candeloro (2006), o comentário é uma devolutiva gratuita, que contribui para a coleta de informações sobre o desempenho de seus produtos e serviços ao cliente.

Kotler e Armstrong (2015) afirmam que o consumidor pode obter percepções distintas, mesmo que expostos aos mesmos estímulos. Tal fato ocorre, pois, a atenção pode variar mediante o momento em que o estímulo é aplicado, assim o cliente pode interpretar de várias formas as informações, além de ter uma propensão maior a ignorar pontos positivos de concorrentes e se lembrar de pontos positivos de marcas que esse já possui preferência.

Concomitantemente a isso, a opinião, por ser subjetiva, depende da perspectiva de cada cliente, os usuários do Ifood se tornam mais expostos a opiniões negativas, o que pode impactar a decisão de um cliente. Quando analisado, no entanto, de forma individual, o cliente, por vezes, realiza uma análise subjetiva, utilizando-se de critérios próprios e previamente formados e consolidados, que não podem ser alterados, atrelando a qualidade a critérios pré-estabelecidos (Turchi, 2019).

Assim, por mais que a descrição da opinião do consumidor seja subjetiva, é possível identificar critérios objetivos. Por exemplo, para um consumidor que comenta: “A entrega

hoje demorou quarenta minutos além do horário previsto” e relaciona esse atraso a uma experiência negativa, resultando em uma avaliação baixa. Outro consumidor comenta: “O produto é muito bom, o sanduíche é uma delícia, mas a entrega deixa muito a desejar um absurdo quase 40 minutos de atraso!” Percebe-se que mesmo relacionando o atraso da entrega a uma característica negativa, avalia positivamente o estabelecimento.

Por fim, embora os clientes possuam uma perspectiva divergente e subjetiva, ainda assim, é possível identificar que ambos possuem um critério objetivo. Tais argumentos são afirmados por Akel et al. (2012) que abordam a satisfação como resultado do atendimento das necessidades do cliente, resultante da expectativa e entrega dos produtos e serviços.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa do presente projeto, visa identificar os critérios objetivos dos comentários postados no aplicativo iFood, nos últimos 90 dias, sendo analisados os estabelecimentos do ramo de hambúrgueres em Patos de Minas. É importante para essa pesquisa, definir o período de análise dos comentários. As avaliações coletadas para essa pesquisa são dos últimos 90 dias (14 de junho de 2023 a 11 de setembro de 2023), uma vez que a plataforma do iFood disponibiliza para consulta apenas as experiências compartilhadas nesse período.

Para o estudo, o segmento selecionado foi o ramo de hamburguerias, devido a alta participação desse segmento nos pedidos realizados no aplicativo e consequentemente a maior probabilidade de comentários. O segmento de sanduíches é o líder de pedidos desde o ano de 2019 (IFOOD NEWS, 2023).

O critério utilizado para seleção dos comentários na coleta dos mesmos, não se refere à classificação dada pelo consumidor (Classificação em 5 estrelas) e sim ao conteúdo da avaliação, uma vez que o comentário escrito mensura a percepção do consumidor de forma mais clara.

Para quantificação dos dados foi utilizado o método quantitativo, verificando a quantidade de comentários presentes em cada categoria. Foi utilizado o Excel para organização da classificação dos comentários em: melhor avaliado, bem avaliado, neutro, mal avaliado e pior avaliado. A classificação dos comentários, obedeceu a presente classificação:

- Melhor avaliado - Foram classificados os comentários com expressão direta de admiração, elogios, característica própria e diferencial frente aos concorrentes, como “Maravilhoso, melhor hambúrguer que já provei”.
- Bem avaliado - Foram classificados os comentários que embora sejam positivos foram modestos quanto a forma de se expressar e que não descrevem uma característica do produto ou da sua experiência, como “Muito bom”.
- Neutro - Foram classificados os comentários que não se caracterizam como positivo e negativo, não possuindo expressão e demonstração de elogios ou críticas, como comentários em branco.
- Mal avaliado - Foram classificados os comentários que não descrevem uma característica do produto, com reclamações acerca do produto e políticas do estabelecimento, que embora seja alvo de falhas o consumidor já apresentou interesse pelo estabelecimento e detalha seu sentimento de perturbação, com “Atraso na entrega”.
- Pior avaliado - Foram classificados os comentários que comprometem a experiência do consumidor, gerando emoções negativas de revolta e denuncia, como “Não chegou meu pedido”.

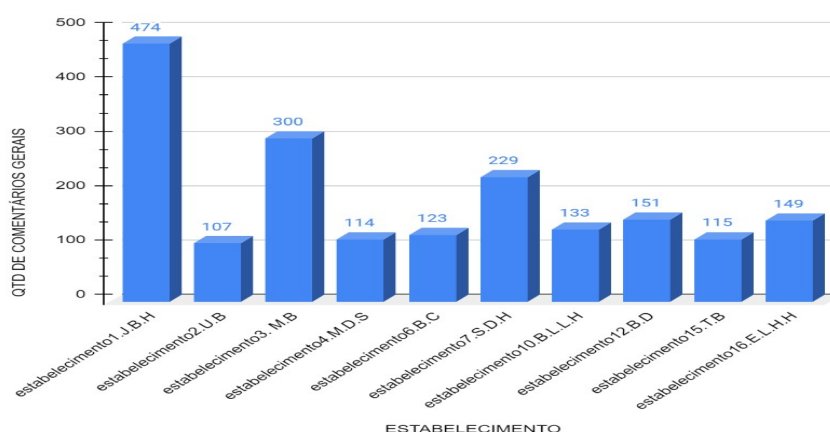
Com os dados coletados e classificados, foram utilizados como procedimento de análise, a interpretação da mensagem descrita nos comentários, utilizado o método qualitativo, tendo-se por base a proposição teórica sobre o tema.

Portanto, após a análise e interpretação dos dados foi elaborado o plano de bom atendimento e boas práticas para as hamburguerias. O plano apresentado teve como base a proposição teórica sobre os critérios objetivos percebidos na análise e interpretação dos comentários, apresentando estratégias a empresas para utilização da devolutiva na melhoria de seus processos e produtos. O plano tem como foco o atendimento às necessidades do cliente.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos estabelecimentos selecionados foram totalizadas 1.895 avaliações. Os estabelecimentos foram selecionados com base no número total de comentários recebidos na plataforma, sendo observado o foco de atividade comercial dos restaurantes no seguimento de hamburguerias. A Figura 1, abaixo, apresenta o total de avaliações de cada estabelecimento:

Figura 1: Total de comentários por estabelecimento



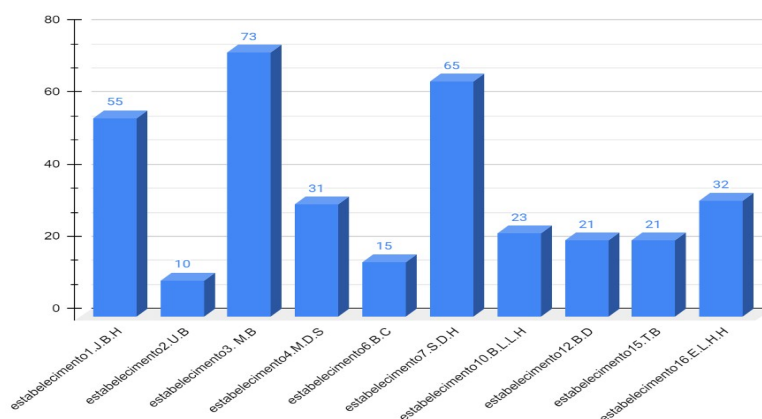
Fonte: Elaborado pelo autor

A Figura 1 apresenta a quantidade de avaliações de cada estabelecimento, à direita é possível identificar o restaurante.

Cabe destacar que, nesse valor fica compreendido também os comentários neutros, quais sejam, os que não se caracterizam nem como positivo e nem negativo, não possuindo expressão e demonstração de elogios ou críticas, como comentários em branco.

Com base no objetivo da pesquisa de analisar os comentários realizados na plataforma iFood em hamburguerias de Patos de Minas nos 90 dias acima designados, foram transcritos as avaliações com descrição escrita da experiência pós compra. A quantidade de comentários escritos foi de 346 avaliações. A figura 2, abaixo demonstra a quantidade de avaliações de cada estabelecimento:

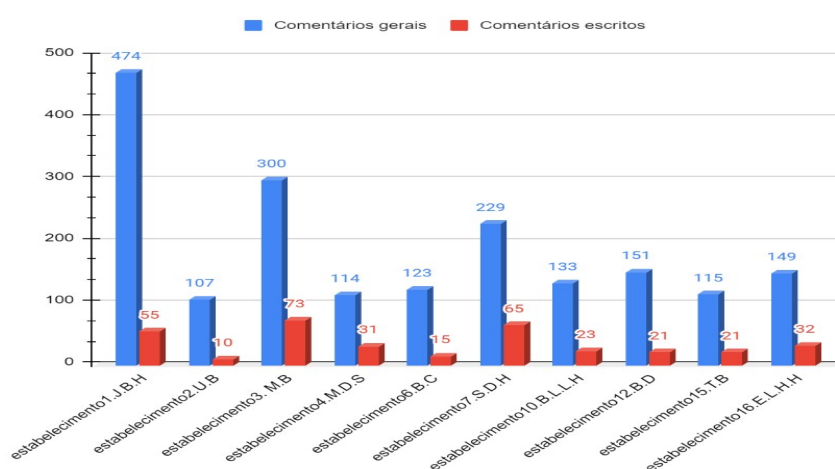
Figura 2: Quantidade de comentários escritos por estabelecimento



Fonte: Elaborado pelo autor

É notório, que a quantidade de comentários em branco é superior aos comentários escritos, representando 18,26% do total de avaliações, apresentando uma redução de 81,74% frente às 1.895 avaliações gerais percebidas. Todos os restaurantes tiveram um resultado de avaliações com descrição da experiência inferior a 30% em relação a quantidade total de avaliações por estabelecimento, conforme o quadro a seguir. Por exemplo, o estabelecimento “estabelecimento 3. M.B” que obteve a maior participação de comentários escritos entre os estabelecimentos, representou 24,33% em relação a quantidade total de comentários.

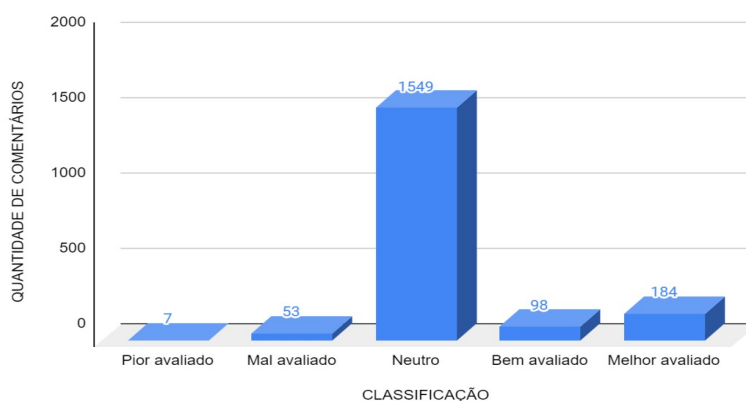
Figura 3: Comparação das avaliações de hamburguerias: Resultados neutros e escritos



Fonte: Elaborado pelo autor

Os comentários que possuíam em sua descrição experiências tanto positivas quanto negativas, foram classificados com base na categoria neutro, devido ao impacto de uma situação desagradável ser mais acentuada para o consumidor.

Figura 4: Classificação dos comentários

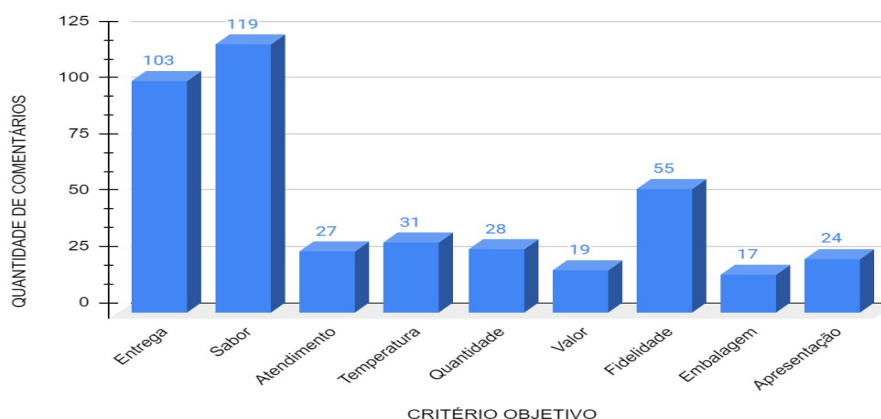


Fonte: Elaborado pelo autor

A Figura 4, acima, apresenta o resultado quantitativo da classificação de todos os 1.895 comentários, em cada categoria. Percebe-se que a categoria de avaliação “neutro” possui expressivamente maior participação que as demais categorias. A demonstração contou com a participação das avaliações neutras, com a finalidade de apresentar quantitativamente sua participação total entre os dados.

Com a análise e a interpretação dos 346 comentários escritos dos dez estabelecimentos escolhidos. Conforme Figura 5, foi possível identificar os principais critérios objetivos presentes na descrição da experiência dos consumidores após a compra, sendo eles: entrega, sabor, atendimento, temperatura, quantidade, valor, fidelidade, embalagem e apresentação.

Figura 5: Critérios objetivos



Fonte: Elaborado pelo autor

Assim, muitos são os critérios presentes na descrição de experiência dos consumidores. Observa-se que o monitoramento dos comentários possibilita às empresas acesso a variadas informações, que dizem muito sobre as necessidades e desejos dos clientes.

Desse modo, com base nos critérios objetivos identificados, quais sejam: entrega, sabor, atendimento, temperatura, quantidade, valor, fidelidade, embalagem e apresentação, foi elaborado um plano de bom atendimento para as hamburguerias apresentado no tópico a seguir.

PLANO DE BOM ATENDIMENTO

Além das sugestões de pesquisa acima, apresenta-se um plano de ação que pode ser implementado tanto pelas hamburguerias quanto por outras empresas de outros ramos. Ainda, o plano de bom atendimento pode ser utilizado, tanto por empresas que desejam iniciar suas atividades no iFood quanto por estabelecimentos que já se encontram em parceria com a respectiva plataforma.

Observou-se que os critérios de maior relevância nas experiências dos consumidores na plataforma iFood são: entrega e sabor. Entende-se a participação significativa desses critérios por se tratar de um *delivery* de alimentos. Em relação ao prazo de entrega, esse deve ser mínimo, uma vez que o cliente espera receber um produto de qualidade em um menor tempo. A entrega também influencia outras características dos produtos, tais quais a temperatura, a apresentação e a embalagem.

Para promover um melhor cumprimento da entrega dos itens, as empresas devem investir em treinamentos aos entregadores, no que diz respeito a rota logística, direção segura, manuseio adequado dos produtos e cortesia no atendimento. Ainda é elementar levar em consideração que os consumidores possuem conceitos pré-estabelecidos do produto, no entanto, esses são munidos de informações complementares que são baseadas no tipo de produto e serviço (Turchi, 2019). Assim, por se tratar de uma plataforma de *delivery* de alimentos, o cliente somente possui noção efetiva do produto após a entrega do item, no qual o usuário somente irá reconhecer uma discordância entre expectativa e realidade, devendo a empresa fornecer um suporte adequado para atender a essas demandas.

Portanto, as empresas devem se atentar a todo o processo de entrega e sabor, para que o produto chegue ao domicílio do cliente com qualidade, mantendo a temperatura, a estética e o sabor do alimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estabelecimentos estudados apresentaram 1.895 avaliações e 346 comentários escritos. No qual foi identificado, que os principais critérios objetivos presentes na descrição da experiência dos consumidores após a compra, são: entrega, sabor, atendimento, temperatura, quantidade, valor, fidelidade, embalagem e apresentação.

Ainda, observou-se que os critérios objetivos: sabor e entrega, possuem maior relevância para o consumidor ao realizar uma descrição da sua experiência presentes.

Conclui-se, portanto, que a opinião do consumidor pós-venda é elementar para a empresa para constatar o desempenho de seus esforços. Sendo que, para as empresas, é fator de sobrevivência conhecer seu cliente para bem atendê-lo, mantendo-o e ampliando seu mercado.

Por fim, a importância do atendimento, para as empresas digitais é essencial uma boa gestão de suas mídias e seu suporte ao cliente, além de acompanhamento dos comentários. Esses, por vezes influenciam no relacionamento com o cliente e proporcionam maiores informações quanto à percepção dos consumidores no desempenho dos produtos comercializados. Pode-se perceber o impacto que o acompanhamento das mídias gera na experiência do consumidor, observando a Figura 12, no qual o consumidor sugeriu melhorias ao produto que foram acatadas pela empresa, alterando a avaliação de uma nota três para cinco, nota máxima no aplicativo do iFood.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRASEL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES (18 Ago. 2021) **Brasileiros usam mais de 250 apps de delivery de comida diferentes** — mas iFood lidera disparado. Disponível em: <https://abrasel.com.br/noticias/noticias/brasileiros-usam-mais-de-250-apps-de-delivery-de-comida-diferentes-mas-ifood-lidera-disparado/> _Acessado em: 02 nov. 2023.

ARAÚJO, Cledilson Carlos dos Santos. **Propósito, personalidade e emoção como vias para a construção de sentidos da marca Nubank**. 2021. 183 p. Dissertação (Pós Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação), Universidade Federal de Uberlândia, UFU, Uberlândia, MG.

AKEL, G. M.; GÂNDARA, J. M. G.; BREA, J. A. F. **Métricas da Qualidade da Experiência do Consumidor de Bares e Restaurantes**: Uma Revisão Comparada. Rosa dos Ventos. v. 4, p.416-439, jul-set., 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547090010.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2023.

BUTLER, Oobah. **I Made My Shed the Top Rated Restaurant On TripAdvisor**. Vice, 6 dez. 2017. Disponível em: <https://www.vice.com/en/article/434gqw/i-made-my-shed-the-top-rated-restaurant-on-tripadvisor>. Acesso em: 14 mai. 2023.

CANDELORO, Raúl. **Pós-venda**: Como melhorar o relacionamento e garantir a lealdade de seus clientes. 2. ed. Curitiba: Quantum, 2006.

FILHO, G. V. **Gestão da Qualidade Total**: uma abordagem prática. 4. ed. Campinas: Alínea, 2012.

IFOOD NEWS (2022). **Pensou iFood, pensou em referência em delivery online na América Latina**. Disponível em: <https://news.ifood.com.br/institucional/>. Acesso em: 25 jun. 2023.

IFOOD NEWS (28 mai. 2023). **Chapa quente**: iFood vende cinco hambúrgueres a cada segundo. Disponível em: <https://www.news.ifood.com.br/chapa-quente-ifood-vende-cinco-hamburgueres-a-cada-segundo/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

IFOOD PARA PARCEIROS. (19 dez. 2022). **Comentários dos Clientes sobre a Loja**. Disponível em: <https://blog-parceiros.ifood.com.br/comentarios-dos-clientes/>. Acesso em: 24 out. 2023.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Educação do Brasil, 2015.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**: Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LADEIRA, Wagner; SANTINI, Fernando. **Merchandising & Promoção de Vendas**: Como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital**: Tudo sobre o que você queria saber sobre Marketing e Publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2018.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de Marketing Digital e E-commerce**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CAPÍTULO 5

DAS RELAÇÕES ENTRE ENDIVIDAMENTO, PRECARIIDADE E INSTABILIDADE: UM OLHAR SOBRE PATOS DE MINAS

Nathane Yúrika Magalhães Barbosa¹⁰

Bruno Ricardo Vasconcelos¹¹

RESUMO

Este trabalho se propôs a entender as causas do superendividamento no município de Patos de Minas, por meio de um estudo de caso de alguns consumidores que buscaram a assistência do Procon municipal para renegociar suas dívidas. Ao investigar o contexto econômico e psicossocial desses indivíduos, nota-se que as categorias analíticas da sociologia do trabalho, mais especificamente aquelas associadas à noção de precariado, adequam-se ao desafio da pesquisa. Standing (2014) já afirmava que o precariado trata-se de um grupo social carregado por um fardo distintivo de insegurança e de instabilidade, além de um conjunto específico de reivindicações. São sujeitos vivenciando a insegurança em seus diferentes níveis; sem garantias do mercado de trabalho, de vínculo empregatício formal, de emprego, de renda e benefícios, inseridos numa circunstância altamente flexibilizada e imprevisível. Para tal, fizeram-se necessárias pesquisas bibliográficas, relacionadas à precarização do trabalho. Também foram realizadas entrevistas qualitativas e semiestruturadas com alguns dos sujeitos enfocados pelo projeto. A pesquisa pôde encontrar uma relação substancial entre precarização do trabalho e superendividamento; vínculo que, infelizmente, não parece ter solução fácil, haja vista que o mercado de trabalho indica um processo de aprofundamento de sua vertente neoliberal, flexível e desregulamentada.

Palavras-chave: Flexibilização. Insegurança. Superendividamento.

INTRODUÇÃO

Em 2021, com a promulgação da Lei do Superendividamento (Lei Federal nº 14.181/2021), o Procon municipal de Patos de Minas inaugurou o Núcleo de Apoio aos Superendividados (NAS), no intuito de auxiliar a população patense na renegociação de suas dívidas. Considerando as normativas da Lei, o superendividamento se expressa pela “impossibilidade manifesta de o consumidor pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo

¹⁰ Graduada em Administração pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro, *campus* Patos de Minas. nathane.barbosa@estudante.iftm.edu.br

¹¹ Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília (UnB). Professor do IFTM. brunovasconcelos@iftm.edu.br

existencial”, isto é, compromissos financeiros que o consumidor assume e não consegue pagá-los sem que sua subsistência seja afetada, conforme o §1º do Art. 54-A.

Nesse contexto, os pesquisadores se propuseram a entender a questão fundamental que norteou este trabalho: “Quais fatores contribuem para o superendividamento dos consumidores de Patos de Minas?”. Visando responder ao questionamento, foram propostas duas hipóteses: a primeira sugere que o superendividamento está diretamente relacionado à precarização do trabalho e da qualidade de vida das pessoas, não sendo atribuído à falta de educação financeira ou planejamento. A segunda hipótese indica que os consumidores têm plena consciência de suas escolhas, agindo de maneira racional ao fazer compromissos financeiros, não sendo meramente atraídos por produtos de consumo.

Em suma, o objetivo deste trabalho envolveu analisar como as teorias relacionadas à precarização do trabalho e ao superendividamento se manifestam no contexto de Patos de Minas, por meio do depoimento de consumidores, no intuito de compreender quais fatores contribuem para o superendividamento e sua relação com a precarização e instabilidade do contexto em que estão inseridos.

REFERENCIAL TEÓRICO

PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO E INSTABILIDADE

Esta seção reproduz alguns conceitos e dinâmicas relacionados à precarização do trabalho, uma realidade cada vez mais presente na sociedade. Da mesma forma que investiga como um contexto de fragilidade e vulnerabilidade afeta a vida dos trabalhadores, que vivem em constante adaptação e, muitas vezes, são privados de vínculos e direitos fundamentais. Em síntese, a precarização está associada a uma contínua instabilidade, tal como Standing (2014, p. 57) declara:

A diminuição da garantia de vínculo é usada para aumentar outras formas de flexibilidade, por facilitar a demissão dos empregados, reduzir os custos da demissão e facilitar o uso de empregados eventuais e temporários. Assim, a relação de emprego torna-se mais suscetível à procura e à oferta, conforme é medida por seu preço, o salário.

Assim, tem-se a informalidade dos empregos que são menos especializados, há trabalhadores que passam de emprego em emprego sem ter quaisquer condições trabalhistas legítimas e regulamentadas e há aqueles que estão constantemente ligados a trabalhos esporádicos.

O autor complementa a impossibilidade de realocação de muitos trabalhadores: “eles podem ter um parceiro que recebe uma renda, filhos presos a uma trajetória escolar, parentes idosos para cuidar. Esses riscos de interromper carreiras profissionais tendem a empurrá-los mais para um modo de vida precariado” (Standing, 2014, p. 56). Essa realidade favorece um desafio do século XXI: a recorrência de mulheres solteiras provedoras do lar, “obrigadas a assumir trabalhos precários por falta de alternativas, assim como aquelas que enfrentam uma ‘carga tripla’: cuidar das crianças e da casa, trabalhar no mercado para manter a casa e cuidar do crescente número de parentes idosos” (Standing, 2014, p. 97-100), porém cabe acrescentar o cuidado de netos e sobrinhos, por exemplo, não se limitando a parentes idosos.

Logo, toda essa circunstância leva a uma fragilidade, vulnerabilidade e incapacidade de planejar uma vida a longo prazo, visto que o trabalhador não mais se legitima naquela profissão ou cargo, tendo sua identidade social rebaixada e fragmentada, pois, eventualmente, está à procura de trabalho ou ocupando funções laborais distintas. Nesse momento, evidencia-se a citação que representa a vertente de segurança no trabalho: “oponha-se ao que acontece ali e você está fora” (Standing, 2014, p. 60).

Diante da abordagem, fica evidente que a instabilidade no mercado de trabalho tem implicações profundas na vida dos trabalhadores, nas dinâmicas sociais e laborais. Sendo assim, a seção seguinte discorre sobre a relação entre o superendividamento, o consumo e a precarização do trabalho.

SUPERENDIVIDAMENTO DA POPULAÇÃO E CONSUMO

Para evidenciar ainda mais a relação próxima entre o endividamento, consumo e a precarização do trabalho, tem-se que o trabalhador consente, por uma via de coerção, a precariedade de sua atividade laboral, pois tem conhecimento da massa de desempregados existente. Em sua obra, Guy Standing reforça que o precariado vivencia a

potencialidade da flexibilidade salarial, a qual não se alinha positivamente com suas necessidades individuais, e ilustra esse vínculo demonstrando que:

Quando as pessoas que fazem parte do precariado têm necessidades financeiras além do previsto, como quando surge uma doença ou revés na família, também é provável que estejam recebendo uma renda abaixo da média. E sua incerteza econômica é intensificada pela forma como os mercados de crédito trabalham. A necessidade de obter empréstimos é maior, induzindo muitos ao desespero de tomar dinheiro emprestado de agiotas a taxas de juros insustentavelmente elevadas e com cronogramas de pagamento impraticáveis. (Standing, 2014, p. 75)

Assim, ele afirma que um meio de obtenção de renda insegura agrava outros, haja vista que “pessoas com rendas precárias, principalmente se entram e saem de empregos de curto prazo mal pagos e lidam com as complexidades hostis do sistema de assistência social, são facilmente arrastadas para a dívida crônica” (Standing, 2014, p. 75). Em casos de empregos temporários, o indivíduo precisa ajustar suas despesas à sua remuneração; aquele que está desempregado, precisa usar o dinheiro poupado; ou outro que teve algum tipo de benefício estatal suspenso precisa esperar durante um longo período para reavê-lo. Em todos os casos, ocorre uma redução dos padrões de vida, sendo comum:

[...] ter de pedir dinheiro emprestado ou se endividar por atrasar o pagamento do aluguel. Assim, as dívidas e obrigações para com os parentes, amigos e vizinhos aumentam, bancos aplicam juros abusivos. Aceitando um trabalho precário ou temporário, sabe que, quando o trabalho terminar, terá mais uma vez de enfrentar os assustadores custos da recolocação no mercado de trabalho (Standing, 2014, p. 82).

Nas etapas a seguir, os conceitos sociológicos previamente discutidos serão investigados na realidade de Patos de Minas, por meio das entrevistas.

MATERIAIS E MÉTODOS

A priori, a partir da inauguração do NAS, 10 pessoas buscaram atendimento ao longo do segundo semestre de 2021. Dentre essas, três foram selecionadas para participar de um estudo de caso, cuja prioridade foi dada a mulheres que são as provedoras do lar, trabalham em ocupações informais ou são aposentadas, e têm baixa renda mensal. Após entrar em contato com elas por telefone, foram agendadas entrevistas individuais e domiciliares.

Por se tratarem de visitas domiciliares, os dados foram coletados no próprio local onde os fenômenos ocorreram, por meio da pesquisa de campo (Marconi; Lakatos, 2003, p. 83). Logo, a pesquisa de campo, um dos tipos de documentação direta, “está voltada para o estudo de indivíduos, grupos, comunidades, instituições e outros campos, visando à compreensão de vários aspectos da sociedade” (Marconi; Lakatos, 2003, p. 86). Esse método de pesquisa foi selecionado por sua abordagem realista, uma vez que os dados foram coletados em contextos reais, onde as entrevistas foram conduzidas.

Nesse sentido, aplicou-se um estudo exploratório-descritivo combinado, que tem por objetivo:

[...] descrever determinado fenômeno, como por exemplo o estudo de um caso para o qual são realizadas análises empíricas e teóricas. Podem ser encontradas tanto descrições quantitativas e/ou qualitativas quanto acumulação de informações detalhadas como as obtidas por intermédio da observação participante (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 85).

Quanto às entrevistas, essas representam um tipo de observação direta intensiva, cuja finalidade é “obter informações acerca de determinado assunto, tratando-se de um procedimento utilizado na investigação social, para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social” (Marconi; Lakatos, 2002, p. 92). Dentre seus diversos tipos, optou-se pelas entrevistas não estruturadas, em função de permitirem ao entrevistador uma maior liberdade para guiar a conversa e se aprofundar em questões, usando de perguntas abertas que podem ser respondidas em um diálogo informal (Marconi; Lakatos, 2002).

Dessa forma, seguiu-se um roteiro de tópicos gerais elaborado com base na obra *O Precariado* do autor Guy Standing (2014) para aprofundar o entendimento do contexto socioeconômico das consumidoras. O conteúdo do roteiro incluiu informações sobre o núcleo familiar, questões relacionadas a ocupações informais, estabilidade financeira, dívidas e despesas do lar. Além disso, foram discutidas as barreiras que impedem a saída do endividamento, o planejamento da vida a longo prazo e o impacto psicológico e social decorrente dessas situações.

O registro das conversas foi feito por meio do aplicativo gratuito de gravação de voz Smart Recorder. Posteriormente, houve a transcrição dos áudios e a análise do conteúdo, a fim de apontar conexões ou diferenças entre os relatos das consumidoras, de identificar conceitos nos diálogos, de estabelecer relações entre o que foi citado nas entrevistas, que

consistem em dados qualitativos, com as teorias percorridas neste trabalho, e de refletir como as teorias se manifestam no âmbito de Patos de Minas.

Para a condução das entrevistas e fundamentação do trabalho, a pesquisa bibliográfica foi essencial. Essa envolve obras e documentos relacionados ao tema de estudo, desde publicações avulsas, livros, pesquisas, monografias, teses, artigos científicos, até meios de comunicação orais (Marconi; Lakatos, 2003). Dessa maneira, realizou-se pesquisas bibliográficas, com foco principal na temática da precarização do trabalho. Ademais, foram consultadas normativas, em especial, a lei federal nº 14.181 de 2021. Toda essa base teórica possibilitou o estabelecimento de um modelo teórico inicial de referência, bem como auxiliou na formulação de questões, hipóteses, identificação das variáveis e na elaboração do plano geral da pesquisa (Marconi; Lakatos, 2003).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de preservar a confidencialidade, as entrevistadas foram nomeadas, ficticiamente, como Amanda, Bruna e Carla.

Fazendo uma associação entre as teorias apresentadas e o estudo de caso, entende-se que a denominação “consumidores(as)”, que sugere pessoas consumistas que manifestam desejo por itens supérfluos, não se aplica às entrevistadas, uma vez que suas dívidas foram feitas, na maioria dos casos por motivos de cirurgias e gastos elevados com remédios e tratamentos médicos, ou no caso da consumidora Carla, que gastou bastante com a construção e reforma de sua residência.

Analisando o conteúdo discutido, observou-se que as consumidoras não apresentaram uma má gestão dos recursos ou mesmo uma falta de planejamento familiar financeiro. Pelo contrário, foram observadas respostas articuladas, já que as entrevistadas têm consciência da situação a qual estão inseridas, e são racionais quando assumem dívidas. São pessoas que se endividam porque é necessário, visando principalmente a subsistência familiar, não sendo identificadas dívidas caracterizadas por má-fé ou desonestidade por parte delas, exceto na entrevista de Amanda, cuja situação pressupõe um oportunismo da família.

Ademais, essa declaração corrobora para se pensar nas estratégias que são usadas para arcar com as dívidas feitas, já que não há garantias na vida laboral, e as

despesas da casa e as dívidas não cessam, conforme apontou Carla: “A boca não para, a conta de luz não para, o gás não para, as frutas, verduras, café da manhã, isso aí não tem como parar”. Assim, para conciliar as contas, Amanda relata que a prioridade é cuidar da saúde da filha; Bruna alega: “Falta num santo e veste no outro. Quando pago uma conta, falta a outra. Aí vou conseguindo controlar. E assim vai até ver o que acontece”, o que reforça a incerteza de obtenção de recursos para arcar com os compromissos e a idealização de que há um controle da situação. Por sua vez, Carla, que pede emprestado: “Arranjava emprestado com um para pagar outro, arranjava para pagar a outra, e foi virando aquela bola de neve”, mas também espera uma providência divina: “Deus vai abençoando para a gente arrumar o dinheiro e pagar”.

Nesse sentido, verificou-se uma frequente recorrência a Deus, que figura como o remédio para a depressão: “Eu apeguei muito a Deus e eu não tenho mais depressão” (CARLA); como o provedor dos recursos para a subsistência: “Todo dia tem arroz, feijão, tem um café da manhã. A gente não passa fome, então já é o suficiente, graças a Deus” (CARLA); e também para o cumprimento das obrigações financeiras: “Às vezes, fico desesperada, mas nada melhor do que sentar e conversar com Deus” (AMANDA), indicando a relevância da fé, presente na dimensão subjetiva, para a resolução de todos os problemas.

No que tange à saúde mental, em todas os casos a depressão e ansiedade se manifestaram, e podem ser ocasionadas por diversos fatores, como o trabalho, a pobreza, o ciclo da vida conjugal, que visivelmente envolve divórcios e novos casamentos, a interrupção da carreira para cuidar de dependentes, referindo-se à carga tripla indicada por Standing (2014), dentre outros. Portanto, não se refere unicamente ao trabalho: são também associadas à deterioração das estruturas sociais, aos gastos elevados com remédios e tratamentos médicos, à falta de estruturação, estabilidade e de possibilidades de planejar a vida. Acerca da saúde física, todas também manifestaram alguma condição, como síndrome do túnel do carpo, LER, tratamento de hérnia, prótese no quadril. Carla faz um destaque interessante: “Quando se aposenta, o salário não dá e você tem que fazer um bico. Mas você não tem saúde para fazer um bico”.

Como um dos fatores, tem-se a renda insuficiente “para uma subsistência socialmente respeitável e um estilo de vida dignificador, fazendo as pessoas terem de sobreviver com a renda que recebem” (Standing, 2014, p. 29-46). No entanto,

evidentemente as pessoas que fazem parte do precariado têm necessidades financeiras além do previsto, principalmente nos relatos de Amanda e de Carla, cujos tratamentos médicos, medicamentos e cirurgias alcançam valores altos. Situação que se agrava ainda mais por terem uma renda abaixo da média, devido aos cortes ou descontos na aposentadoria, e não desfrutarem de benefícios complementares.

Isso as leva a buscarem fontes alternativas de renda (Standing, 2014, p. 20), como a atuação laboral em até três locais simultaneamente, como informado por Bruna, a realização de atividades informais, a exemplo de Amanda, que vendia cachorro-quente, chupe-chupe, maçã do amor e salgados nas ruas, em frente a escolas e em outros locais públicos, e de Carla, que ainda faz biscoitos, pães de queijo e bolachas para vender sob encomenda, faxinas, jantares para eventos pequenos, além de passar roupas para terceiros. Tudo isso consiste em atividades precárias, temporárias, pois só fazem quando conseguem, sem garantias, e que não proporcionam nenhuma condição de pagarem suas dívidas.

Diante da situação socioeconômica, acabam recorrendo a doações, sobretudo cestas básicas, mas também auxílio de redes de caridade, como Amanda revelou. Mesmo assim, ela chama a atenção por um comentário acerca da empatia, mesmo estando numa situação precária: “Desde que me aposentei, eu não acho justo. Tem muita gente precisando, muitos que não estão trabalhando” (AMANDA).

Em relação às tentativas de inserção no mercado de trabalho, identificou-se um contraste entre algumas entrevistadas acerca da dificuldade de inserção no mercado de trabalho; no entanto, ambos os pontos de vista estão corretos. Uma acredita ser fácil, que “só não trabalha quem não quer. Tem muita gente que quer trabalhar, mas quer escolher. Aí não tem serviço. Não adianta todo mundo falar que está desempregado, que não consegue emprego. Consegue, sim. Serviço, seja lá qual for, é serviço” (AMANDA). A outra assegura que hoje está muito difícil de conseguir uma colocação no mercado de trabalho, já que distribuiu inúmeros currículos e “até hoje as pessoas chamam para a entrevista, falam que vão entrar em contato, eu fico aguardando e nada” (BRUNA).

Assim, “o desemprego tornou-se uma questão de responsabilidade individual. As pessoas passaram a ser consideradas como mais ou menos ‘empregáveis’ e a resposta foi torná-las mais aptas para o trabalho, atualizando suas ‘habilidades’” (Standing, 2014, p. 77). Nesse sentido, Bruna alega que “cursos profissionalizantes é o que faz diferença no

momento de buscar uma vaga de emprego” e que “pagar um curso hoje é muito caro, não tenho condições”. No entanto, o autor já afirmava que essas pessoas não têm condições de se tornarem profissionalizadas nem de manter um melhoramento contínuo de suas competências (Standing, 2014).

De acordo com as afirmações de Amanda: “Serviço, seja lá qual for, é serviço”. Da consumidora Bruna: “Eu faço faxina de dia e aparece alguma vaga de cuidadora de noite [...] e a gente vai né, é um extra”. [...] “Nunca pensei em [uma profissão] não” e “eu já trabalhei de babá, trabalhei numa ótica, num posto de gasolina, de doméstica [...]. Fiz curso de cuidadora”. E de Carla: “Já trabalhei de boia fria: apanhava café e arrancava feijão” e “Seja de faxineira, lavadeira, passadeira... serviço para mim nunca faltou. Eu ganhando meu salário, qualquer serviço é serviço”. Essas afirmações indicam a insegurança social dos trabalhadores, que passam a aceitar trabalhos menos remunerados, sem garantias ou vínculos, com medo de não conseguirem outra colocação. “Os desempregados se sentem coagidos a aceitarem trabalhos por mais desagradáveis e mal remunerados que fossem” (Standing, 2014, p. 78). De toda forma, “sentem que seu trabalho é útil (para subsistência), oportunista (pegar o que vier) e precário (inseguro)” (Standing, 2014, p. 33).

Da mesma forma que “os empregados não têm segurança de habilidades, já que temem ser deslocados por toda parte e instruídos para realizar tarefas fora de seus planos pessoais ou aspirações” (Standing, 2014, p. 57), Carla indicou “Eu era ajudante geral, não tinha um serviço específico. Se eu estava na esteira, catando milho, as máquinas já paravam para eu fazer a limpeza. Não tinha uma atividade específica em tal setor, eu andava a empresa toda”. Posteriormente, alegou que gosta mesmo é de ser cozinheira.

Isso permite explorar a insegurança e instabilidade presentes na vida pessoal e profissional: “Hoje não considero nada seguro, porque parece que tudo está instável. Na mesma hora parece que a gente está fixa, mas pode vir outra pessoa, fazer uma oferta e pedir um salário mais baixo e a gente perder o emprego” (BRUNA). Ou ainda: “Segurança de nada, você podia ficar muito tempo, mas você podia ser mandado embora a qualquer hora. Não era um trabalho para ficar muito tempo, entrava e saía gente toda hora” (CARLA).

Standing (2014, p. 80) considera que “quem perde o emprego escorrega para uma corrente mais baixa de renda-salário no reemprego”. Isso ficou evidente no relato de

Bruna, que trabalha como diarista: “Depois da pandemia, muita gente cortou. Eu fiquei desempregada na época, não lembro quanto tempo, mas eu ia trabalhar todos os dias. Depois mudou: antigamente era doméstica e o serviço era todos os dias, hoje é diarista; e as pessoas reduziram o valor também. [...] Era o mês todo, com salário fixo, né. Agora é só duas vezes na semana. Diminuiu bastante”.

Como o precariado é definido pelo “curto prazismo, que pode evoluir para uma incapacidade da massa de pensar a longo prazo, induzida pela baixa probabilidade de progresso pessoal ou de construção de uma carreira” (Standing, 2014, p. 39), verificou-se que determinados comentários apontam para uma vida reduzida ao presente, com pessoas vivendo a miséria da urgência primária, corroborando com os vínculos da precariedade. Percebe-se também uma frequente recorrência a Deus, o guardião do futuro, como citado: “Todo mundo pensa no futuro, mas eu não penso. Mas hoje eu estou aqui, o futuro a Deus pertence” (AMANDA); e “eu não planejo a vida, eu vivo o hoje, o amanhã só a Deus pertence” (CARLA).

São duas mulheres aposentadas, Amanda e Carla, que não sentem segurança de nada, como foi citado, recebem o benefício da aposentadoria incompleto, configuram como a mulher chefe de família que salva a todos os seus dependentes e figura como rede de sustentação para várias pessoas, mas que não têm para onde ou a quem recorrer. A outra, que está inserida numa informalidade, como diarista duas vezes na semana, sem garantias de permanecer nesses trabalhos. Constata-se que são famílias extensas e sobrepostas, com filhos, netos, sobrinhos, nora, dentre outros, inseridos numa estrutura familiar precária, com familiares desempregados, realizando tratamento no Caps, ou ainda que não conseguiram criar seus próprios filhos e recorreram a alguém da família, na maioria dos casos, às próprias consumidoras.

Percebeu-se também que a situação de superendividamento é intrínseca aos consumidores, e que podem estar sempre ligados às dívidas sejam deles mesmos ou de terceiros, visto que numa das entrevistas foi mencionado: “Eu não sou muito boa em administração não, mas depois que eu fiz esse curso [de planejamento e controle de gastos], me ajudou bastante” (CARLA), mas desde o início de sua carreira, sempre deveu, mesmo que seja à mercearia, onde comprou gêneros alimentícios: “A mulher veio na minha porta me cobrar. Eu tirei meu relógio de ouro que eu tinha ganhado e dei para ela,

para pagar a dívida” (CARLA). Já a outra continuamente empresta o nome para os dependentes fazerem dívidas em seu nome.

Mesmo assim, diante de tantas dívidas, as consumidoras buscam assistência ao Procon. Entretanto, avaliando a atuação do órgão, fica evidente que a negociação direta entre cliente e instituição devida apresentou resultados mais positivos do que a renegociação pelo Procon. A última sugere uma saída inadequada, pois o cliente consegue condições melhores de pagamento. Além disso, a avaliação foi negativa: “Se eu fosse pagar particular, negociando diretamente, ia ser mais barato” (AMANDA); “tem dois anos que eu tô esperando uma resposta do Procon e até hoje ninguém me falou nada” (BRUNA); e o retorno bastante demorado, indicado por Carla, que a deixou bastante insatisfeita.

Diante do exposto, essa questão leva à reflexão se não é esse um dos motivos pelos quais as pessoas em situação de superendividamento não buscam o Procon, pois, diante dos relatos, o próprio órgão não mostrou empenho no atendimento das consumidoras, e não tem como finalidade entender verdadeiramente o que levou essas pessoas a assumirem essa porção de dívidas, para conseguir minimamente apresentar uma solução mais adequada à realidade de cada uma. A finalidade dele pode ser a de propor apenas a elaboração de uma cartilha de conscientização de que é importante poupar parte da sua renda. Não se trata de um problema pontual, e, sim estrutural, principalmente devido à precarização e má distribuição da renda. Considerando que essa empreitada do Procon conta com a parceria de uma equipe multiprofissional, vale destacar que não se trata apenas de terceirizar a renegociação, mas impera-se que o órgão esteja ciente de seu compromisso com a população, pois é ele o responsável pela assistência aos consumidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve o propósito de investigar os fatores que contribuem para o superendividamento dos consumidores de Patos de Minas e sua relação com a precarização e instabilidade do contexto em que esses sujeitos estão inseridos, por meio de entrevistas individuais. Para isso, as hipóteses do trabalho indicam uma relação direta

entre o superendividamento e a precarização do trabalho e da vida das pessoas entrevistadas e uma ação racional ao fazer compromissos financeiros.

Assim, após realizar essas investigações, ficou evidente associar os sujeitos a uma vida precária e instável. Standing (2014, p. 12) já afirmava que o precariado “não se trata da ‘classe média oprimida’ ou de uma ‘classe baixa’, tampouco da ‘classe trabalhadora mais baixa’. [Essa classe] tem um fardo distintivo de insegurança e terá, igualmente, um conjunto diferente de reivindicações”. Por conseguinte, são sujeitos inseguros, sem garantias do mercado de trabalho, de vínculo empregatício, no emprego, de renda e benefícios, inseridos numa circunstância altamente flexibilizada e imprevisível (Standing, 2014). Diante do exposto, este estudo é relevante, pois analisou como as teorias se manifestam no contexto de Patos de Minas em relação ao superendividamento, por meio das entrevistas realizadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 14.181, de 1 de julho de 2021**. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Brasília, DF, 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14181.htm. Acesso em: 18 ago. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas; Amostras e técnicas de pesquisa; Elaboração, análise e interpretação de dados**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

STANDING, Guy. **O Precariado: A nova classe perigosa**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

CAPÍTULO 6

CARACTERIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO DA COMERCIALIZAÇÃO NA CEASA REGIONAL DE PATOS DE MINAS

Vitor Diniz Ricardo e Silva¹²

Sarah Deyse Mendes da Silva¹³

Elaine Carvalho de Lima Oliveira¹⁴

RESUMO

A produção da agricultura familiar dos municípios mineiros pode ser comercializada na Ceasa Regional de Patos de Minas, possibilitando a geração de renda e melhorias na qualidade de vida familiar. Apesar de ser um modelo que não é recente, foi estabelecido nos anos 1970, juntamente com o I Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), observa-se que há limitações de estudos que retratam experiências locais, como no caso do município de Patos de Minas, no estado de Minas Gerais. Desse modo, o presente capítulo teve como objetivo caracterizar o perfil dos produtores rurais que comercializam na Ceasa Regional de Patos de Minas, evidenciando a importância da implementação de políticas públicas para intensificar esse tipo de comércio. Para atender aos objetivos, optou-se por uma abordagem qualitativa e quantitativa. Quanto aos meios, foram empregadas as pesquisas bibliográfica e documental. Os dados foram coletados por meio de registros do banco de dados da Ceasa, bem como dados da Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Sustentável. Dentre os resultados encontrados, destacam-se os municípios de Lagoa Formosa, Patos de Minas e Patrocínio pela quantidade de produtores, além da maior diversificação dos produtos disponibilizados no comércio. Em relação às sugestões de pesquisas futuras, uma possibilidade é a realização de entrevistas semiestruturadas com os agricultores familiares e o aprofundamento na questão da quantidade de produtos que são comercializados, considerando uma série histórica com uma maior periodicidade.

Palavras-chave: Ceasa Regional de Patos de Minas. Economia. Produção.

INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento urbano do Brasil, novas estratégias de comercialização dos produtos agrícolas foram sendo delineadas. As Centrais de Abastecimento, popularmente conhecidas como Ceasas, tem por finalidade concentrar a comercialização de hortifrutigranjeiros à nível de atacado oriundos de diversas regiões do país.

¹² Graduando em Administração.

¹³ Engenheira Ambiental e Sanitária pelo Centro Universitário de Patos de Minas (Unipam).

¹⁴ Doutora em Economia pelo Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU. Professora do IFTM (Patos de Minas). elainelima@iftm.edu.br

Conforme Lima (2015), a criação das Centrais de Abastecimento no país ocorreu a partir de experiências internacionais. Apesar de ser um modelo que não é recente, foi estabelecido nos anos 1970, juntamente com o I Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), observa-se que há limitações de estudos que retratem experiências locais, como no caso do município de Patos de Minas, no estado de Minas Gerais.

No dia 14 de novembro de 1985, foi criada a Central Regional de Abastecimento de Patos de Minas, através da Lei Ordinária 2084 de 1985, sendo esta gerida pelo município e tendo a Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento à frente de sua direção.

Estas instituições têm por finalidade facilitar o escoamento da produção de pequenos e médios produtores, visto que, sem estes espaços, os mesmos seriam reféns de atravessadores, e provavelmente as mercadorias chegariam ao consumidor final com um preço elevado.

A Ceasa Regional de Patos de Minas tem como uma de suas principais funções atuar no abastecimento do município e de toda a região. Observa-se a importância desta instituição e a quantidade de agentes envolvidos. Contudo, há uma grande variedade de dados que podem ser mensurados podendo se tornar objetos de estudos futuros, além de servirem como ferramentas para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para o abastecimento da população e melhorias na vida daqueles que vivem da agricultura.

É notória também a importância social e econômica das Ceasas por facilitarem a comunicação entre produtores e comerciantes que necessitam dessas mercadorias para os seus comércios. Ademais, destaca-se a importância da agricultura familiar para a economia local e para a segurança alimentar do país, de acordo com dados governamentais, mais de 70% dos gêneros alimentícios são produzidos pelos agricultores familiares (FAO, 2014). Desse modo, a pesquisa justifica-se também pela relação que essa categoria de atividade econômica tem com o desenvolvimento rural, além do compromisso histórico e cultural que é estabelecido pelo conjunto de atividades desenvolvidas no campo.

Desse modo, a presente pesquisa teve como objetivo central caracterizar o perfil dos produtores rurais que comercializam na Ceasa Regional de Patos de Minas. Espera-se que os resultados possam auxiliar na identificação de critérios importantes para a definição de políticas públicas e novas perspectivas para a agricultura familiar.

REFERENCIAL TEÓRICO

AS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO

O surgimento das Ceasas no Brasil foi inspirado a partir de experiências internacionais, a referência inicial foi o modelo dos Mercados da Espanha, que tinha uma gestão pública desse sistema, mas a operacionalização comercial era privada (DAMBORIARENA, 2001). Lourenzani e Silva (2004, p. 389) ressaltam que nas Ceasas “(...) não há interferência do governo na negociação e formação de preços, este é apenas responsável pelo gerenciamento do espaço e das atividades, como num condomínio”.

Esses espaços são de suma importância para garantir o abastecimento alimentar de diversas regiões por concentrarem a comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, garantindo que os comerciantes tenham acesso facilitado aos produtores, sem interferência de atravessadores para escoar suas mercadorias.

Dentre os usuários das Centrais de Abastecimento, é relevante destacar os agricultores familiares como os mais importantes. O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - MDS (2014) explica que agricultura familiar é uma forma de produção onde há predominância de interação entre gestão e trabalho. Enfatizando que são os agricultores familiares que gerenciam o processo de produção, utilizando o trabalho familiar com estratégias de diversificação. Em caráter excepcional, há casos em que o processo é complementado com trabalho assalariado.

Nota-se uma diversidade nas atividades desenvolvidas pelos agricultores familiares. Na área de alimentos existem produtores de carne, verduras, frutas, hortaliças, além de atividades como o artesanato e turismo rural. Segundo Guadagnin (2012), os principais alimentos produzidos são o milho, o feijão, a mandioca, o leite, frutas e hortaliças.

AGRICULTURA FAMILIAR NO BRASIL: IMPORTÂNCIA E DESAFIOS

Conforme ressaltado, a agricultura familiar é aquela em que a propriedade é gerida pela família e tem as atividades agropecuárias como principal fonte de renda. Segundo dados do Censo Agropecuário de 2017 do IBGE (2017), 77% das propriedades rurais são de agricultores familiares, representando mais de 3,9 milhões de propriedades. Além disso,

10,1 milhões de pessoas trabalham na agricultura familiar, ou seja, aproximadamente 67% de trabalhadores ocupados no setor agropecuário. Ainda segundo o Censo, este segmento produz em termos monetários o valor de 107 bilhões de reais por ano, equivalente a 23% do rendimento de toda a produção agropecuária brasileira.

Estas propriedades são responsáveis pela sua própria subsistência e, além disso, produzem para abastecer o mercado, contribuindo para a segurança alimentar e nutricional da população. Nessa perspectiva, por muito tempo existiu uma visão limitada no que tange ao potencial produtivo da agricultura familiar para a geração de renda e permanência do homem na área rural. Dito isso, constata-se que há uma diversidade quanto aos tipos de produtores, considerando que:

A agricultura familiar brasileira é extremamente diversificada. Inclui tanto famílias que vivem e exploram minifúndios em condições de extrema pobreza como produtores inseridos no moderno agronegócio que logram gerar renda superior, várias vezes, a que define a linha da pobreza (BUAINAIN, 2006, p. 15).

Além da produção de alimentos, a agricultura familiar é a principal fonte de renda para as famílias que vivem no campo, podendo ser, em muitos casos, o único meio de subsistência desses produtores. É válido salientar também que essa atividade desempenha um papel importante no desenvolvimento sustentável, uma vez que as técnicas utilizadas na agricultura familiar são menos danosas ao meio ambiente e aos recursos naturais.

No entanto, os agricultores familiares enfrentam diversos desafios, como a falta de acesso ao crédito, limitações na adoção de tecnologia e dificuldades de escoamento da produção, além da falta de políticas específicas para o desenvolvimento dessa atividade econômica. Para superar tais desafios, foram implementados programas e políticas públicas, tais como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Programa de Vendas em Balcão (ProVB), a Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade (PGPM-Bio) e o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO). Estes últimos visam apoiar o desenvolvimento da agricultura familiar e promover a sua sustentabilidade.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa é do tipo estudo de caso, pois objetivou-se conhecer o perfil da comercialização da agricultura familiar na Ceasa de Patos de Minas/ MG. Os dados foram obtidos pelos registros disponibilizadas pela instituição, bem como dados da Secretaria de Agricultura, Pecuária, Infraestrutura Rural e Desenvolvimento Sustentável.

A primeira etapa do trabalho foi constituída da pesquisa bibliográfica e documental sobre a temática aqui proposta. Conforme Gil (2009), Marconi e Lakatos (2011), a pesquisa bibliográfica é realizada em artigos científicos, livros, dissertações e teses. Além disso, ela "oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas não se cristalizaram suficientemente" (MARCONI; LAKATOS, 2011, P. 57). Na sequência, foi desenvolvida a pesquisa documental por meio da análise de portais públicos e privados, relatórios oficiais e jornais.

Para análise dos dados coletados, buscou-se entender as principais características disponibilizadas no banco de dados, a saber: gênero, faixa etária, grau de escolaridade, estado civil, número de filhos, município de origem, tamanho da propriedade, produtos produzidos, quantidade de pessoas envolvidas na produção e renda média. Na sequência os dados foram tabulados e analisados por meio da estatística descritiva.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cidade de Patos de Minas está localizada na mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, sendo que a microrregião Patos de Minas compreende os municípios de Arapuá, Carmo do Paranaíba, Guimarânia, Lagoa Formosa, Matutina, Patos de Minas, Rio Paranaíba, Santa Rosa da Serra, São Gotardo e Tiros. A população estimada para o ano de 2021 é de 154.641 habitantes, sendo que em 2010 ocupava a 16ª posição entre os municípios mais populosos de Minas Gerais.

O Produto Interno Bruto (PIB) do município de Patos de Minas é o 22º entre os municípios mineiros, e quando observado apenas a agropecuária, esse número sobe para 10º, ficando atrás de cidades como Uberlândia, Unaí, Uberaba e Paracatu, o que remete a importância desse setor para o desenvolvimento do município e da microrregião.

A Lei nº 2084, de 14 de novembro de 1985, foi promulgada para criar um Centro de Abastecimento Integrado, com o objetivo do comércio atacadista de produtos hortifrutigranjeiros. Contudo, em 25 de novembro de 2010, foi homologada a Lei nº 6362, onde foi criada a Central Regional de Abastecimento de Patos de Minas – CEASA Regional, revogando a legislação anterior.

A CEASA Regional possui como objetivos:

- i- centralizar a comercialização, em nível de atacado, de produtos hortifrutigranjeiros, cereais, artesanais, agroindustrializados, flores, plantas, gramas, mudas e afins;
- ii- oferecer instalações adequadas para a comercialização, em nível de varejo, de produtos hortifrutigranjeiros, cereais, artesanais e agroindustrializados afins;
- iii- criar e manter infraestrutura de serviços e áreas específicas para o comércio atacadista e varejista;
- iv- garantir condições de segurança, higiene e conforto aos usuários, sejam comerciantes, produtores rurais, consumidores e público em geral;
- v- manter serviços estatísticos e informações sobre cotações diárias do mercado regional;
- vi- outros serviços relacionados com o objetivo da CEASA Regional.

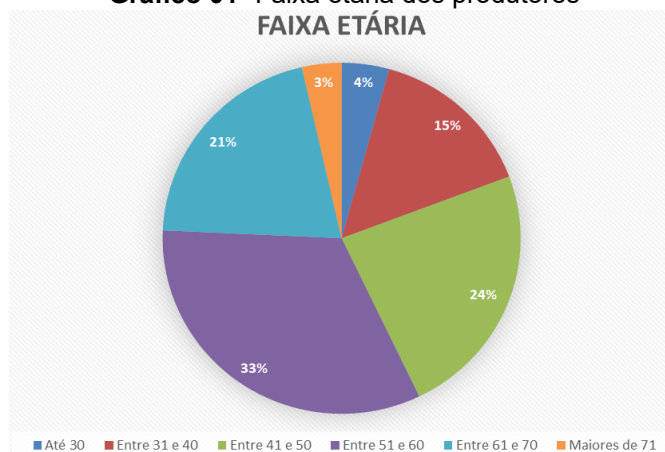
Visando aprimorar a gestão da CEASA Regional, esta é subordinada à Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Compete a esta Secretaria a organização, orientação, supervisão e fiscalização, criando condições para a comercialização em conformidade com as diretrizes higiênico-sanitárias. Ressalta-se que sua atuação não deve interferir na dinâmica comercial entre vendedores e compradores.

Na CEASA Regional de Patos de Minas é possível realizar a venda dos produtos de duas maneiras: como permissionário ou mercado livre do produtor, conhecido como “pedras”. Os permissionários são selecionados por meio de processo licitatório com duração de 15 anos, prorrogável por igual período, sendo obrigatório o pagamento do lance anualmente corrigido pelo IGPM/FGV. Já no mercado livre do produtor, o produtor rural tem a oportunidade de comercializar apenas no dia do seu comparecimento, durante 24 horas, ou quando o mesmo é encaminhado à Central do Produtor. Após o cadastramento, sua autorização permanece vigente por 15 dias.

Para obter os resultados da pesquisa foram utilizados os dados fornecidos pela Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural Sustentável referentes ao mês de fevereiro de 2023, dados estes que foram extraídos do sistema de gestão da Ceasa Regional de Patos de Minas.

Através da média das idades de 140 produtores que fizeram a marcação da “pedra” para todos os comércios do mês de fevereiro de 2023 foi possível observar que 78% daqueles que comercializam na Ceasa Regional de Patos de Minas têm entre 41 e 70 anos. A média das idades dos produtores cadastrados no sistema corresponde a 51,5 anos, conforme Gráfico 01.

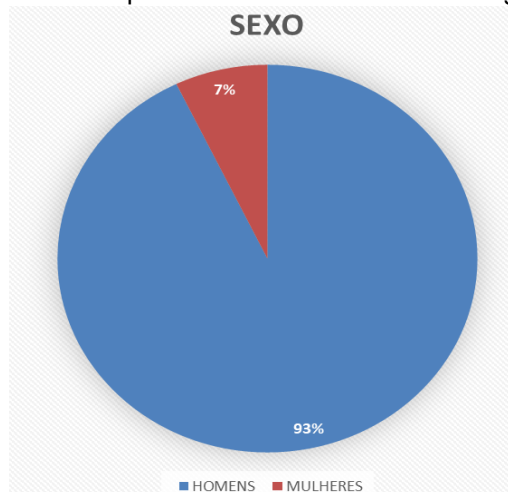
Gráfico 01- Faixa etária dos produtores
FAIXA ETÁRIA



Fonte: Dados da pesquisa

Também foi possível constatar que a quantidade de homens cadastrados para comercialização é muito superior à das mulheres, tendo em vista que há 130 homens e apenas 10 mulheres cadastrados para comercializarem no mês de fevereiro de 2023. Esta informação vem de encontro com o cenário nacional apresentado pelo Censo Agro 2017 (IBGE), que mostra 81% de produtores são do gênero masculino e apenas 18,7% são produtoras.

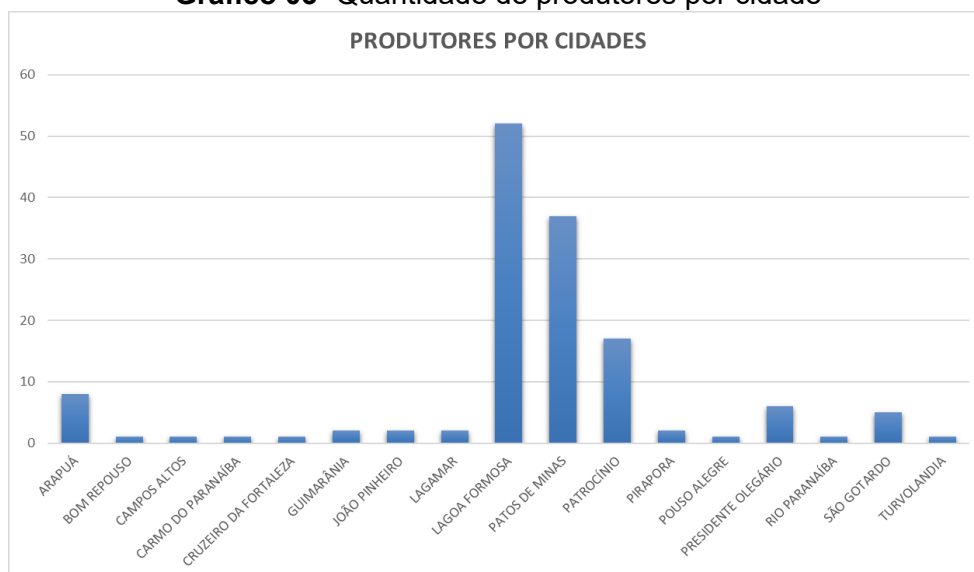
Gráfico 02- Homens e Mulheres que comercializam na Ceasa Regional de Patos de Minas



Fonte: Dados da pesquisa

Numa análise por municípios é possível verificar que os produtores rurais das cidades de Lagoa Formosa e Patos de Minas foram predominantes nos comércios do mês analisado, podendo estar ligado diretamente à distância entre as propriedades e a sede da CEASA Regional, aproximadamente 25 km, o que facilita o escoamento da produção. Na sequência, tem-se o município de Patrocínio com uma distância de aproximadamente 70 km, conforme Gráfico 03.

Gráfico 03- Quantidade de produtores por cidade



Fonte: Dados da pesquisa

Por meio do quadro abaixo, é possível notar a grande variedade de produtos que são cultivados e comercializados na Ceasa, principalmente nas cidades de Patos de Minas, Lagoa Formosa e Patrocínio. Essas cidades possuem grande variedade de cultivares e também contam com o maior número de produtores cadastrados para comercialização.

Quadro 01- Relação entre os municípios e produto

Município	Produtos
Arapuá	Abóbora cabotiá, maracujá, tomate e tomate cereja.
Bom Repouso	Brócolis, couve-flor, mandioquinha, morango e tomate.
Campos Altos	Abacate, alface, jiló, mandioca e vagem
Carmo do Paranaíba	Jiló, milho verde, pimenta e pimentão
Cruzeiro da Fortaleza	Mel

Guimarânia	Abóbora cabotiá, abobrinha, jiló, maracujá, palmito, pimenta, quiabo, tomate, tomate cereja e vagem
João Pinheiro	Limão e quiabo
Lagamar	Abobrinha, couve-flor, milho verde e pimentão.
Lagoa Formosa	Abacate, abóbora cabotiá, abobrinha, acelga, acerola, alface, almeirão, banana, batata doce, berinjela, beterraba, brócolis, cará, cebola, cebolinha, cenoura, chicória, chuchu, couve, couve-flor, espinafre, farinha de mandioca, inhame, jiló, laranja, lichia, limão, mandioca, maracujá, mel, milho verde, mostarda, palmito, pepino, pimenta, pimentão, pitaya, polvilho, quiabo, repolho, rúcula, salsa, tomate e vagem.
Patos de Minas	Abacate, abóbora cabotiá, abobrinha, acelga, agrião, alface, alho, banana, berinjela, brócolis, cebolinha, chuchu, couve, couve-flor, espinafre, inhame, jiló, laranja, mamão, mandioca, manga, maracujá, mel, milho verde, mostarda, ovo e pepino.
Patrocínio	Abacaxi, abóbora cabotiá, abobrinha, alface, batata doce, berinjela, cará, cebolinha, chuchu, coentro, couve, couve-flor, inhame, jiló, laranja, limão tahiti, milho verde, pepino, pepino japonês, pimenta, pimentão, pitaya, quiabo, repolho, tangerina, tomate, tomate cereja e vagem.
Pirapora	Banana, coco, limão, manga, maracujá, tangerina.
Pouso Alegre	Morango
Presidente Olegário	Abóbora cabotiá, abobrinha, banana prata, batata, feijão, mandioca, melancia, milho verde, quiabo, tomate e vagem.
Rio Paranaíba	Pimentão e tomate
São Gotardo	Abóbora cabotiá, alface, alho, beterraba, brócolis, cenoura, chicória, couve-flor, jiló, pepino, pimentão, repolho e tomate.

Fonte: Dados da pesquisa

Com a ampla variedade de produtos comercializados na Ceasa Regional, os compradores conseguem abastecer seus comércios com produtos frescos, produzidos, em sua maioria, na região. Em suma, isso não apenas atende às demandas dos consumidores, na garantia de produtos com qualidade, mas também dinamiza a economia dos municípios de origem, ou seja, contribui para a economia local e fortalece a agricultura familiar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa foi caracterizar a comercialização na Ceasa Regional de Patos de Minas, explicando o seu funcionamento e a importância dessa

instituição para os pequenos produtores e agricultores familiares. A pesquisa trouxe dados gerais relativos aos produtores rurais que comercializaram durante todo o mês de fevereiro de 2023.

A importância do agricultor familiar para o abastecimento dos municípios e economia do país torna-se cada vez mais evidente. É necessário que haja uma valorização destes que levam alimentos frescos e seguros para a mesa das famílias brasileiras.

A implementação de um meio para escoamento da produção dos pequenos produtores garante a eles uma forma de sustento para suas propriedades e famílias. Por meio desse sistema, os municípios se beneficiam com o abastecimento de seus comércios com produtos frescos, variados e que visam a segurança alimentar e nutricional.

Outra informação importante que pode ser abordada em trabalhos futuros é que o manejo sustentável é uma característica da agricultura familiar, visto que o uso de defensivos agrícolas é consideravelmente menor em relação a cultivos de grande escala e, de modo geral, as técnicas utilizadas agredem menos o meio ambiente. Além disso, é relevante destacar a movimentação da economia e do PIB que essa comercialização possibilita.

Desse modo, a agricultura familiar no Brasil tem grande potencial de crescimento e desenvolvimento, especialmente na produção de alimentos saudáveis, orgânicos e agroecológicos, os quais têm uma demanda crescente por parte dos consumidores. A valorização dessa atividade econômica é fundamental para a promoção do desenvolvimento rural sustentável e para a redução das desigualdades sociais e econômicas no campo.

Por fim, ao longo do desenvolvimento deste estudo, foram identificadas dificuldades relativas ao acesso aos dados institucionais, especialmente quanto à confidencialidade de informações pessoais. Em relação às sugestões de pesquisas futuras, uma possibilidade é a realização de entrevistas semiestruturadas com os agricultores familiares, visando o aprofundamento na questão da quantidade de produtos que são comercializados, bem como uma maior série de dados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUAINAIN, A. M.; FILHO, H. M. S. **Agricultura familiar, agroecologia e desenvolvimento sustentável**: questão para debate. 1. ed. Brasília-DF, 2006. Disponível em < <http://www.iicabr.iica.org.br/wp-content/uploads/2014/03/Serie-DRS-vol-5-Agricultura-familiar-agroecologica-e-desenvol-sustentavel.pdf>>. Acessado em 3 abril 2023.

DAMBORIARENA, E. **Certificação e rotulagem na cadeia dos hortigranjeiros no estado do Rio Grande do Sul**: Um estudo de caso - CEASA/RS. 2001. 84 f. Dissertação (Mestrado em Administração) -Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

FAO, Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. (2014). **O que é Agricultura Familiar?** Disponível em: <http://www.fao.org/family-farming2014/home/what-is-family-farming/pt/>. Acesso em: 01 agosto 2022.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas 2010.

GUADAGNIN, J. L. **Cerca de 70% dos alimentos consumidos no Brasil vêm da agricultura familiar**. TV NBR, 20 nov. 2012. Entrevista com o diretor do Departamento de Financiamento e Proteção da Produção da Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em: acessado em: 01 de Agosto de 2022.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Censo Agropecuário 2017**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

LIMA, J. S. **Criação, importância e funcionamento das centrais de abastecimento**. Agraian Academy, Fortaleza, v. 2, n. 3, p.35-44, 21 ago. 2015.

LOURENZANI, A. E. B. S.; SILVA, A. L. Um estudo da competitividade dos diferentes canais de distribuição de hortaliças. **Gestão e Produção**, v. 11, n.3, p.385-398, set./dez. 2004.

BRASIL. **Lei 11.326**, de 26 de julho de 2006. Estabelece as Diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: Acesso em: 07/08/2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MDS- MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Agricultura Familiar**. Brasil, 2014. Disponível em: <<http://www.mds.gov.br/falemds/perguntas-frequentes/bolsafamilia/programas-complementares/beneficiario/agricultura-familiar>>. Acesso em: 03 março 2024.

PATOS DE MINAS (Município). **Lei Ordinária nº 6362**, de 25 de novembro de 2010. Dispõe sobre a Central Regional de Abastecimento de Patos de Minas - CEASA REGIONAL -, e dá outras providências. Patos de Minas, MG.

CAPÍTULO 7

ANÁLISE DO NÍVEL DE INGLÊS DOS ESTUDANTES DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Vítor Sabião Sousa¹⁵

Elaine Carvalho de Lima Oliveira¹⁶

RESUMO

O objetivo desse trabalho foi investigar o nível de inglês dos estudantes do curso de graduação em Administração do Campus IFTM- Patos de Minas. Isso se deve à relevância do idioma para os universitários, especialmente na busca por novas oportunidades de emprego e comunicação no mundo dos negócios. A metodologia delineada segue uma abordagem quali-quantitativa, estruturada pelo método de estudo de caso. Esta abordagem permite a combinação de elementos essenciais para a compreensão e análise do fenômeno de pesquisa em questão. Na fase qualitativa, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e questionário semiestruturado para investigar as percepções e a relação que o aluno possui com a língua inglesa. Na fase quantitativa, a análise foi conduzida utilizando a estatística descritiva, que tem como objetivo converter os dados quantitativos em resultados de fácil interpretação. Ressalta-se que o trabalho foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), sob o número do Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE)–73688223.9.0000.5549. Quanto aos resultados obtidos, constatou-se que a maioria dos alunos entrevistados considera o inglês como uma língua importante para a carreira do administrador. No entanto, mais de 80% dos alunos entrevistados possuem um nível básico ou nenhum conhecimento da língua. Desse modo, a hipótese sobre o conhecimento da língua, levantada na pesquisa, foi constatada, e pode ser fundamental na elaboração de estratégias que a instituição de ensino possa adotar para minimizar esse problema.

Palavras-chave: Administradores. Globalização. Língua Inglesa.

INTRODUÇÃO

O domínio de línguas estrangeiras tem se tornado cada vez mais importante especialmente a língua inglesa, considerada a língua universal. Muitos estudos apontam as principais razões para a adoção desse idioma como língua internacional, por um lado, Grigoletto (2013, p. 01) enfatiza que dois fatores se sobressaíram: “(...) A extensão do poder colonial britânico, que teve seu ápice no final do século XIX, e a hegemonia dos

¹⁵ Graduado em Administração pelo Instituto Federal do Triângulo Mineiro, campus Patos de Minas.

¹⁶ Doutora em Economia pelo Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU. Professora do IFTM (Patos de Minas). elainelima@iftm.edu.br

Estados Unidos como poder econômico no século XX”. Por outro lado, esse poder de influência nos diversos países e diferentes idiomas tem levantado questionamentos e críticas sobre o risco de extinção de algumas línguas, diante da posição hierárquica da língua inglesa nas transações comerciais, acordos políticos e na emergência de novas tecnologias (Vernalha, 2015).

Em suma, independentemente das razões, é inegável a importância do inglês não só para o mercado de trabalho, mas também pela facilidade de aquisição de novos conhecimentos e projetos. Inclusive, a literatura internacional, geralmente, contém novas informações apenas no idioma de origem e no inglês.

A partir do exposto, o presente estudo teve como foco de análise os estudantes matriculados no curso de Administração do Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM), campus Patos de Minas. A hipótese deste trabalho postula que a maioria dos estudantes de graduação em Administração do IFTM - Patos de Minas avalia seu nível de conhecimento em inglês como básico. Desse modo, a possível constatação da hipótese poderá ser fundamental na elaboração de estratégias que a instituição de ensino possa adotar para minimizar esse problema. A escassez de recursos financeiros é enxergada como um dos principais fatores que impedem os alunos de investir em um curso de idiomas e aprimorar suas habilidades (Sousa; Gomes; Chena, 2022).

Diante disso, a pesquisa torna-se relevante, uma vez que possibilitará a caracterização dos alunos do curso de administração e a percepção que eles possuem em relação ao inglês. Espera-se assim que com esse estudo os estudantes descrevam suas percepções e dificuldades na aprendizagem de uma segunda língua.

Nesse sentido, o presente trabalho tem por objetivo geral: investigar as percepções da língua inglesa dos estudantes do curso de graduação em Administração do Campus IFTM- Patos de Minas.

Dessa forma, a pesquisa pode trazer resultados significativos para diagnosticar a situação dos futuros administradores quanto aos principais desafios no contato com a língua inglesa, nível de conhecimento atual e perspectivas de atuação da instituição de ensino nesse processo.

O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

O processo de globalização e internacionalização das organizações refere-se ao movimento crescente de empresas que buscam expandir suas atividades além das fronteiras nacionais, a fim de explorar novos mercados, reduzir custos e aumentar a competitividade. A globalização econômica se intensificou nas últimas décadas, impulsionada pelo desenvolvimento das tecnologias de comunicação e transporte, liberalização do comércio e maior integração da economia global. Logo, a internacionalização pode ocorrer de diversas formas, como exportação de bens e serviços, abertura de filiais no exterior, desenvolvimento de alianças estratégicas e aquisição de empresas em outros países (Validório, Peres e Moraes, 2020).

Para as empresas, a internacionalização pode trazer benefícios como acesso a novos mercados, redução de custos, maior eficiência e aumento da capacidade de inovação. Desse modo, o comércio internacional é atrelado a uma nova era de relações entre empresas, países e pessoas. A partir dessa visão, para Validório, Peres e Moraes (2020) e Freitas (2016) tal comércio pode ser conceituado como um serviço de forma globalizada e que está em constante crescimento, o que atrai investimentos e troca de operações.

Com isso, as empresas buscam atender suas demandas e aumentar o mercado de atuação, nesse cenário a utilização de um segundo idioma é fundamental, através do inglês é possível a comunicação entre os mercados financeiros que busca auxiliar seus negócios, expandindo-os e globalizando seus serviços, tornando-os mais acessível. Logo, o mercado de trabalho busca cada vez mais profissionais qualificados, com formação efetiva e com capacidade de atender as novas tendências (Antonio, 2005).

Ao analisar o contexto brasileiro, o inglês é cada vez mais valorizado no mundo dos negócios, principalmente com a internacionalização das empresas brasileiras. Ter conhecimento da língua inglesa pode ser um importante diferencial para profissionais que desejam se destacar em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo. Muitas empresas estrangeiras que operam no Brasil exigem o inglês como requisito de contratação, inclusive para cargos operacionais e gerenciais. Assim, a fluência em inglês pode abrir portas para oportunidades de emprego em empresas multinacionais e setores que exigem maiores conexões com os mercados globais.

INGLÊS NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL: PROCESSO HISTÓRICO

Um ponto de extrema importância a ser referenciado neste estudo, diz respeito às competências e habilidades necessárias ao profissional que se submete a falar e a entender outra língua, por exemplo, nas negociações com os clientes. A língua estrangeira é de suma importância para o profissional que almeja receber melhores oportunidades, trabalhar em empresas multinacionais e receber melhores salários (Ramirez, 2014).

Segundo Chaguri e Tonelli (2019), o entendimento e compreensão de uma língua estrangeira traz habilidade de agir e comunicar-se nas diversas áreas do nosso cotidiano e fornece maiores possibilidades de inserção no mercado de trabalho. Logo, aprender outro idioma se tornou algo essencial no nosso dia a dia, na vida acadêmica e pensando em um mercado cada vez mais competitivo. Conforme Rodrigues (2019, p. 15):

A aquisição de uma segunda língua passou a ser encarada como necessidade na sociedade moderna, visto que a faculdade em a utilizar passa a ser inevitável na atual conjuntura de globalização, a qual enlaça linguística e culturalmente os povos, pois tal aquisição, além de proporcionar uma realização pessoal impulsiona o indivíduo ao cenário mercadológico global, inteirando-o do mundo que o circunda (Rodrigues, 2019, p. 19).

Após a Segunda Guerra Mundial, o inglês tornou-se a língua dominante no mundo, assumindo o papel de língua "hipercêntrica". Isso se deveu em grande parte ao domínio econômico e político dos Estados Unidos após a guerra. Para Crystal (2003), há o advento do bilinguismo, ou seja, as pessoas falam sua língua nativa e adotam o inglês como língua estrangeira.

A hegemonia do capitalismo estadunidense com as marcas Coca-Cola e o McDonald's, a influência cultural dos Estados Unidos por meio da música, do cinema e da televisão também contribuiu para a difusão do inglês como língua global. Além disso, A popularidade da cultura americana do pós-guerra levou muitos países a tornarem o inglês uma segunda língua estrangeira obrigatória nas escolas (Phillipson, 1992).

A difusão do inglês como língua global pode ser entendida como um processo complexo que envolve múltiplos fatores políticos, econômicos e culturais. Segundo Phillipson (1992), o inglês é a língua global predominante porque está associado ao poder político, econômico e cultural dos Estados Unidos. Para Crystal (2003), em

decorrência da crescente influência dos Estados Unidos, o inglês tem sido amplamente utilizado como língua franca de negócios, diplomacia e ciência em todo o mundo.

MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia do desenvolvimento deste trabalho seguiu uma abordagem qualitativa, pois esse enfoque possibilita a combinação de elementos que ajudam na compreensão do fenômeno de pesquisa. Tal abordagem oferece uma visão ampla da problemática a ser analisada e enriquece a análise dos resultados a serem obtidos (Gil, 1999).

Para alcançar os objetivos, foi conduzido um estudo de caso no campus do IFTM Patos de Minas, envolvendo os alunos de todos os períodos do curso de graduação em Administração. A seleção dos participantes foi baseada no número de discentes matriculados e ativos no curso, todos maiores de 18 anos, o quantitativo foi confirmado em consulta à coordenação do Curso de Administração.

Quanto ao instrumento para a coleta de informações, ocorreu por meio de questionário. Para sua aplicação, foi solicitada a autorização dos gestores do IFTM por meio de uma carta formal, na qual se explicitava que a presente pesquisa estava em conformidade com as Resoluções Éticas Brasileiras, em particular a Resolução CNS 466/12.

A pesquisa obteve aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM), sob o número do Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE)–73688223.9.0000.5549. O consentimento informado e esclarecido foi obtido de todas os participantes da pesquisa.

Após a coleta de dados, realizou-se uma leitura e organização cuidadosa de todo o material obtido. Na sequência, foi conduzida uma exploração minuciosa, seguida das inferências e interpretação dos resultados, comparando-os com os achados na literatura existente. Quanto aos dados quantitativos, estes foram tabulados em planilha pelo programa Microsoft Excel 2019 para a análise das respostas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para analisar os dados, o estudo foi contemplado pela pesquisa realizada com os alunos de todos os períodos do curso Administração do IFTM, *campus* Patos de Minas, com o objetivo de identificar a percepção dos alunos quanto à importância da língua inglesa.

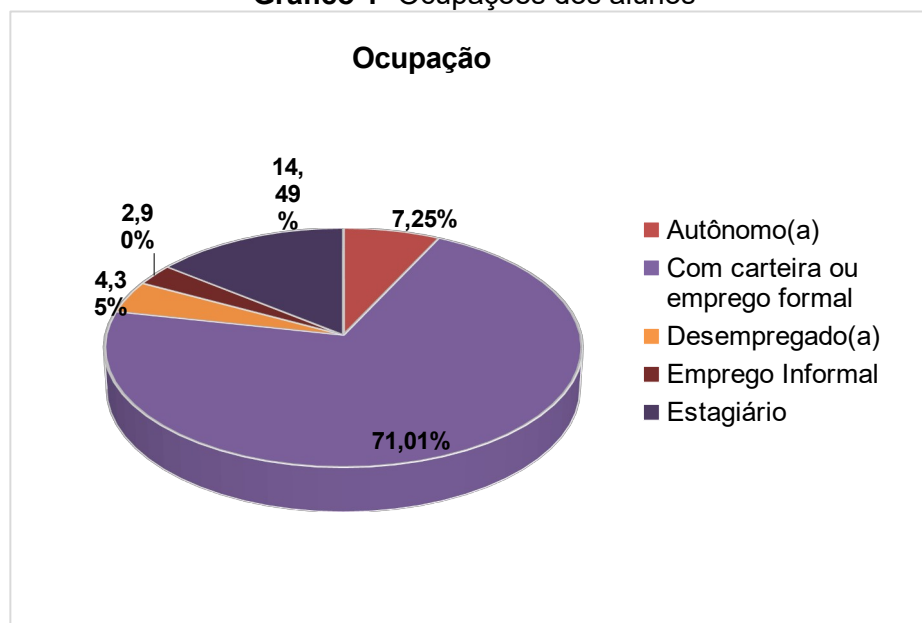
Foram entrevistados 69 alunos por meio de um questionário semiestruturado, aplicado nos turnos de aula ao longo do mês de outubro de 2023. Ou seja, a pesquisa teve uma taxa de resposta de 92%, considerando o total de 75 alunos ativos. É importante destacar que o questionário foi relevante para uma análise e caracterização dos sujeitos de pesquisa.

Os estudantes receberam um questionário com 16 perguntas, sendo 11 questões fechadas, das quais 5 o aluno tinha a oportunidade de fornecer justificativas ou complementar suas respostas. Além disso, havia 5 questões abertas que possibilitavam aos alunos responderem livremente, sem restrições de escolha pré-determinada.

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

A presente seção elucida a caracterização dos estudantes matriculados no curso de Bacharelado em Administração. A exemplo, as mulheres constituem a maioria dos estudantes de administração com aproximadamente 70 %, enquanto os estudantes do sexo masculino representam 30%.

No que diz respeito à faixa etária, a maioria dos alunos (57,97%) possui idades entre 18 a 23 anos, refletindo uma tendência de estudantes universitários que ingressaram no curso superior após concluírem o ensino médio. Com relação as demais faixas etárias, observou-se que 27,54% estão na faixa etária de 24 a 30 anos, e 7,25% para as faixas etárias de 31 a 40 anos e 41 a 54 anos, indicam diversidade etária significativa e representam que a faculdade atende uma ampla gama de alunos com diferentes trajetórias de vida e necessidades educacionais.

Gráfico 1- Ocupações dos alunos

Fonte: Elaboração Própria

Conforme o Gráfico 1, 71,01% dos entrevistados estão inseridos no mercado de trabalho formal, com carteira assinada. Porém, 4,35% estão desempregados, 2,90% estão em empregos informais, 7,25% são autônomos e 14,49% são estagiários. Curiosamente, muitos estudantes atuam em cargos auxiliares ou administrativos em diversos setores econômicos da cidade. Embora a maioria das pessoas não utilize o inglês no local de trabalho, algumas reconhecem a sua importância e utilizam em algumas áreas. Por exemplo, na área de Tecnologia da Informação (TI), onde a programação e a codificação têm o inglês como base, ou seja, idioma é crucial. Além disso, um aluno mencionou a necessidade de se comunicar com os fornecedores em inglês e outro aluno expressou contato diário com estrangeiros norte-americanos.

A IMPORTÂNCIA DO INGLÊS PARA OS ENTREVISTADOS

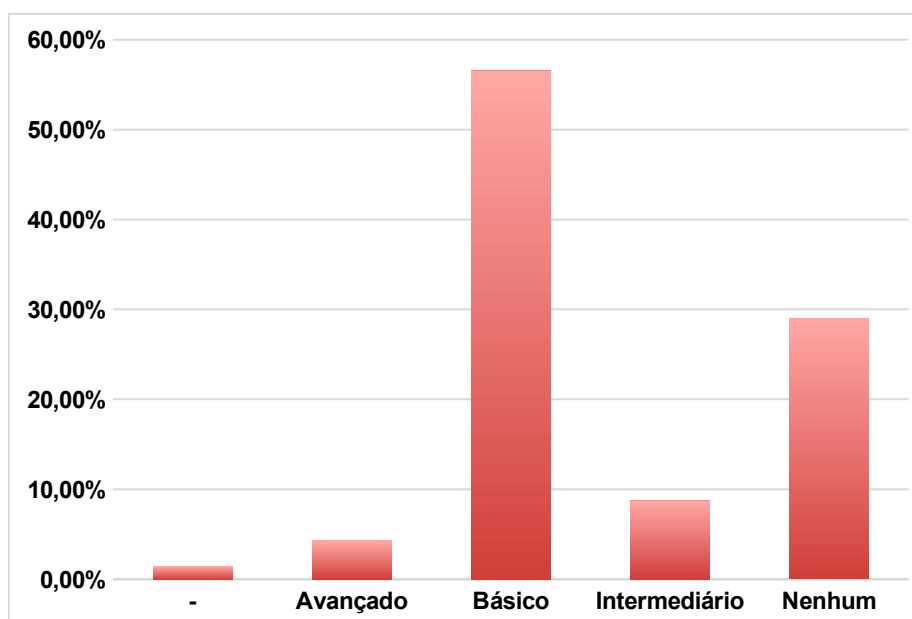
No segundo bloco de questões, as perguntas estiveram voltadas para informações da língua inglesa. Constatou-se que, para os respondentes, o inglês exerce importância para o futuro da área profissional, para alguns, o inglês é uma habilidade fundamental para ampliar as oportunidades. Para aproximadamente 40% dos estudantes, o inglês pode não ser relevante para o seu dia a dia.

Foi destacado que dominar o inglês pode ser considerado uma habilidade diferenciadora que pode potencializar a carreira. Do total de 69 entrevistados, 24 fizeram ou fazem cursos de inglês, o que representa 34,78% dos entrevistados. Por outro lado, a maioria, ou seja, 45 alunos nunca ingressaram em curso de inglês, o que equivale 65,22% dos alunos.

Já os que não fizeram deram suas justificativas, entre as quais, a restrição de tempo foi um fator importante citado por muitos entrevistados. É possível observar que quem trabalha em período integral ou tem agenda lotada sente que não tem tempo suficiente para fazer curso de inglês. Além disso, a restrição financeira também foi uma barreira significativa à inscrição em cursos de inglês. Para alguns entrevistados o valor da mensalidade era um impeditivo financeiro para a permanência ou ingresso em um curso de língua inglesa.

Os dados apresentados no Gráfico 2 demonstram a distribuição dos níveis de conhecimento em língua inglesa. Segundo os resultados, 39 estudantes (56,52%) possuem o nível básico do inglês. Por outro lado, 20 alunos (28,99%) relataram não possuir conhecimento da língua. Para o nível intermediário e avançado, apenas 6 alunos (8,70%) e 3 alunos (4,35%), respectivamente. Por fim, 1,45% não respondeu o nível.

Gráfico 2- Nível de inglês dos entrevistados



Fonte: Elaboração Própria

Os dados do Gráfico 2 oferecem um panorama geral do nível de inglês entre os estudantes. É possível constatar que a hipótese do trabalho foi confirmada conforme esperado: mais de 50% dos alunos possuem nível básico de conhecimento em inglês. Quando considera-se os alunos que não têm conhecimento no idioma, esse percentual sobe para aproximadamente 85%. Isso está em consonância com o que foi discutido anteriormente por Sousa, Gomes e Chena (2022). Inclusive, para os autores, a restrição orçamentária pode ser um fator considerável para os alunos nunca terem ingressado em um curso de inglês.

No que diz respeito as dificuldades nas habilidades para aprendizado em um novo idioma, abaixo estão destacadas as principais respostas:

- ✓ Ouvir e Falar: muitos destacaram dificuldades nas habilidades de escuta e fala em inglês;
- ✓ Falar e Escrever: essas habilidades são relevantes em situações que exigem comunicação escrita, como a redação de relatórios, bem como em interações orais;
- ✓ Leitura e Escrever: isto pode ser particularmente relevante onde há documentação, leitura de manuais ou a escrita de documentação;
- ✓ Ouvir, falar, ler e escrever: algumas pessoas mencionam que é difícil dominar essas quatro habilidades.

No contexto da aprendizagem de inglês, alguns participantes do questionário destacaram desafios específicos com as suas competências linguísticas. Grande parte observou prejuízos na compreensão auditiva e na expressão oral, enfatizando as complexidades associadas a esses aspectos da linguagem.

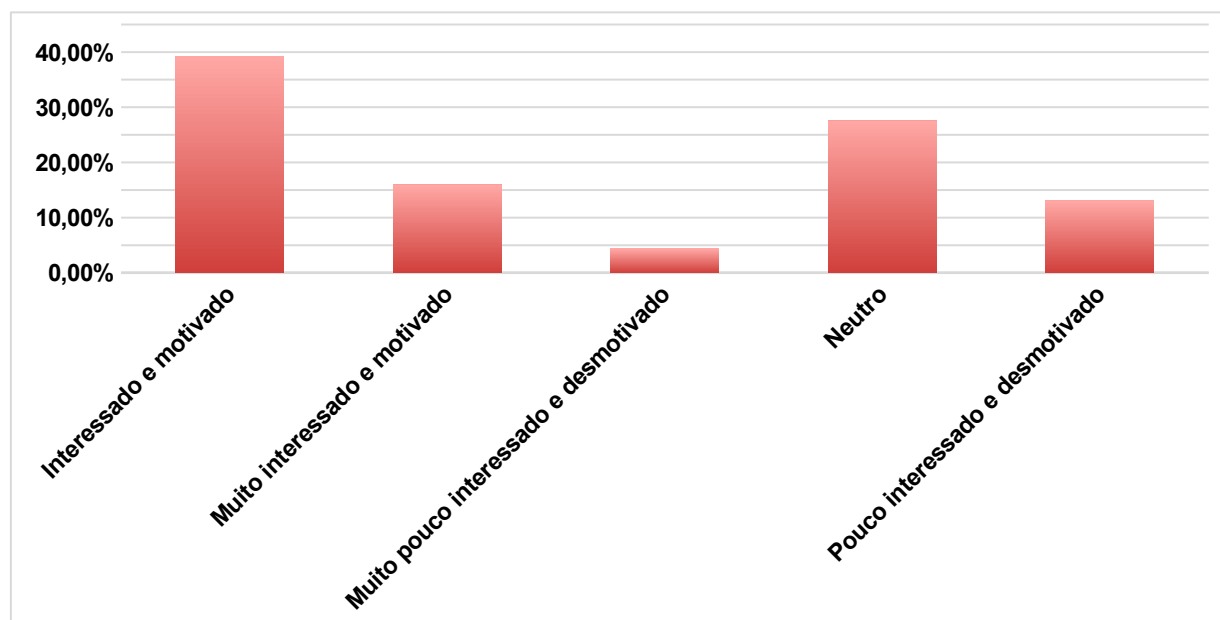
Quanto à importância do inglês para a administração, os alunos responderam ao questionário afirmando que o inglês hoje vem se tornando uma língua importante no mercado de trabalho, comentaram sobre os termos de inglês na administração e que falar o idioma torna o administrador um destaque entre os demais.

A respeito da importância do idioma na administração, as algumas respostas enfatizaram que no mercado de trabalho não só para alunos da administração, mas para todos, o inglês é uma língua global e que gera oportunidades, *networking* e uma maior reputação no mercado competitiva. Neste trecho, enfatiza-se a importância fundamental da terminologia utilizada na gestão. Argumenta-se que o conhecimento destes termos

desempenha um papel vital nas atividades cotidianas relacionadas com a administração e influencia a avaliação da eficácia administrativa. Além disso, foi enfatizada a necessidade de dominar o inglês, pois isso cria oportunidades de comunicação com profissionais estrangeiros, promove a compreensão da terminologia técnica e amplia as perspectivas globais, como enfatizou um aluno em particular. Em resumo, foi enfatizada a importância do domínio da terminologia e do inglês na gestão.

Quando questionado sobre as vantagens competitivas no mercado de trabalho, as respostas afirmavam, em suma, que o administrador pode receber propostas em multinacionais dando oportunidades até de sair do país, diversificando seu conhecimento, o domínio desta língua pode facilitar o acesso a oportunidades únicas no mercado de trabalho, maior facilidade em ser aceito em programas de intercâmbio e grande parte do conhecimento teórico e novas tendências estão disponíveis nesta língua, oferece oportunidades de trabalho em outros países, crescimento pessoal e cultural, melhores cargos e salários, melhores oportunidades. É importante pois algumas empresas exigem nível de inglês e pode ser um diferencial na contratação.

Gráfico 6- Nível de motivação para aprendizagem do inglês



Fonte: Elaboração Própria

Mesmo diante do desinteresse de alguns ou falta de conhecimento de outros, todos afirmaram que a língua é importante no mercado de trabalho atual, seja ela de forma direta

ou indireta. As respostas obtidas se dividiram em grau de intensidade entre: muito interessado e motivado a pouco interessado e desmotivado. Os interessados e motivados somam 27, muito interessados e motivados totalizaram 11, muito pouco e desmotivado foram 3, neutros 19, pouco interessado e desmotivados foram 9.

No questionamento de como a instituição pode contribuir no aprimoramento das habilidades do inglês, algumas das dicas e sugestões dadas pelos alunos perpassaram pelas seguintes respostas: oferecer ensino remoto de inglês; cursos gratuitos online e incentivo a consumir diariamente o inglês dentro da instituição, oferecer mais vagas no Cenid (Centro de idiomas do IFTM) e abrir novos horários, como por exemplo na parte da manhã e na hora do almoço. Outra sugestão, seria a abertura de turmas de inglês aos sábados conforme disponibilidade dos alunos de administração, com *workshops* sobre a cultura inglesa, com diálogos e feiras culturais, oferecer além de cursos focados na linguagem utilizada no contexto empresarial e administrativo, visto a gama de termos da língua inglesa que é utilizada na administração.

Desse modo, a proposta de melhoria poderia incluir a oferta de rodas de conversa em inglês para os alunos da administração, sobre aspectos relativos ao curso (poderia ser configurado em projeto de extensão), visto que a partir do terceiro período todos os alunos devem estar inseridos ou criando algum projeto para as horas de extensão, bem como cursos e minicursos poderiam ser utilizados para eliminar horas complementares e aprofundar mais no inglês, inserindo aos alunos em mais períodos, não apenas em um, visto que o inglês está se tornando um requisito crucial no mercado de trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão desse estudo mostrou que a maioria dos estudantes de graduação em Administração do IFTM - Patos de Minas avalia seu nível de conhecimento em inglês como básico. Aos resultados obtidos, a ideia inicial era entrevistar 75 alunos, porém devido a motivos de desistência do curso, ensino domiciliar e demais intercorrências, fez com que o questionário fosse aplicado com 69 alunos. No entanto, a taxa de respondentes foi de 92%, o que representa um número significativo.

Constatou-se que a maioria dos alunos entrevistados considera o inglês como uma língua importante para a carreira do administrador. No entanto, 39 deles possui apenas o

nível básico, ou seja, 56,52% dos entrevistados. Na sequência, podemos ver que 20 estudantes (28,99%) apontaram não ter nenhum conhecimento na língua, 6 que equivale 8,70% dos entrevistados dizem possuir um nível intermediário e 3 no nível avançado que corresponde a 4,35%.

A faixa etária das maiores partes dos alunos é de 18 e 23 anos correspondendo a 57,97% do total de 85,51% dos estudantes são solteiros e dos 69 entrevistados, 71,01%, se encontram empregados em empregos formais, podemos ver que a maior parte do nosso grupo de jovens adultos. Quanto a percepção da importância da língua inglesa no mercado de trabalho, segundo os entrevistados, podemos ver que muitos dos entrevistados reconheceram a importância de dominar o inglês para comunicar em especial com públicos internacionais. É particularmente importante para empresas que lidam com fornecedores, parceiros e clientes estrangeiros.

A capacidade de comunicar de maneira eficaz em inglês é considerada uma vantagem competitiva para maior parte dos alunos. Algumas pessoas acreditam que o inglês é essencial, principalmente em áreas como tecnologia. A terminologia técnica e os sistemas são frequentemente utilizados em inglês, exigindo comunicação com colegas e parceiros internacionais.

Enfatiza-se também que alguns entrevistados citaram a falta de interesse em aprender inglês como motivo para não frequentar os cursos. Isto pode ser devido à preferência pessoal ou falta de motivação para aprender o idioma, diria que talvez o início tardio de aprendizagem no inglês ou em qualquer segundo idioma. Outros entrevistados indicaram que estavam se concentrando em aprender outras línguas em vez do inglês, talvez devido a necessidades específicas na área de trabalho ou interesses pessoais.

Por fim, no trabalho realizado junto aos estudantes foi possível observar o quanto o inglês está presente na vida dos universitários e se possuem algum domínio sobre ela. É notória a influência do inglês no curso de Administração e nas mais diversas unidades curriculares abordadas ao decorrer do curso, especialmente em assuntos voltados aos aspectos de inovação, gestão e negócios da empresa. Por exemplo, *startup*, *brainstorm*, *pitch*, *branding*, *asset* e *benchmarking*, entre tantos conceitos que foram incorporados na literatura internacional e que acompanham a rotina do administrador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTONIO, F. P. A Importância do Inglês no Comercio Exterior. **Revista Eletrônica de Administração**. Edição 8, 2005. Disponível em: <<http://faef.revista.inf.br/64jZ-4-26-941-4.pdf>>. Acesso em: junho/ 2022.

CRYSTAL, D. **English as a Global Language** (2nd ed.). Cambridge: University Press, 2003.

CHAGURI, J. de P.; TONELLI, J. R. A. Políticas de ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras para crianças no Brasil: (re)discutindo fundamentos. **Revista Linhas**. Florianópolis, v. 20, n. 42, p. 281-302, jan./abr. 2019.

FREITAS, E. **Comércio Externo Brasileiro**. 2016. Disponível em: <https://mundooeducacao.uol.com.br/geografia/comercio-externo-brasileiro.htm>, Acesso em: Nov 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRIGOLETTO, M. O inglês na atualidade: uma língua global. In: **Enciclopédia das Línguas do Brasil**. Disponível em <<http://www.labeurb.unicamp.br/elb2/pages/noticias/lerArtigo.lab.jsessionid=8F3475A890D22BC253056EA9A00CB08A?categoria=12&id=98>>. Acesso em 03 de mar. de 2023.

PHILLIPSON, R. **Linguistic imperialism**. London: Oxford University Press, 1992.

RAMIREZ, R. A. **História de vida na formação do professor**. São Paulo: Centro Paula Souza, 2014. CEETEPS SP.

RODRIGUES, G. F. **Língua materna no ensino e aprendizagem da língua estrangeira – inglês**: perspectivas a partir do sistema de avaliatividade, 2019, p. 134. Disponível em: https://mestrado_letras.catalao.ufg.br/up/570/o/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Gustavo_Ferreira_Rodrigues.pdf. Acesso em 27 abril 2023.

SOUSA, M. G. G. S.; GOMES, A. K. A.; CHENA, A. E. G. Fatores que dificultam a aprendizagem da língua inglesa na fase adulta no curso livre de inglês. **Revista Expressão Católica**, v. 11, n. 1, p. 30-42, 2022.

VALIDÓRIO, V. C.; PERES, J. W.; MORAES, K. D. **A Importância do Domínio da Língua Inglesa para o Comércio Exterior**. In: 9 Jornacitec - Jornada Científica e Tecnológica da FATEC de Botucatu, 2020, Botucatu/SP.

VERNALHA, H. B. **Discurso empresarial contemporâneo**: anglicismos e prática social. Tese de Doutorado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2015. 162f

