

**70**  
**Caderno de**  
**Iniciação Científica**  
**PAIC / 2005**

**Núcleo de Pesquisa Acadêmica - NPA**

**Reitor**

*Frei Nelson José Hillesheim*

**Pró-Reitor Administrativo**

*Paulo Ams da Cunha*

**Pró-Reitor Acadêmico**

*Luis Roberto Antonik*

**Diretor de Assuntos Institucionais**

*Vicente Keller*

**Diretor de Legislação e Normas Educacionais**

*André Luis Gontijo Resende*

**Secretário**

*Rafael Araújo Leal*

**Coordenação Geral****Programas Lato Sensu**

*Gilberto de Oliveira Souza*

**Programas Stricto Sensu, Pesquisa e Extensão**

*Lucia Izabel C. Sermann*

**Cursos de Graduação**

*Antônio Lázaro Conte*

**Coordenadores****Administração**

*Daniel Francisco Rossi*

**Ciências Econômicas**

*Gilmar Mendes Lourenço*

**Ciências Contábeis**

*Aderbal Nicolas Muller*

**Publicidade e Propaganda**

*Eliane Cristine Francisco Maffezzoli*

**Desenho Industrial**

*Cristina Maria Souto Ferigotti*

**Direito**

*Aline Pessoa Silva*

**Engenharia de Produção e Engenharia Ambiental**

*José Vicente B. de Mello*

**Educação a Distância**

*Carlos Roberto Oliveira de Almeida*

**Filosofia**

*Vicente Keller*

**Finanças e Logística**

*Valter Pereira Francisco Filho*

**Informática e Tecnologia em Sistema para Internet**

*Andréa dos Santos Rodrigues*

**Marketing**

*Ricardo Pimentel*

**Negócios Internacionais**

*Andréa Levek*

**Recursos Humanos**

*Maria Alice Pereira de Moura e Claro*

**Mestrado****Organizações e Desenvolvimento**

*José Edmilson de Souza Lima*

**Educação**

*Lucia Izabel C. Sermann*

**Núcleos****Núcleo de Pesquisa Acadêmica**

*Vanessa Ishikawa Rasoto*

**Núcleo de Assuntos Comunitários**

*Milton Mayer*

**Núcleo de Empregabilidade**

*Nancy Malschitsky*

**Núcleo de Relações Internacionais**

*Areta Gallat*

**Núcleo de Projetos Especiais**

*Eliana Velasco*

**Núcleo de Relações Institucionais e Governamentais**

*Rubens Fava*

**Instituto de Ciências Jurídicas UNIFAE**

*Sérgio Luiz Rocha Pombo*

**Instituto de filosofia São Boa Ventura**

*Vicente Keller*

**Coordenação Editorial**

*Lucia Izabel Czerwonka Sermann*

*Vanessa Ishikawa Rasoto*

**Revisão**

*Maria Aparecida da Silva Arcanjo Pereira*

**Editoração**

*Maria Laura Zocolotti - projeto gráfico/diagramação*

*Ana Rita Barzick Nogueira - diagramação*

**Capa**

*Hilton Osório Torres*

UNIFAE - Centro Universitário Franciscano do Paraná. Núcleo de Pesquisa Acadêmica. Programa de Apoio à Iniciação Científica.

7.º caderno de iniciação : PAIC/2005.

Curitiba, 2007.

214p.

1. Administração - pesquisa. 2. Economia - pesquisa.  
3. Contabilidade - pesquisa.

CDD - 20 ed. 658

330

657

## APRESENTAÇÃO

Foi-se o tempo em que as atividades empresariais se estruturavam sobre velhos conceitos de lucratividade desenfreada e a qualquer custo. Dilapidavam-se os recursos naturais e, o que é pior, os humanos.

Enquanto isso, a máquina pública, em nível federal, estadual e municipal, avançava com avidez sobre a lucratividade privada com cargas tributárias extorsivas, como ainda, infelizmente, acontece.

Naquele cenário, era inimaginável abrirem-se contas tais que “conta meio-ambiente”, “conta integração social” “conta educação” nos registros contábeis das empresas. Era um dramático: salve-se quem puder!

A malversação de recursos, aliada à insensibilidade empedernida dos gestores, implementava o círculo vicioso das injustiças e crueldades cometidas contra a natureza e as populações locais, parceiras na geração de riquezas, porém esquecidas.

Agora, vive-se o despertar de uma nova consciência Ética e empresarial encimada pelo forte apelo do título: Responsabilidade Social.

É sob essa óptica que se desenvolveram os treze artigos presentes nesta sétima edição do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC).

Analisa-se situações locais e regionais, como é o caso de Curitiba e Região Metropolitana. Visitaram-se as cidades-satélite, como Colombo e Campina Grande do Sul, para a compreensão de seus “modus vivendi”. Consultaram-se novas contribuições filosóficas de pensadores e profissionais comprometidos com a modernidade.

Levantam-se dados, relatam-se experiências bem sucedidas, apontam-se distorções perigosas, desvendam-se oportunidades mais justas e, mesmo assim, lucrativas.

Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades.

De forma crescente, as empresas e governos estão se dando conta de que a preservação do meio ambiente, a par de ser um compromisso inalienável com as gerações futuras, pode ser uma excelente oportunidade de valorização de suas marcas, produtos, serviços e políticas públicas de resultado.

Os estudantes de Administração e Gestão Empresarial encontrarão, sem dúvida, nesta coletânea de artigos, sugestões e informações que lhes podem dar novos parâmetros e perspectivas de formação profissional, cultural, intelectual e humana.

É uma boa fonte de preparação para os desafios do mercado empresarial moderno.

*Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Ishikawa Rasoto*  
Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Acadêmica



## SUMÁRIO

<b>JUSTIÇA E LIBERDADE: UMA ANÁLISE FILOSÓFICA DO LIBERALISMO UTILITARISTA À LUZ DO DIREITO CONTEMPORÂNEO</b> <i>Acadêmico: Leonardo Aureliano dos Reis Teixeira dos Santos</i> <i>Orientadores: Prof. Msc. Mauro Cardoso Simões e Prof<sup>a</sup> Dr. Dilnei Giseli Lorenzi</i>	7
<b>POLÍTICAS PÚBLICAS E A DUPLA MORALIDADE DA SOCIEDADE LIBERAL</b> <i>Acadêmico: Ítalo Kiyomi Ishikawa</i> <i>Orientador: Prof. Dr. Vagner Sassi</i>	23
<b>PERCEPÇÕES ÉTICAS DE FUTUROS GESTORES DA ECONOMIA</b> <i>Acadêmico: Renato Oliveira de Araújo</i> <i>Orientador: Prof. Dr. José Edmilson de Souza-Lima</i>	35
<b>DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE NAS METRÓPOLES: O CASO DA CIDADE DE CURITIBA</b> <i>Acadêmica: Aline Costa do Nascimento</i> <i>Orientador: Prof. Msc. Gilson Batista de Oliveira</i>	45
<b>A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETING SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES</b> <i>Acadêmico: Juliano Baptista</i> <i>Orientador: Prof. Dr. Osmar Ponchirolli</i>	55
<b>SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL: CRITÉRIOS PARA EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS</b> <i>Acadêmica: Melissa Formighieri de Souza</i> <i>Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Angelise Valladares</i>	69
<b>CONTABILIDADE AMBIENTAL: O PASSAPORTE PARA A COMPETITIVIDADE</b> <i>Acadêmica: Tainan de Lima Bezerra</i> <i>Orientador: Prof. Msc. Admir Roque Teló</i>	83
<b>ESTRATÉGIA E GESTÃO DE OPERAÇÕES PRODUTIVAS: ESTUDOS DE CASO EM EMPRESAS PARANAENSES FABRICANTES DE BENS INTERMEDIÁRIOS</b> <i>Acadêmica: Juciane Lopes Botelho</i> <i>Orientador: Prof. Dr. José Vicente Bandeira de Mello Cordeiro</i>	101
Programa de Apoio à Iniciação Científica - PAIC	5

**PROJETO DE AVALIAÇÃO E ANÁLISE DE MÚLTIPLOS DE MERCADO,  
SETORIAIS E FINANCEIROS, DE EMPRESAS DE AGROBUSINESS  
DE CAPITAL ABERTO**

*Acadêmico: Daniel Vinicius Alberini Schrickte*

*Orientador: Prof. Msc. André Tadeu Paes de Souza* \_\_\_\_\_ 121

**INDEXADORES E ÍNDICES DE PREÇOS: UMA ABORDAGEM PRÁTICA**

*Acadêmico: Márcio da Silva Assunção*

*Orientador: Prof. Msc. Luís Roberto Antonik* \_\_\_\_\_ 145

**DINÂMICA INTERNA REGIONAL - UM PROCESSO DE MENSURAÇÃO**

*Acadêmica: Elis Bianca Azevedo*

*Orientador: Prof. Dr. Mário Romero Pellegrini de Souza* \_\_\_\_\_ 161

**RELAÇÃO ENTRE ATIVIDADE ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL LOCAL EM CURITIBA**

*Acadêmicas: Karla Cristina Tyskowski e Perla Aparecida Rodrigues da Silva*

*Orientador: Prof. Dr. Christian Luiz da Silva* \_\_\_\_\_ 173

**DESENVOLVIMENTO LOCAL: A EXPERIÊNCIA DOS MUNICÍPIOS DE  
CAMPINA GRANDE DO SUL E COLOMBO**

*Acadêmico: José Eduardo Onian Santana*

*Orientador: Prof. Dr. Antoninho Caron* \_\_\_\_\_ 203

# JUSTIÇA E LIBERDADE: UMA ANÁLISE FILOSÓFICA DO LIBERALISMO UTILITARISTA À LUZ DO DIREITO CONTEMPORÂNEO

---

Leonardo Aureliano dos Reis Teixeira dos Santos\*

Orientadores: Prof. Msc. Mauro Cardoso Simões e Prof. Dr. Dilnei Giseli Lorenzi

## RESUMO

Este trabalho tem como finalidade analisar a conexão entre justiça e liberdade à luz das perspectivas de John Stuart Mill e de John Rawls. De Mill trata particularmente da relação da utilidade com a liberdade e com a justiça, enquanto Rawls, na defesa da justiça como equidade, mostra influência do utilitarismo em sua obra, bem como elucida os princípios da justiça, liberdade e igualdade. Neste último, as instituições têm papel imprescindível na aplicação da justiça e na manutenção dos direitos.

**Palavras-chave:** liberdade; justiça; utilitarismo; igualdade; direitos.

---

\*Acadêmico do 3º ano do Curso de Filosofia. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

O pensamento filosófico de John Stuart Mill é quase desconhecido no Brasil e quando citado serve tão somente para gerar críticas que objetivam desqualificar suas teses. Filósofo, economista e político inglês de destaque na Inglaterra do século XIX, Mill continua restrito ao círculo dos intérpretes de sua obra, que, no Brasil, se resume a um pequeno número de pesquisadores que visam não apenas ler e interpretar corretamente suas idéias, mas depurar suas proposições e apontar as possíveis aplicações de seus princípios: liberdade e utilidade.

Mill, ao contrário do que é comumente reiterado por seus detratores, foi um pensador profundamente preocupado com as questões mais urgentes não somente de seu tempo. A agudez de suas idéias acerca de princípios tão caros, como liberdade, felicidade, segurança, justiça e sua conexão com os direitos norteiam a investigação deste trabalho.

O utilitarismo milliano ainda costuma ser visto como uma filosofia que deixa a desejar no que tange à defesa de direitos, sobretudo, morais e humanos. Alega-se que o utilitarismo, em razão de uma insuficiência teórica, é fundamentalmente incompatível com uma defesa dos direitos humanos.

Em certo sentido, a suspeita pode até ser compreensível, dado que os direitos são vistos como aquilo que faz a diferença em cálculos, diferença esta que deixaria de existir ou de ser levada em conta se fosse sustentado – como se supõe que os utilitaristas sejam forçados a fazê-lo – que os direitos podem ser violados sempre que isso se mostre necessário para produzir um incremento, ainda que irrisório, no saldo do bem-estar geral.

As palavras “*droit*”, “*diritto*” e “*recht*”, usadas pelos pensadores continentais, não têm uma simples tradução para Mill e para esta investigação. Na perspectiva de Dworkin (2002, p.153), direitos são trunfos que não podem ser deslocados por considerações de bem-estar. Cumpre destacar inicialmente que inexistem direitos absolutos.

Segundo Gewirth, o direito à vida, no entanto, é um candidato à categoria de direito absoluto (1984, p.91). Direitos são absolutos quando não podem ser cancelados ou deslocados em nenhuma circunstância, de modo que nunca possam ser justificadamente infringidos, devendo ser cumpridos sem nenhuma exceção.

A rigor, o utilitarismo de Mill não está fadado a negar os direitos ou a desdenhar o seu reconhecimento. Questiona, sim, que eles sejam evidentes, ou que tenham estatuto fundacional, na construção de uma teoria moral. É a visão tradicional de que a existência de direitos morais seja evidente e que, pela intuição, conflitos entre supostos direitos possam ser resolvidos. Recusa também justificações contratualistas, dado que estas



parecem requerer um comprometimento prévio para com os direitos que o contrato social visa justificar. O utilitarismo justifica direitos em termos do bem que provém do reconhecimento de certas titularidades ou da imposição de certas restrições sobre a conduta das pessoas.

Já Rawls não é um defensor da não interferência do Estado e da sociedade na esfera privada do indivíduo. Segundo ele, o relevante, com relação ao Estado, é que ele garanta, de um ou outro modo, a efetivação dos direitos conquistados por uma sociedade madura e democrática. Nas palavras de Dworkin (2002), por serem tais direitos trunfos, o Estado e instituições devem garantir que, por meio da justiça, os indivíduos os tenham assegurados. Para a preservação desses direitos, estes devem ser fundados no princípio da justiça, pois, por meio dela, alcançam-se os demais direitos, como o direito à liberdade, à igualdade, à fraternidade, à educação.

O objetivo principal de trabalho é investigar a possível compatibilidade entre liberalismo e utilitarismo tangida pela discussão de direito privado e de direito público com considerações de bem-estar social.

Os objetivos específicos resumem-se em: analisar a coerência das teses defendidas pelo filósofo inglês John Stuart Mill; ressaltar a importância concedida por John Stuart Mill a considerações orientadas pelo horizonte da liberdade, da justiça e dos direitos; circunscrever a análise no debate da justiça e dos direitos na contemporaneidade, por meio de John Rawls.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Conceito de Liberdade na Perspectiva do Utilitarismo de Mill

Conforme Simões (2005, p.77-78) e Gray (2003, p.19-27), o conceito de liberdade ou os limites da sociedade e do Estado sobre o indivíduo, no pensamento de John Stuart Mill, está relacionado intimamente com o seu utilitarismo.<sup>1</sup> A liberdade civil, um princípio

---

<sup>1</sup> O utilitarismo é entendido como a corrente filosófica que vê na utilidade a solução última de todas as questões éticas. O utilitarismo tem uma concepção refinada da finalidade da ação moral: a busca do prazer e de felicidade ou quando isso não se viabiliza, por uma diminuição da dor e da infelicidade. Tal concepção não deve ser compreendida somente do ponto da ação individual e que é caracterizada como *act-utilitarianism* ou utilitarismo de atos; o segundo, ou seja, o *rules-utilitarianism*, ou utilitarismo de regras, é mais adequado ao pensamento de Mill, ou seja, admitindo regras para determinado curso de ação os melhores resultados serão obtidos não com cálculo de cada ação, mas com a aceitação de certas regras que seriam aplicadas automaticamente, sem a necessidade de uma contabilização específica; a adoção de regras é que seria decidida com o apelo ao Princípio da Maior Felicidade, e não a escolha das ações particulares.

primordial de qualquer ser humano, refere-se à área no entorno do indivíduo, na qual este pode pensar e agir sem a interferência do Estado ou da sociedade. Mill afirma que essa “província” é limitada por um “princípio muito simples”: o dano a terceiros.

A finalidade deste ensaio é sustentar um princípio bastante simples, capaz de governar absolutamente as relações da sociedade com o indivíduo, no que diz respeito à compulsão e ao controle, quer os meios empregados sejam os da força física sob a forma de penalidades legais, quer a coerção moral seja da opinião pública. Esse princípio é o de que a autoproteção constitui a única finalidade pela qual se garante à humanidade, individual ou coletivamente, interferir na liberdade de ação de qualquer um. O único propósito de se exercer legitimamente o poder sobre qualquer membro de uma comunidade civilizada, contra a sua vontade, é evitar dano aos demais (MILL, 2000, p.17).

Assim, a concepção milliana de liberdade é determinada pela compreensão do que seja dano.<sup>2</sup> Ora, se o dano, como afirma Mill, só pode ser entendido como algo que se faz a outra pessoa, então não há como se aplicar qualquer sanção a alguém que aja sobre si mesmo. As ações auto-referentes não podem sofrer qualquer restrição por parte do Estado e da sociedade, pois dizem respeito apenas ao agente. O indivíduo não poderia ser impelido a realizar determinada ação, ainda que seja sob o pretexto de fazer-lhe um bem, o que seria qualificado como paternalismo e isso é rechaçado por Mill:

Ninguém, e nenhum grupo de pessoas, está autorizado a dizer a outra criatura humana madura que, para seu próprio benefício, não faça com sua vida o que escolher fazer dela. Ela é a pessoa mais interessada em seu próprio bem-estar: o interesse que qualquer outro possa ter nesse bem-estar é insignificante. (MILL, 2000, p.117).

Mill é sensível ao dano que se pode acarretar sob o pretexto de estar fazendo algo para o bem-estar de uma pessoa, tendo sido os maiores absurdos cometidos em nome do pseudo-benefício que daí possa resultar. A probabilidade de que o Estado abuse da interferência na individualidade, causando algum dano, é bem maior do que proporcionando algum benefício.

Assim, de acordo com Mill (2000, p.146):

É muito mais provável que se abuse da função preventiva do governo com prejuízo para a liberdade, do que da função punitiva; pois quase não existe nenhuma parte da legítima liberdade que não possa ser concebida como um instrumento para aumentar uma ou outra forma de delinquência.

---

<sup>2</sup> Somente quando as necessidades vitais de terceiros são atingidas é que se pode afirmar que houve dano; o caso da ofensa que não lesa os interesses vitais e que, portanto, não se enquadra na categoria de danos precisaria ser mais bem qualificada, o que não cabe nos limites deste trabalho.

Nos casos de ações auto-referentes, nas quais os efeitos sejam sentidos somente pelo agente, é lícito à sociedade e ao Estado somente admoestar e avisar, exceto quando a pessoa não tiver plena possibilidade de escolha.<sup>3</sup> Nesse caso, até mesmo a interferência abrupta é legitimada se para preservar a integridade daquele que desconhece o perigo que corre.

Se um funcionário ou qualquer outro indivíduo visse uma pessoa tentando atravessar uma ponte que sabidamente é insegura, e não houvesse tempo para adverti-la do perigo, qualquer um deles poderia agarrá-la e fazê-la retroceder sem que isso representasse alguma real violação à sua liberdade, pois a liberdade consiste em fazer o que se deseja, e ninguém deseja cair no rio (MILL, 2000, p.146-147).

A liberdade é, portanto, importante fator de aumento da utilidade e um princípio fundamental que deve ser assegurado plenamente. Assim, quanto mais ampla a liberdade maior é a utilidade.

## 2.2 Conceito de Justiça Segundo Mill

Após uma breve análise da concepção milliana de liberdade, na qual se destacou ser a liberdade um princípio fundamental e inalienável, o mesmo pode ser reiterado da segurança, idéia esta implícita na noção de província que circunda o indivíduo. Convém ressaltar que essas idéias estão fundamentadas em seu utilitarismo.

Todas as ações devem ser norteadas pelo princípio da maior utilidade que é o mesmo que dizer pelo princípio da maior felicidade e como se trata de uma ética teleológica não comporta nenhuma comprovação (MILL, 2000, p.237-240).

Para Mill, o caráter das regras das ações é determinado pelo seu fim, já que não existe uma ação que não vise a algum fim. Dessa maneira, sendo a utilidade o fim último de todas as ações, o agir será determinado pelo princípio da maior utilidade.

Todavia, como conciliar o utilitarismo com a aceitação dos direitos à liberdade e à segurança, e mais, como compreender a justiça numa perspectiva utilitarista?

Mill procura determinar o conceito de justiça seguindo suas conexões com a lei, e há uma conexão etimológica entre o conceito em questão e a lei, pois:

---

<sup>3</sup> Segundo alguns intérpretes de Mill, há, aqui, uma versão mitigada de paternalismo, uma vez que a intervenção teria sido apenas temporária (CARVALHO, 2001. p.336; GRAY, 2003. p.90-92).

In most, if not in all, languages, the etymology of the word which corresponds to Just, points to an origin connected either with positive law... *Justum* is a form of *jussum*, that which has been ordered... *Recht*, from meaning indeed of *right* and *righteous*, is synonymous with law<sup>4</sup> (MILL, 2000, p.91-92).

No entanto, esse indício é rejeitado na terra em que toda a obrigação é essencialmente a mesma, em envolver a punição e outras sanções.

O que Mill discute, eventualmente, é que os deveres da justiça são da obrigação perfeita. Segundo Crisp (2004), "*Mill distinguishes two kinds of obligation: perfect and imperfect*".<sup>5</sup> Ambas são, certamente, obrigações genuínas, mas no exemplo de obrigações imperfeitas, tais como aquele ser generoso, o agente tem alguma discricção em decidir-se quando e com relação a quem possa direcionar a obrigação. Obrigações perfeitas, entretanto, são aquelas como não assassinar uma outra pessoa em qualquer tempo que seja. Essas obrigações são correlatas a certos direitos. Assim, no caso em que um delegado esteja perseguindo um suspeito de crime, este tem o direito de não ser assassinado e o delegado a obrigação perfeita de não assassiná-lo.

Mill ainda defende que existem dois elementos na idéia de justiça: uma opinião que alguém possa ser prejudicado e o desejo de punir a pessoa que causar esse dano. O desejo de punição tem duas origens: no natural impulso de autodefesa, combinado com o natural sentimento de simpatia que os seres humanos têm uns para com os outros. Para ele, nosso senso de justiça é despertado em resposta ao ataque sério sobre componentes centrais do bem-estar humano, em particular, da necessidade de segurança.

Segundo Mill (2000, p.277), "a palavra justiça continua como designação apropriada a certas condutas, cuja utilidade social é infinitamente mais importante e que, por essa razão, se impõe de modo mais absoluto e imperativo do que quaisquer outras classes de conduta". A justiça é, como a liberdade, fundamental para um saldo maior de felicidade.

Apesar da ampla literatura que trata do pensamento milleano e dos utilitaristas como um todo (especialmente em língua inglesa), interpretações desinformadas sobre o utilitarismo têm levado geralmente a se acreditar que esse modelo de proposição ética desconsidere questões acerca da justiça e dos direitos. Tal equívoco segue ainda mais longe e pressupõe que os utilitaristas estariam apenas interessados com a

---

<sup>4</sup> "Na maior parte das línguas, senão em todas, a etimologia da palavra correspondente a Justo revela claramente o elo que essa palavra guardava, em sua origem com as prescrições da lei... *Justum* é uma forma de *jussum*, o que foi ordenado. *Recht*, de que derivam *right* e *righteous*, é sinônimo de lei". A tradução dos textos é de nossa inteira responsabilidade.

<sup>5</sup> "Mill distingue dois tipos de obrigação: perfeita e imperfeita" Roger Crisp. *J.S.Mill – Utilitarianism*. Oxford: Oxford University Press (Oxford Philosophical Texts), 2004. p.31.

maximização da felicidade individual, não podendo ser estendida à esfera pública, sendo este um ingrediente importante para a qualificação moral da ação.

### 2.3 Influências do Utilitarismo no Pensamento de Rawls

Como neocontratualista, John Rawls tem uma fundamentação para a ética, distinta da apresentada por Mill. Se para Mill a ética é teleológica, para Rawls é deontológica. Rawls é um pensador que elabora sua requintada reflexão ética no interior do liberalismo e se propõe a apontar os limites da ética liberal utilitarista, substituindo-a, ao mesmo tempo, no terreno do próprio liberalismo. Sua obra *“Uma Teoria da Justiça”* tem como objetivo “...elaborar uma teoria da Justiça que represente uma alternativa para o pensamento utilitarista, e conseqüentemente a todas as suas diferentes versões” (RAWLS, 2002, p.24).

Rawls crê que haja as mesmas discrepâncias entre o contratualismo e qualquer versão de utilitarismo. Ainda que isso seja verdade, convém esclarecer a distinção que faz Rawls sobre o que seria o utilitarismo clássico e o que defenderia a utilidade média.

Enquanto para Rawls o utilitarismo clássico leva em conta a soma total da utilidade, alguns autores como Mill defenderiam uma forma mitigada de utilitarismo em que o princípio da utilidade cederia lugar à liberdade. Assim, seria um sistema que visasse ao resultado que deveria ser verificado pela média de bem-estar.

Rawls encontra muitas limitações no utilitarismo clássico. Para ele, o mais surpreendente nessa versão é que não importa como a soma das satisfações se distribui entre as pessoas. A distribuição das satisfações é correta à medida que permite a maximização delas, porque:

[...] como acontece com todos os outros preceitos, os da justiça derivam do único objetivo que é o de atingir o saldo máximo de satisfações. Assim, em princípio, não há razão para que os benefícios maiores de alguns não devam compensar as perdas menores de outros; ou, mais importante, para que a violação da liberdade de alguns não possa ser justificada por um bem maior partilhado por muitos (RAWLS, 2002, p.28).

Rawls, ao tratar da versão clássica utilitarista, reafirma o papel do observador imparcial, de maneira que no utilitarismo é imprescindível que haja solidariedade.<sup>6</sup>

Portanto, a maneira mais natural de chegar ao utilitarismo [...] é adotar para a sociedade como um todo os princípios da escolha utilizados para um único ser humano. Reconhecendo isso, logo se entende o lugar do observador imparcial e da ênfase na solidariedade na história do pensamento utilitarista (RAWLS, 2002, p.29).

<sup>6</sup> Isso não acontece na justiça como equidade em que se supõe que cada um queira o máximo para si.

Por aí se encontra a grande limitação que John Rawls atribui à versão clássica do utilitarismo. Segundo ele, o utilitarismo desconsidera a diferença entre as pessoas. Nesse ponto, há uma grande divergência com as proposições da justiça como equidade:

Enquanto o utilitarista estende à sociedade o princípio da escolha feita por um único ser humano, a justiça como equidade, sendo uma visão contratualista, sustenta que os princípios da escolha social e portanto os princípios da justiça, são eles próprios o objeto de um consenso original (RAWLS, 2002, p.31).

Ao analisar os raciocínios que num contrato hipotético conduziria ao princípio da utilidade média, princípio defendido por Mill, Rawls afirma ser uma versão falha em dois pontos:

Primeiro, não há fundamentos objetivos na posição original para que se aceitem probabilidades iguais, estas são para Rawls meras suposições. Não há a condução do raciocínio ao princípio da utilidade, sua aceitação não tem como ser fundamentada na situação original. O princípio da utilidade média acaba sendo estipulado indiretamente por haver apelo às probabilidades de resguardo de direitos fundamentais. O outro ponto em que se mostra falha a dita versão da utilidade média é que o utilitarismo supõe que as partes não têm caráter ou vontade definidos (RAWLS, 2002, *passim*). A pedra de toque da crítica rawlseana ao utilitarismo, ao menos à versão defendida por Mill, é a utilização de argumentos probabilísticos que não seriam aceitos na posição original.<sup>7</sup>

## 2.4 Os Princípios da Justiça como Equidade

Para melhor compreensão da concepção rawlseana de justiça, deve-se ter em mente que os princípios da justiça como equidade são defendidos por um contrato hipotético. Nesse ponto, Rawls difere do contratualismo clássico; seu contrato não é situado num determinado tempo ou lugar, mas tem por base aquilo que qualquer pessoa aceitaria numa situação de ignorância, que ele chama de “véu da ignorância”. O “véu da ignorância” consiste na ignorância hipotética que as partes teriam de suas condições na sociedade. Essa ignorância impediria que alguém defendesse algum princípio que lhe favorecesse e ao mesmo tempo causasse sérios danos aos demais. O véu serve para anular os efeitos das contingências que colocam os homens em disputa.

<sup>7</sup> Deve-se ressaltar que Mill rejeita qualquer fundamentação contratualista; é no mínimo estranho tentar encontrar alguma fundamentação ou refutação em que o próprio Mill não acreditava poder fundamentar suas idéias.

[...] O véu de ignorância exclui todo conhecimento das probabilidades. As partes não têm base para determinar a natureza provável de sua sociedade, ou o próprio lugar nela. Assim, não têm base para cálculos probabilísticos. Elas também devem levar em consideração o fato de que a sua escolha dos princípios deve parecer razoável perante os outros, em particular para os seus descendentes, cujos efeitos serão profundamente afetados por ela (RAWLS, 2002, p.167).

Algo que deve ser levado em consideração é que a justiça como equidade supõe que as pessoas estejam interessadas no máximo para si.

Os princípios da justiça como equidade seriam aqueles aceitos numa circunstância de ignorância hipotética, e ainda que as pessoas tivessem pleno uso da razão. Seriam então os princípios racionalmente escolhidos por pessoas em situação de ignorância. Esses princípios são apresentados, de maneira sucinta, para depois serem aprofundados. Eis a primeira formulação dos dois princípios apresentada pelo próprio Rawls:

Primeiro: cada pessoa deve ter um direito igual ao mais abrangente sistema de liberdades básicas iguais que seja compatível com um sistema semelhante de liberdades para as outras.

Segundo: as desigualdades sociais devem ser ordenadas de tal modo que sejam ao mesmo tempo (a) consideradas como vantajosas para todos dentro dos limites do razoável, e (b) vinculadas a posições e cargos acessíveis a todos (RAWLS, 2002, p.64).

A seqüência em que são dispostos é a ordem por meio da qual eles seriam aceitos, ou seja, a ordem lexical. Assim, qualquer violação ao primeiro princípio seria absurda.<sup>8</sup> Segundo o primeiro princípio, ainda deve haver igualdade entre as liberdades subentendidas. Uma limitação de qualquer uma dessas liberdades só é justificável quando, porventura, estas entrarem em confronto umas com as outras. Isso quer dizer que a limitação só é lícita, no âmbito do primeiro princípio, caso contrário, seria um pensamento contraditório.

No segundo princípio, Rawls reconhece certa ambigüidade em duas frases (se são duas as frases ambíguas, então há quatro sentidos possíveis). A primeira frase “Iguamente abertos” remete à igualdade como carreiras abertas a talentos e oportunidades equitativas; já a segunda frase “Vantajosas para todos”, quando remetida ao princípio da eficiência, leva à Igualdade Liberal e, quando submetida ao princípio da eficiência, leva

---

<sup>8</sup> Por liberdades básicas entende-se liberdade política, de expressão e de reunião, de consciência e pensamento, e ainda a proteção contra qualquer forma de opressão ou agressão, o direito à propriedade privada e a proteção contra as arbitrariedades de ser preso ou detido injustamente. Qualquer violação a uma dessas liberdades é injustificável.

à Igualdade Democrática. Igualdade Liberal segue o sistema de Liberdade Natural e Igualdade Democrática segue a Aristocracia Natural (RAWLS, 2002, p.69-71).

O segundo princípio necessita de uma formulação mais objetiva, pois, segundo Rawls:

As desigualdades econômicas e sociais devem ser ordenadas de tal modo a serem ao mesmo tempo (a) para o maior benefício esperado dos menos favorecidos e, (b) vinculadas a cargos e posições abertos a todos em condições de igualdade equitativa de oportunidades (RAWLS, 2002, p.88).

Os princípios tratados até aqui se aplicam primeiramente às instituições. Há, entretanto, os princípios para o indivíduo que são os deveres naturais. São três: o primeiro é positivo, os restantes são negativos.

São exemplos de deveres naturais: o dever de ajudar o próximo quando ele está necessitado [...]; o dever de não lesar ou agredir o próximo e o dever de não causar sofrimento desnecessário. [...] Em contraste com as obrigações, a característica dos deveres naturais é que eles se aplicam a nós, independentemente de nossos atos voluntários (RAWLS, 2002, p.122).

Quanto aos dois princípios da justiça, deve-se ainda analisar qual é a base para seu assentimento racional. Na posição original, não há meios para a pessoa obter vantagens especiais para si própria, mas também não há como consentir em desvantagens especiais. Da divisão dos bens primários, ninguém pode esperar algo além da parte igual à de todos.

Assim, as partes começam com um princípio que exige liberdades básicas iguais para todos, bem como uma igualdade equitativa de oportunidades e uma divisão igual da renda e da riqueza (RAWLS, 2002, p.162).

O princípio da diferença é alicerçado na constatação de que a estrutura básica da sociedade pode ter diferenças, desde que haja com isso alguma vantagem para os menos favorecidos, assim como oportunidades iguais e reais, não ferindo o primeiro princípio, o da liberdade.

## 2.5 Possibilidades de Aplicação dos Princípios da Justiça Segundo Rawls

Para auxiliar na aplicação dos princípios da justiça como equidade, Rawls procura elaborar uma seqüência de quatro estágios; é bem verdade que essa idéia já é sugerida pela Constituição dos Estados Unidos (RAWLS, 2002, p.674). Antes de qualquer coisa, não se encontrará nos quatro estágios uma explicação de como se forma uma constituição.



A intenção de Rawls, ao adotar os quatro estágios, é caracterizar uma instituição justa, uma instituição que obedeça aos princípios da justiça e sua respectiva aplicabilidade. A necessidade de um sistema para essa aplicação parece evidente a Rawls.

Consideremos três espécies de juízos que um cidadão deve fazer. Antes de tudo ele precisa avaliar a justiça da legislação e das políticas sociais. [...] um cidadão deve decidir que ordenações constitucionais são justas para compatibilizar opiniões conflitantes sobre a justiça. [...] uma concepção completa de justiça é capaz não só de avaliar leis e políticas, mas também de classificar procedimentos para selecionar as opiniões que deverão ser transformadas em leis. [...] um terceiro problema. O cidadão aceita uma determinada constituição como justa e pensa que certos procedimentos tradicionais são apropriados, [...] ele precisa saber determinar os fundamentos e limites das obrigações e deveres políticos (RAWLS, 2002, p.212).

A teoria da justiça precisa levar em conta esses três problemas, pois é deles que se infere a necessidade dos estágios.

Os estágios devem representar, cada qual, um ponto de vista que será um referencial para o julgamento ulterior de questões que venham a ser consideradas. Segue-se agora uma apresentação dos quatro estágios:

O primeiro é imediatamente posterior à escolha dos princípios da justiça na posição original. É uma busca para se formar uma convenção constituinte. Trata-se da decisão de adotar uma constituição. Daí surgem dois problemas: o primeiro é projetar um procedimento justo; o segundo é referente à escolha da ordenação mais justa e factível. Quanto ao primeiro, para que o procedimento projetado seja justo, é necessário que “as liberdades de cidadania igual devem ser incorporadas na constituição e protegidas por ela” (RAWLS, 2002, p.213). Quanto ao segundo problema, a escolha, ou a seleção, das ordenações possíveis de se aplicarem e que sejam justas, Rawls defende que se escolham as que têm maior probabilidade de conduzir a uma “ordem legal justa e feliz”.

Nesse processo de seleção, conseqüentemente, se chegará ao segundo estágio que é exatamente a caracterização do segundo problema. É o estágio legislativo.

O terceiro estágio pode ser resumido como o do julgamento dos projetos de lei pelo legislador representativo. É importante, contudo, ressaltar que esse legislador ignora todos os dados sobre si mesmo.

O quarto e último estágio “é o da aplicação da regra aos casos particulares por parte de juízes e administradores e o da observância delas pelos cidadãos em geral” (RAWLS, 2002, p.216). Daí se pode inferir a justiça ou injustiça de uma constituição.

Durante os quatro estágios, o véu de ignorância é importante somente até o primeiro, e uma vez aceitos os princípios da justiça, não há a necessidade retomá-los a todo instante.

Até aqui as possibilidades de aplicação da justiça foram tratadas como equidade às instituições, sob a forma da lei. Cumpre verificar quais são as implicações das idéias de liberdade e igualdade.

## 2.6 Implicações das Idéias de Liberdade e Igualdade

A análise das implicações das idéias de liberdade e igualdade numa sociedade democrática não é uma tarefa absurda, pois reflete os anseios de muitos grupos, principalmente minorias que se vêem muitas vezes sufocadas pela maioria. Um exemplo bastante trivial do que se esperaria numa sociedade que adotasse os dois princípios da justiça é a liberdade religiosa; esta liberdade está, no entanto, ligada a uma outra liberdade mais ampla que é a liberdade de pensamento.

Segundo Rawls (2002, p.224), “a igual liberdade de consciência é o único princípio que as pessoas na posição original conseguem reconhecer”. Uma sociedade bem ordenada e justa deve ter esse princípio bem definido e defendido por sua constituição, e mais, o primeiro princípio da justiça não pode ser barganhado por alguma espécie de bem-estar. Na verdade, não há bem-estar sem liberdade. No entanto, deve-se ter em mente que uma distribuição da liberdade não é uma mera distribuição aritmética, pois para Rawls não é justo exigir de todos a mesma contribuição e também não é justo atribuir a todos a mesma quantidade de bens, sejam eles materiais ou imateriais.<sup>9</sup>

A idéia de liberdade implica ainda que se esteja levando em conta, nas decisões, não tanto a ordem econômica quanto a ordem política. Isso não é absurdo, já que da liberdade política pode-se chegar à liberdade econômica, mas não se pode fazer o caminho inverso. Para Rawls, ser livre pressupõe o acesso a todos os bens que sejam necessários a uma existência digna. Sendo,

Liberdade fundamental a faculdade de ir e vir, de pensar e de julgar, de comunicar o seu projeto e discuti-lo, de participar da discussão política sobre o destino do dinheiro coletado pelos impostos, de escolher representantes e de se candidatar a representar os demais, para o exercício do poder legislativo, executivo, judiciário (FELIPE, 2001, p.142).

A igualdade, por sua vez, tem como principal implicação a distribuição dos bens, sejam eles econômicos, como salário e renda, ou mesmo bens imateriais como a auto-estima, liberdades e responsabilidades. Todavia, para que haja igualdade é necessário que haja a adoção do princípio da liberdade. É esse princípio, o da liberdade,

<sup>9</sup> Cf. FELIPE, Sônia. Rawls: uma teoria ético-política da justiça, p.136-137.

que propicia a cada um pôr em prática o seu plano de vida. E, para um plano de vida, é extremamente necessária a auto-estima. Por auto-estima entende-se o senso do próprio valor, a posse de um projeto racional de vida, já que quando uma pessoa vê seus planos serem concretizados, ela tende a acreditar mais em seu próprio valor (RAWLS, 2002, *passim*).

Segundo a teoria proposta por Rawls, não pode haver qualquer diferença que não seja boa à sociedade, de modo que os direitos fundamentais devem ser preservados a cada indivíduo.

Assim, tem-se por um lado as principais implicações dos dois princípios da justiça, as liberdades como primeira necessidade, como o primeiro direito e, ainda, como fundamentação para a questão da igualdade. E, por outro lado, a igualdade como fator primordial para a distribuição dos bens e para a sua redistribuição por parte das instituições.

## 2.7 Papel das Instituições na Aplicação dos Princípios da Justiça

Num tempo em que se fala muito em restringir a atuação do Estado,<sup>10</sup> é uma voz dissonante aquela que propugna um papel tão preponderante na aplicação de princípios como os da justiça. Rawls apresenta sua teoria justamente para que seus princípios sejam aplicados pelas instituições. Não se trata de uma teoria pensada para este ou aquele sistema econômico, pois até mesmo um país socialista pode aplicar os princípios da justiça como equidade.

A teoria da justiça não favorece por si mesma nenhuma das duas formas de regime. [...] a decisão quanto ao melhor sistema para um determinado povo depende das circunstâncias, instituições e tradições históricas desse povo (RAWLS, 2002, p.310).

Isso acontece pelo fato de ser uma teoria de base eminentemente política, sendo este talvez o principal motivo que dificulta sua aplicação, pois a base da atual conjuntura global é a economia.

Quanto às instituições, quando sob os princípios da justiça “devem não apenas ser justas, mas também estruturadas de modo a encorajar a virtude da justiça naqueles que delas fazem parte” (RAWLS, 2002, p.288). Apesar de a justiça como equidade

---

<sup>10</sup> Rawls apresenta a distinção dos aspectos do setor público num regime socialista e num regime capitalista: “[...] A definição clássica define que o tamanho do setor público no socialismo [...] é muito maior. Em uma economia de propriedade privada, o número de empresas públicas é presumivelmente menor [...] se limita a casos especiais como serviços públicos e transporte” (RAWLS, 2002, p.294).

definir uma estrutura básica ideal, ela serve muito mais como um critério de avaliação, como afirma Rawls (2002, p.289):

[...] a justiça como equidade não está à mercê de interesses e necessidades concretas. Ela define um ponto de Arquimedes para a avaliação do sistema social, se invocar considerações apriorísticas.

Na teoria de Rawls, o Estado recebe incumbências bem precisas:

[...] o fornecimento e o financiamento dos bens públicos devem ficar a cargo do Estado, e alguma regra imperativa que exija o pagamento deve ser imposta. Mesmo se todos os cidadãos estivessem dispostos a pagar o que lhes cabe, supõe-se que eles só o fariam, se tivessem a certeza de que os outros também pagarão a sua quota (RAWLS, 2002, p.295).

É dever do Estado oferecer bens já definidos como públicos e fiscalizar a distribuição por parte de outras instituições. Mas, muitas vezes, o cidadão é colocado à margem das discussões e decisões acerca da destinação das verbas públicas. Surgem então dois imperativos que devem nortear a oferta: que todos tomem conhecimento da destinação dos recursos e que todos participem no processo decisório de tal destinação. O primeiro é a publicidade; o segundo, a cumplicidade.

Publicidade é a condição [...] para que todos possam tomar partido no momento que antecede a decisão acerca da oferta e do custo de um determinado bem. Pública e política deve ser a decisão acerca da oferta dos bens públicos. Pública deve ser a proposta de alocação de parte dos impostos coletados para garantir a oferta desses bens (FELIPE, 2001, p.147).

A cumplicidade, por sua vez, é o resultado da consciência que o cidadão tenha de que os serviços públicos não são algo feito para seu deleite, mas um mecanismo que existe para assegurar o cumprimento do que é garantido pela constituição. Para Felipe (2001, p.148) “cumplicidade é o controle, por parte de todos os cidadãos, das normas que orientam o Estado e a distribuição de bens e serviços”.

As instituições são, portanto, o alvo da teoria da justiça, principalmente, o Estado. Este deve direcionar verbas ou serviços sempre com o consentimento das pessoas, de modo que, apesar de o Estado ser bastante valorizado como o responsável pela redistribuição dos bens que se concentram em poucas mãos devido às contingências, ele não pode agir sem que se tome conhecimento público dos projetos em questão e, tampouco, sem o assentimento a tais projetos. Com Rawls, resgata-se muito dos direitos e dos ideais propugnados desde a Revolução Francesa: liberdade, igualdade e fraternidade.

### 3 CONCLUSÃO

A pesquisa realizada tornou possível investigar as possibilidades de avaliar não somente as principais idéias de Mill, mas também a interpretação de Simões e Gray, acerca da fundamentação do princípio da liberdade sobre o princípio da utilidade milliano. Tal interpretação controvertida levou-nos a examinar as noções de liberdade como não interferência seja do Estado, seja da sociedade, na esfera de ação própria ao indivíduo.

A liberdade individual não pode, nem deve ser entendida ainda na esfera dos direitos como sendo eles absolutos. Compreendeu-se que Mill considera os direitos como tendo titularidades e sendo vigentes *prima facie*, ou seja, à medida que nosso conhecimento atual dos direitos reconheça como sendo válidos, sendo possível seu deslocamento em nome da utilidade social, em virtude de Mill ser um filósofo preocupado com questões sociais e políticas.

Com Rawls, analisou-se o papel das Instituições e dos Estados na manutenção das conquistas democráticas dos direitos e, visando à minimização dos males cometidos pela aplicação do modelo econômico liberal. Ao contrário de Mill, Rawls preza pela aplicação do princípio da justiça como instância última para arbitrar possíveis conflitos, no interior das deliberações acerca do bem-estar, vendo na justiça um fator de promoção da Igualdade e da Liberdade.

### REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Maria Cecília M. de. Por uma ética ilustrada e progressista: uma defesa do utilitarismo. In: OLIVEIRA, Manfredo A. de. (Org.). **Correntes fundamentais de ética contemporânea**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p.99-117.
- CRISP, Roger. **J. S. Mill – utilitarianism**. Oxford: Oxford University Press (Oxford Philosophical Texts), 2004.
- DWORKIN, Ronald. **Levando os direitos a sério**. Trad. Nelson Boeira. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FELIPE, Sônia T. Rawls: uma teoria ético-política da justiça. In: OLIVEIRA, Manfredo A. de. (Org.). **Correntes fundamentais de ética contemporânea**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p.133-162.
- GRAY, John. **Mill on liberty: a defence**. Second Edition. London and New York: Routledge, 2003.
- MILL, John Stuart. **A Liberdade: utilitarismo**. Tradução de Eunice Ostrensky. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. Tradução de Almiro Pissetta e Lenita M. R. Esteves. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SIMÕES, Mauro Cardoso. Utilidade e Liberdade em John Stuart Mill. **Enfoques, Revista de la Universidad Adventista Del Plata**, año XVII, n.1, p.77-82, otoño 2005.

SIMÕES, Mauro Cardoso. **The Conception of freedom according to J. S. Mill**. Trabalho apresentado no Simpósio Internacional de Filosofia, "The John Stuart Mill Bicentennial Conference", na University College London, Inglaterra. Disponível em: <<http://www.politicalthought.org.uk/conference/index.php>>.

GWIRTH, Alan. Are there any natural rights? In: WALDRON, Jeremy (Org.). **Theories of Rights**. New York: Oxford University Press Oxford Readings in Philosophy, 1984. p.91-109.

#### **Fontes consultadas**

DWORKIN, Ronald. **Uma questão de princípio**. Trad. Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

FEINBERG, Joel. **Filosofia social**. Tradução de Alzira Soares da Rocha e Helena Maria Camacho. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

RAWLS, John. **O direito dos povos**. Tradução de Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

## POLÍTICAS PÚBLICAS E A DUPLA MORALIDADE DA SOCIEDADE LIBERAL

---

Ítalo Kiyomi Ishikawa\*  
Orientador: Prof. Dr. Vagner Sassi

### RESUMO

É inegável a importância da elaboração de Políticas Públicas voltadas para o desenvolvimento humano e para a promoção da cidadania. Tal importância reverte-se inclusive em necessidade, considerando-se o fenômeno da disparidade social extrema que hoje é concomitante ao da implementação cada vez mais completa e rigorosa do ideal liberalista nas sociedades contemporâneas. Com base nessas considerações, e fazendo uso do instrumental filosófico, o presente artigo, observados seus limites, se propõe à elaboração de um diagnóstico crítico da sociedade liberal no que diz respeito à eticidade de suas Políticas Sociais.

**Palavras-chave:** liberalismo; ética; políticas sociais.

---

\*Acadêmico do 2º ano do Curso de Filosofia. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

Há que se reconhecer que qualquer investigação referente ao presente tema, a saber, uma análise crítica do liberalismo, corre o risco de se perder na quantidade de trabalhos já empreendidos sobre o assunto, nas mais diversas áreas da pesquisa científica. Nesse sentido, cumpre apresentar uma justificativa muito peculiar quando se propõe retomar esse debate, no intuito de não se cair, de uma ou outra forma, seja em lugares comuns, seja na mera repetição do que vem sendo apresentado.

No que diz respeito ao que motiva a presente reflexão, a primeira consideração que deve ser feita diz respeito à época atual. Em linhas gerais, esta parece apresentar a idéia do triunfo do sistema liberal, em seus mais diversos desdobramentos e desenvolvimentos, no projeto de condução e organização das sociedades. Assim, quem olhar de fora para nossa sociedade liberal pode constatar, não obstante suas crises, avanços e progressos em todas as áreas, proporções que nenhuma outra sociedade conseguiu implantar, no decorrer de toda a história.

Tamanha impressão de sucesso faz com que qualquer reflexão um pouco mais crítica a esse respeito seja logo vista como desmancha-prazeres, diante das conquistas das últimas décadas. Toleram-se tão somente considerações otimistas de que as crises que hoje se verificam no sistema liberal derivam ora de um processo natural de aperfeiçoamento do próprio sistema, ora da necessidade de ajustes quanto às políticas, ora ainda de uma contínua reavaliação da relação entre Estado e sociedade civil no que diz respeito ao jogo das forças do mercado.

Não raro, as análises críticas da sociedade liberal e de suas Políticas Públicas partem de interesses externos os mais diversos. O presente artigo, contudo, pretende uma abordagem que não se reduz apenas a uma constatação otimista ou pessimista de fenômenos sociais. Norteia esta investigação uma atitude liberta de qualquer pressuposição ideológica externa à própria reflexão, e concentrada unicamente em desvelar a lógica imanente do sistema liberal, mediante o desdobramento objetivo dos seus próprios pressupostos.

Disso advém uma segunda consideração acerca do que motiva a retomada deste debate, a saber, seu caráter eminentemente ético e filosófico. Não se trata aqui de emitir juízos pró ou contra o sistema liberal, pró ou contra determinadas Políticas Públicas implantadas neste ou naquele determinado contexto social. O que importa, antes de tudo, é o levantamento dos pressupostos, a recuperação de uma metodologia voltada à totalidade e que se antecipe a tantas críticas dispersas porque construídas com base em análises parciais e fragmentárias da sociedade.



O presente artigo, portanto, articula-se no desdobramento de dois momentos. O primeiro diz respeito a uma elucidação teórica, a saber, a determinação do caráter de eticidade compreendido pela Filosofia e o esclarecimento da lógica intrínseca ao sistema liberal e suas Políticas Públicas. Já o segundo diz respeito a uma verificação prática, a saber, o reconhecimento do desdobramento objetivo de tais elementos conceituais num projeto concreto de implementação de Políticas Públicas voltadas para a ação social, em conformidade com um sistema político liberal.

Para tal desenvolvimento concorrem a consulta ao material já elaborado sobre o tema, por filósofos da tradição, sobretudo Kant (1724-1804) e Hegel (1770-1831), assim como a elaboração de uma pesquisa original realizada e alicerçada em nossa realidade social e política. No que toca às Políticas Públicas, faz-se menção ao documento “Avaliação das Políticas Públicas municipais de Curitiba, 1997 – 2004”. Destarte, sob esses dois referenciais, persegue-se o objetivo proposto em termos de um diagnóstico crítico.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A Eticidade em uma Filosofia Entendida como Ciência Crítica

O horizonte no qual se desenvolve a presente investigação é filosófico. Desse modo, por mais relevantes que sejam as contribuições da Sociologia, da Economia ou da Ciência Política ao tema, elas não substituem o caráter próprio da Filosofia enquanto ciência autônoma. Cumpre, portanto, caracterizar em que consiste uma abordagem propriamente filosófica e, com embasamento nesta, o que vem a ser um diagnóstico crítico, relativamente à eticidade, em se tratando de Políticas Públicas.

Rompendo com uma concepção tradicional e meramente especulativa, Immanuel Kant, já no final do século XVIII, preocupa-se com o caráter científico da Filosofia, caracterizando sua tarefa principal como essencialmente crítica. Ainda que trabalhe com conceitos, a Filosofia tem a ver antes com método do que com um sistema. A crítica da razão proposta por Kant (1996, p.47) contrapõe-se justamente ao dogmatismo, isto é, “à pretensão de progredir apenas com um conhecimento puro a partir de conceitos, sem se indagar contudo de que modo e com que direito se chegou a eles”.

Não obstante se constituam como produtos da razão, a validade dos conceitos passa necessariamente pela referência ao mundo vivido. Pertence, portanto, à essência da Filosofia a crítica enquanto recondução dos conceitos à experiência concreta. Uma recondução que, segundo G. W. F. Hegel (2000, p. xxx), “consiste essencialmente em

fundamentar a ciência não no desenvolvimento dos pensamentos e dos conceitos, mas no sentimento imediato e na imaginação contingente, e em dissolver no fervilhar do coração, da amizade e do entusiasmo a arquitetônica de sua racionalidade”.

Perante tal compreensão da Filosofia como ciência crítica, e de sua conseqüente função crítica em referência às outras ciências ditas positivas, percebe-se que, desde a Antigüidade, a tarefa de fundamentação reservada à Filosofia consiste antes numa desconstrução do que propriamente na construção de um edifício teórico abstrato. Somente pela crítica da positividade, isto é, dos fundamentos de antemão postos, a Filosofia pode deixar transparecer os princípios, a saber, a arquitetônica das pressuposições (lógica imanente) decisivas na construção de um sistema.

Torna-se interessante observar que a um tal procedimento inquiridor e anti-dogmático, necessário não só para a legitimação da própria Filosofia, mas também para qualquer forma de conhecimento, quando tomado com referência aos indivíduos livres, Kant dá o nome de esclarecimento (*Aufklärung*). Esclarecimento significa, segundo Kant (2003, p.115), “a saída do homem de sua menoridade, da qual o culpado é ele próprio. A menoridade é a incapacidade de fazer uso de seu próprio entendimento sem a direção de outro indivíduo”.

Portanto, o que, no âmbito teórico, aparece como crítica (esclarecimento dos conceitos abstratos pela sua recondução à realidade viva da experiência); no âmbito prático, aparece como saída de um estado de menoridade (esclarecimento da pessoa pela autonomia tanto no agir quanto no uso do próprio entendimento).

Conclui-se, então, que a compreensão da Filosofia como ciência crítica está intimamente relacionada à idéia da liberdade de pensamento e ação. Uma liberdade que deve ser, antes de tudo, conquistada pelo seu próprio exercício, sejam quais forem as condições que externamente pareçam impossibilitá-lo, fato este já descrito por Kant (2003, p.117): “O oficial diz: não raciocineis, mas exercitai-vos! O financista exclama: não raciocineis, mas pagai! O sacerdote proclama: não raciocineis, mas acreditai! Eis aqui, por toda parte, a limitação da liberdade”.

Nessa conjunção de verdade e liberdade, a presente investigação quer situar o conceito de eticidade. Não se trata, portanto, de emitir juízos teóricos, nem de prescrever normas morais de conduta, nem de julgar procedimentos, embasados em modelos preestabelecidos dogmaticamente como ideais. Mesmo porque, a palavra grega *ethos* nada tem a ver com avaliação, mas sim com morada, origem, habitação. Daí que eticidade diz antes da referência ao real e da fidelidade a si mesmo. Por isso, interrogar criticamente as Políticas Públicas na sua eticidade significa aclarar sua procedência.

## 2.2 A lógica imanente do Sistema Liberal

A utilização que a presente investigação faz dos termos sociedade liberal e sistema liberal, em seus mais diversos desdobramentos e desenvolvimentos (neoliberal, pós-liberal, etc.), remete-se à idéia central do liberalismo. Esta tem origem historicamente no Ocidente com o advento da Revolução Francesa (1789) e seus propósitos de liberdade, igualdade e fraternidade. Ambicionava-se ali o projeto de atribuir a liberdade para todos os membros da sociedade. Em outras palavras, a idéia de liberdade deveria se tornar o fio condutor e princípio exclusivo da organização da sociedade moderna.

Enquanto para os gregos a liberdade limitava-se aos que participavam da *ágora* e na Idade Média a própria organização política era teocrática, na sociedade moderna o Estado surge como epifenômeno do contrato social. Tal projeto, contudo, só seria possível mediante a universalização da liberdade, isto é, a atribuição da liberdade a todos os indivíduos.

Da fundamentação de uma tal idéia de liberdade universal ocuparam-se vários filósofos, entre os quais Hegel. Se fundamentada no interesse particular, a liberdade desembocaria num egoísmo universal incapaz de sustentar instituições sociais. De fato, segundo Thomas Hobbes (2000, p.57), o homem que é inimigo do outro homem não pode sustentar a sociabilidade. Assim sendo, é somente sobre a base do reconhecimento mútuo da liberdade para todos que se torna possível a construção do social e do político tais como exigidos pela modernidade.

Assim, o primeiro momento da legitimação da liberdade dá-se mediante o esclarecimento da idéia do reconhecimento, desenvolvido por Hegel (2002, p.147), em sua obra *Fenomenologia do Espírito*, na forma da “dialética do senhor e do escravo”. A este segue um segundo momento da legitimação da liberdade por Hegel, na questão da “autonomia do pensamento”, em sua obra *Ciência da Lógica*.

Pode-se dizer que esse segundo momento é a exposição epistemológica de uma estrutura auto-reflexiva, portanto, livre e autônoma, em que Hegel descreve o processo de investigação do pensamento pelo pensamento. No pensamento que pensa a si mesmo, o sujeito da investigação e o objeto da investigação coincidem. Assim, torna-se possível articular a idéia originária de autonomia sem recorrer a uma instância externa, ou, como diria Kant, “sem a direção de outrem”. Contudo, o que é garantido na ciência da lógica, de modo abstrato e vazio, não é mais garantido na filosofia do real.

No desafio de elucidar como garantir a identificação do mundo objetivo a ser investigado, com a conceitualização teórica, surge um terceiro momento da legitimação

da liberdade por Hegel, desenvolvida na sua obra *Princípios da Filosofia do Direito*. O direito é, então, identificado como o único espaço, no âmago da sociedade moderna, onde pode ser concretizado o princípio de liberdade para todos. Isso resulta, contudo, no processo de juridificação da liberdade levado a termo pelo sistema liberal moderno, processo esse que implica em objetificação e abstração.

Nesse sentido, o jurídico enquanto campo de realização do liberalismo sempre aparece como ambíguo: por exemplo, se por um lado ele garante para todos a liberdade de posse, por outro, ele abstrai toda e qualquer realidade material. É seguindo esse raciocínio que Hegel descobre as condições de possibilidade da realização da idéia da liberdade para todos, isto é, o preço que a sociedade tem de pagar pela objetificação da idéia da liberdade: a legalidade dá a liberdade para todos, mas não garante a base material para o exercício dessa liberdade.

Assim, o sistema liberal favorece o direito de participação independentemente da consideração das condições materiais dos cidadãos para usufruírem desse direito. Resultado: a sociedade liberal não pode ao mesmo tempo garantir a liberdade para todos e a justiça social. Prova disso, escreve Hegel (2000, p.169) já no século XIX, é que “em suas oposições e complicações oferece a sociedade civil o espetáculo da devassidão bem como o da corrupção e da miséria”.

Interessa, aqui, observar como o próprio conceito de liberdade delimita o que vai entrar na concretização dessa idéia, isto é, onde a vontade livre tem espaço de realização. Se o ponto de partida do direito liberal está na vontade livre, e se o sistema do direito é o império da liberdade realizada, então, nas esferas em que a vontade não é livre, o direito não tem campo de manobra.

A liberdade de antemão só tem campo de atuação onde o ser humano pode decidir. Entretanto, num projeto calculista, em que o ser humano é matematicamente reduzido a uma “coisa” abstrata, como, por exemplo, na esfera econômica, aí não se dá liberdade. Disso decorre que Hegel (2000, p.174) reconhece os limites de sua própria investigação decorrentes da autonomia da esfera econômica que se ocupa dos “princípios simples da matéria [...] A economia política é uma das ciências que nos tempos modernos surgiram como em seu terreno próprio”.

### 3 ANÁLISE E RESULTADOS DA PESQUISA

#### 3.1 As Políticas Públicas de Ação Social no Sistema Liberal

Compreende-se por Política Pública um conjunto de procedimentos e estratégias desenvolvidas pelo Estado ou por outras entidades, e que tem em vista a promoção e/ou reabilitação de indivíduos, grupos ou setores da sociedade tidos como excluídos ou marginalizados. Nesse sentido, as políticas públicas pressupõem sempre um determinado modelo político, econômico e social, cuja compreensão se torna uma condição necessária para quem quiser entender a lógica imanente das primeiras.

A considerar o objetivo da presente investigação a elaboração de um diagnóstico crítico da sociedade liberal, no que diz respeito à eticidade de suas Políticas Públicas, podem-se identificar pelo menos três fatores que favorecem a caracterização do atual modelo político e social brasileiro: a mentalidade, pela maior parte da população, de submissão e confiança no Estado; a insistência no fundamento jurídico das reivindicações e na juridicidade crescente das relações sociais e políticas; a centralidade do aspecto econômico quando na tomada de decisões.

Tais características, em consonância com os aspectos teóricos já abordados anteriormente, nos permitem uma consideração crítica das Políticas Sociais desenvolvidas atualmente no Brasil pelo poder público. Como referência, tomam-se as Políticas Sociais propostas pela Prefeitura Municipal de Curitiba, tais como descritas no documento intitulado “Avaliação das Políticas Municipais de Curitiba – 1997 a 2004”. Ressalta-se, outrossim, que não se trata aqui de se emitir juízo sobre tais ações, mas tão somente de identificar pontos relevantes que possam contribuir para a presente investigação.

O primeiro ponto diz respeito à fundamentação das ações sociais. O documento (2004, p.39), no capítulo referente às Políticas Públicas de Ação Social, começa apontando para as diretrizes que norteiam as ações realizadas no município.

A Constituição Brasileira de 1988 possibilitou a criação de diversas leis que ampliam os direitos fundamentais e as oportunidades de cada cidadão brasileiro, independente de sua origem. Entre elas destacam-se a Lei Orgânica de Assistência Social, o Estatuto da Criança e do Adolescente e o Estatuto do Idoso. Esses dispositivos jurídicos representam um grande avanço na Assistência Social do Brasil.

O segundo ponto diz respeito aos programas implantados. Após ressaltar que a administração pública de Curitiba colocou a ação social como principal alicerce da gestão municipal, o documento (2004, p. 40) passa a elencar “os quatro alicerces que sustentam sua Política Social”: resgate e proteção social (voltados para o atendimento e

suporte); promoção social (visando ao fortalecimento do núcleo familiar e à promoção da inserção); qualificação e geração de oportunidades (referentes à capacitação profissional e inclusão digital); autonomia e sustentabilidade (em vista do empreendedorismo e geração de renda).

O terceiro ponto diz respeito aos programas de renda mínima e à concessão de subsídios. Concluindo o capítulo referente às Políticas Públicas de Ação Social, o documento (2004, p.41) enumera “uma série de ações que possibilitam ao cidadão o acesso a diversos serviços e produtos de qualidade”, entre os quais, a isenção tarifária no transporte coletivo para deficientes e idosos, a distribuição de cestas básicas, a isenção de IPTU para construções modestas e os programas de “Suplementação Nutricional”, “Leites Especiais e Dietas Enterais” e “Nosso Quintal/Lavoura do Alimento”.

De modo geral, pode-se afirmar que, nas três passagens do documento citadas, tornam-se realidade objetiva as características descritas anteriormente que distinguem a atual cultura política brasileira. O processo de juridificação da ação social pressupõe a abstração do ser humano, mediante a produção do cidadão excluído e marginalizado, a saber, o indivíduo concreto reduzido a um objeto da ação social passível de quantificação. Em outras palavras, o próprio sistema liberal é quem produz tanto os assistentes quanto os assistidos pela ação social.

Se, conforme explicitado anteriormente, a consideração da eticidade implica necessariamente na referência à realidade e no esclarecimento de sua procedência, não é difícil concluir que, pelo exposto, a eticidade das Políticas Sociais desenvolvidas por um modelo liberal de sociedade encontra-se profundamente comprometida pelo processo de abstração e objetificação que lhe é imanente.

### 3.2 A ambigüidade do Direito de Cidadania

Do reconhecimento de que a eticidade de tais Políticas Sociais esteja comprometida não deriva necessariamente a afirmação de que elas sejam ilegais ou imorais. Justamente por não serem capazes de ultrapassar os limites impostos pela própria estrutura do modelo de estado e da forma do direito liberal é que tais Políticas Públicas contradizem o apregoado e altissonante discurso de uma real promoção social do ser humano. Assim, a validade da referência a quaisquer formas de “inclusão em” ou de “inserção de” pede que se esclareçam antes o lugar, o meio ou o sistema em que se dá tal procedimento, sobretudo em se tratando de seres humanos.

O documento (2004, p.13) tomado como referência aponta para essa questão nos termos de firmar Curitiba como Capital Social:

30

A estratégia de fundo é aperfeiçoar a cidade sustentável – aquela que gera desenvolvimento econômico sem agressão ao ambiente, reduzindo as desigualdades sociais e oferecendo melhor futuro para todas as gerações. O plano adota a prerrogativa de implantar o aperfeiçoamento por meio do caminho evolutivo, intensamente compartilhado entre poder público e sociedade, pois quando a prefeitura, pelo seu governante, designa a cidade de Curitiba como Capital Social, reafirma que o homem é a medida de todas as coisas.

Na consideração do homem enquanto “medida de todas as coisas” estão implícitos não somente o conceito do ser humano feito “cidadão”, mas também o esforço de construção de um “espaço que favoreça o exercício da cidadania plena”. Há que se lembrar, contudo, que a real sociedade liberal burguesa não se funda em uma estrutura social homogênea. Muito pelo contrário, tal desigualdade, reconhecida no próprio texto do documento, dificulta sobremaneira a realização abrangente da tentativa de dar oportunidade a quem não esteja numa situação economicamente favorável.

Recorre-se, então, ao direito de cidadania como forma para se garantir a participação de todos, no que concerne ao público e ao social. Todavia, a experiência real tem demonstrado que muito raramente esse caminho leva aos resultados visados.

Tal fato leva a interrogar em que consiste propriamente o direito de cidadania. Uma vez que se trata de direito, sua fala só tem sentido quando situada em um determinado meio social, com estruturas responsáveis pela implantação e garantia de um sistema de direito. Tal tarefa, por sua vez, se funda na possibilidade de uma distribuição calculável de deveres e direitos, por meio dos quais o agir dos indivíduos encontra sua base de legitimidade.

Assim, em vez de depender das decisões arbitrárias de um único soberano, a moderna sociedade burguesa instituiu, com seu sistema constitucional, um modo de síntese social diferente. A identificação das pessoas com o bem comum passou a se dar pela coincidência de deveres e direitos, mutuamente delimitadores. É o que expressa Hegel (2000, p.148) quando, em seus *Princípios da Filosofia do Direito*, afirma que o direito liberal contempla o homem “com deveres na medida em que tem direitos, e direitos na medida em que tem deveres”.

Contudo, já se pode desconfiar que a questão do direito de cidadania recai no mesmo problema da abstração, presente também no Estado de direito, já anteriormente considerada. Segundo Flickinger (2003, p.148), “em todas as determinações jurídicas vigoram, como princípios, o reconhecimento e a garantia da livre expressão das pessoas, negligenciando-se, por inteiro, todos os aspectos ligados aos interesses materiais em jogo”. Desse modo, ainda que se assegure o direito de cidadania, a sociedade não é capaz de prover os indivíduos dos meios para exercê-lo.

Concluindo, torna-se presente a observação de Flickinger (2003, p.155) de que

a luta pelos direitos de cidadania não ultrapassa o seu próprio horizonte, preso que está à mera legalidade do procedimento e à integração das demandas sociais nos canais de um sistema incapaz de garantir a conversão dessas demandas em verdadeiras conquistas materiais. Assim sendo, apresenta-se uma situação ambígua. Por um lado, é verdade que a luta pelos direitos de cidadania é um passo importante no processo de inclusão social dos grupos menos favorecidos; por outro, no entanto, essa luta não garante, por si só, a justiça social materialmente efetuada.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das questões mais controversas, no decorrer de toda a história da Filosofia, é aquela que se refere à legitimação dos princípios fundamentais do agir humano. Partindo do pressuposto de que é impossível apoiar-se, para uma investigação, em especulações metafísicas, resta a possibilidade de, partindo de uma determinada configuração política, identificar os pressupostos que determinam as ações nela desenvolvidas.

Nesse sentido é que, no presente artigo, procurou-se desenvolver, ainda que em linhas gerais e de maneira resumida, um diagnóstico crítico da sociedade liberal no que diz respeito à eticidade de suas Políticas Públicas.

Um exame mais atento da lógica imanente do moderno sistema liberal mostrou que, fundamentando-se na idéia da liberdade para todos e apoiando-se exclusivamente no direito para sua realização, põe-se em movimento um processo de juridificação da liberdade que implica necessariamente objetivação dos seres humanos e abstração de toda e qualquer realidade material quando de sua efetiva aplicação.

A sociedade liberal, portanto, baseia-se em uma contradição interna em que se articulam dois níveis, os quais, embora não interfiram um no outro, se apresentam como complementares. Por um lado, a Economia política, ao tratar das condições materiais, objetiva o ser humano, colocando-o à mercê do cálculo econômico. Por outro, o Direito liberal, ao reivindicar para si a tarefa de assegurar a liberdade para todos, o faz abstraindo-se de quaisquer referências materiais.

Tal é a ambigüidade que está na raiz da sociedade liberal: ao mesmo tempo em que se promove a conquista da cidadania mediante a inserção do indivíduo na sociedade, se submete esse mesmo indivíduo a um sistema de direito que, além de restringir seu campo de ação livre àquele jurídico, não é capaz de oferecer-lhe as condições materiais mínimas para o exercício de seu direito de cidadania.



Em termos éticos, reduz-se a moralidade das ações à observância dos princípios jurídicos, identificando-se o moral com o legal. Essa realidade é o que, no título do presente artigo, é apontado como dupla moralidade da sociedade liberal. Assim, basta o mero cumprimento da lei trabalhista para eximir, por exemplo, um empresário da responsabilidade por quaisquer efeitos materiais insuficientes ou contraditórios advindos para o empregado no cumprimento de um contrato de trabalho.

Considerando agora as Políticas Sociais, por mais voltadas que estejam ao desenvolvimento local e à promoção do ser humano, elas se vêem reféns, no sistema vigente, tanto do Direito liberal que regula a organização social da comunidade moderna, quanto da Economia capitalista que determina as relações materiais entre os indivíduos.

Finalizando, pode-se dizer que a questão da eticidade das Políticas Públicas na sociedade liberal conduz, então, a uma outra questão, ou seja, de que mudanças são necessárias no fundamento do próprio sistema vigente, a fim de que possam resultar em Políticas Sociais voltadas para uma justiça social mais abrangente e real, que inclua não só o aspecto abstrato do direito, mas que seja capaz de ultrapassar a mera legalidade da moral.

## REFERÊNCIAS

- FLICKINGER, Hans-Georg. **Em nome da liberdade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- HEGEL, G. W. F. **Princípios da filosofia do direito**. Trad. Orlando Vitorino. São Paulo: Martins, 2000.
- HEGEL, G. W. F. **Fenomenologia do espírito**. Trad. Paulo Meneses. Petrópolis: Vozes, 2002.
- HOBBS, Thomas. **Leviatã: matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil**. São Paulo: Ícone, 2000.
- IMAP – Instituto Municipal de Administração Pública. **Avaliação das políticas públicas municipais de Curitiba – 1997 a 2004**. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2004.
- KANT, Immanuel. **Crítica da razão pura**. Trad. Valério Rohden. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes e outros escritos**. Trad. Leopoldo Holzbach. São Paulo: Martin Claret, 2003.

### Fontes consultadas

- BOBBIO, Norberto (Org.). **Dicionário de política**. Brasília: Universidade de Brasília, 1997.
- GIDDENS, Anthony. **Capitalismo e moderna teoria social**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.
- MERQUIOR, José Guilherme. **Liberalismo antigo e moderno**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- SANTOS, Francisco de Araújo. **O liberalismo**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1991.
- WEBER, Max. **Ciência e política: duas vocações**. São Paulo: Cultrix, 1972.
- WEBER, Max . **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Trad. Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2005.

## PERCEPÇÕES ÉTICAS DE FUTUROS GESTORES DA ECONOMIA

---

Renato Oliveira de Araújo\*

Orientador: Prof. Dr. José Edmilson de Souza-Lima

### RESUMO

O presente artigo propõe-se a identificar as formas de emergência da ética nas percepções de gestores da economia. Para tanto, recorre a questionário aplicado junto a estudantes de graduação, candidatos a futuros gestores. Conclui que a distância entre percepção abstrata da ética e sua materialização é um fato inequívoco.

**Palavras-chave:** percepções éticas; ética.

---

\*Acadêmico do 2º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

Na última década do século XX, aumentou de forma considerável a preocupação com a ética. Pode ser que seja esse um indicativo não especificamente com a ética, mas com valores mais amplos que começam a incomodar os mais diversos domínios da vida associativa contemporânea.

Sob esse aspecto, estudos e abordagens sobre a ética tendem a ser bem-vindos à proporção que tornem visíveis algumas das possibilidades de controle e vigilância da sociedade em relação às empresas, setores públicos e organizações não-governamentais. Estudos sobre a ética revelam que os centros de pesquisa e universidades estão atentos às ações e práticas dos setores citados.

A presente pesquisa é justificável, à medida que se filia a tal movimento de aperfeiçoamento dos instrumentos de controle social visando a melhorias das condições de existência de parcelas cada vez maiores da população.

Nessa perspectiva, seguem os objetivos da pesquisa.

### 1.1 Objetivo Geral

Esboçar um modelo de análise, com capacidade de captar as percepções éticas de gestores do terceiro setor da economia.

#### 1.1.1 Objetivos específicos

- Ampliar revisão bibliográfica referente às percepções éticas de gestores do terceiro setor;
- Ampliar revisão bibliográfica referente ao terceiro setor;
- Apresentar um primeiro esboço do modelo de análise das percepções éticas de gestores do terceiro setor.

### 1.2 Problemática

A pergunta a seguir foi ponto de partida para a presente pesquisa: quais os diferentes níveis de percepção ética dos gestores do terceiro setor?

Tomando como referência a pergunta de partida, a idéia aqui é apresentar, de forma sucinta, algumas abordagens que dela se ocuparam, direta ou indiretamente, ao se enfrentarem temas associados à ética.

Numa tentativa ousada e inovadora de aproximação entre Economia Ética, destaca-se a reflexão de Giannetti (1993). Na tensão entre percepção ética de gestores e terceiro setor, indiretamente Giannetti (1993) demonstra que a ética é fundamental para a riqueza de qualquer organização que tenha pretensões de médio a longo prazo de existência. Para ele, ética e riqueza não são incompatíveis, vez que possibilitam a emancipação não apenas do indivíduo, mas sobretudo da coletividade.

No domínio da Administração, outro autor que compartilha as mesmas idéias de Giannetti é Srour (2000). Ao recuperar a discussão clássica, proposta por Weber (1968), sobre as éticas da convicção e da responsabilidade, o presente autor evidencia sua hipótese de que, se nem toda empresa abusiva é competitiva, toda empresa com preocupações éticas o é em termos mercadológicos. Com essa conclusão, ele está reiterando o que Weber (1968) afirmou sobre a ética da responsabilidade. As organizações formais do Ocidente se obrigam a tomar decisões mais apoiadas em cálculos e análises circunstanciais do que em valores íntimos.

Isso significa que os gestores das organizações vêm-se obrigados a tomarem decisões socialmente responsáveis. E quanto maior o grau de exigibilidade da sociedade, maior a possibilidade objetiva dos referidos gestores tomarem decisões éticas. Pode-se, então, fazer a seguinte inferência: o fator definidor da ética empresarial não é ela própria, mas a sociedade. Quem educa as vontades dos gestores, portanto, é uma sociedade que não faz concessões a práticas oportunistas.

No tocante ao terceiro setor, em particular, a algumas Organizações Não Governamentais, a relação entre percepção ética e práticas empresariais não parece ser de auto-exclusão. O fundamento de uma ONG é a confiança recíproca de seus membros, aliada à confiança no fato de que suas ações são decisivas no processo emancipatório da comunidade ou das pessoas diretamente auxiliadas.

No trabalho de Ultramari (2001), ficam claras essas questões ao se analisar a intervenção de ONG's curitibanas em questões relacionadas ao urbanismo e ao Meio Ambiente. O autor utiliza o conceito de "boas práticas" para definir, de fato, ações consideradas aqui como éticas.

Na abordagem de Pinedo (2003), há um esforço de articulação entre desenvolvimento ético e desenvolvimento intelectual. O núcleo duro da argumentação do autor está associado à tentativa de demonstrar que o desenvolvimento ético é derivado do desenvolvimento intelectual.

Destarte, os estudos elencados não analisam adequadamente se há diferenças consideráveis entre a percepção ética de gestores do terceiro setor e suas referidas práticas de intervenção. A rigor, são estudos que não se preocupam em identificar os níveis de percepção ética dos gestores.

Entretanto, das abordagens apresentadas, a que mais se aproxima e atende às exigências da presente pesquisa é a abordagem de Pinedo (2003). Tendo-a por base, é possível reformular mais adequadamente a pergunta de partida que servirá de orientação à pesquisa.

Nesse particular, se a questão preliminar era: “quais os diferentes níveis de percepção ética dos gestores do terceiro setor?”, com a abordagem de Pinedo (2003), é possível aperfeiçoá-la nos termos que seguem:

“Os diferentes níveis de percepção ética dos gestores do terceiro setor estão ou não associados a seus níveis de desenvolvimento intelectual?”

### 1.3 Hipótese

Quanto mais elevado o nível de desenvolvimento intelectual, maior o nível de percepção ética dos gestores do terceiro setor.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Considerações Acerca da Percepção Ética

A despeito da existência de muitos estudos sobre ética, ética empresarial e sobre percepção em geral, há uma carência de estudos vinculando os conceitos de “percepção” e “ética” de gestores do terceiro setor, de forma simultânea. Diante de tal desafio, a solução é usar a imaginação sociológica, extraindo dos autores os elementos fundamentais para construir uma abordagem alternativa.

O conceito de percepção tem sido utilizado em estudos diversos nas áreas da saúde (SOUSA *et al.*, 2004) e em pesquisas socioambientais (GENARO, 2004). Trata-se de um conceito que objetiva captar as formas como um indivíduo apreende o seu entorno e a sua possível relação com esse entorno. Em uma frase, estudar a percepção significa tentar captar a visão de mundo que orienta as tomadas de decisão de quem está sendo pesquisado.

### 2.2 Estudo sobre Percepção Social

O estudo de Sousa *et al.* (2004), a despeito de não tratar especificamente da percepção ética, oferece importantes pistas para tanto. A primeira delas é a seguinte:

“o estudo da percepção social de determinada profissão identifica traços (adjetivos) que são atribuídos a essa profissão na sociedade em que vivemos e o quão freqüente são usados na vida cotidiana” (SOUSA *et al.*, 2004, p.2).

Note-se que o estudo acima tem como proposta identificar como a sociedade percebe o profissional de saúde, no caso específico, o enfermeiro. De forma análoga, porém, com adaptações para o estudo da percepção ética dos gestores, serão selecionados alguns adjetivos que permitem identificar a ética e que estão presentes na percepção dos próprios gestores.

Na perspectiva de Pinedo (2003), há insinuações de que a maioria dos gestores tem uma percepção ética de fora para dentro. A ética entendida apenas como fator de coerção, como instrumento de pressão capaz de limitar possíveis abusos. A presente percepção induz à seguinte inferência: o indivíduo age eticamente quando é obrigado a fazê-lo.

Para Pinedo (2003), embora em amplos setores do mundo dos negócios predomine a percepção da ética como valor externo, é possível uma outra abordagem, uma percepção de dentro para fora, da ética. Trata-se de uma percepção centrada em valores íntimos.

Pela referida premissa, Pinedo (2003) constrói uma relação criativa entre amadurecimento e desenvolvimento ético. Seus estudos revelam que “o comportamento ético é resultado de crescimento individual e maturidade. Pessoas imaturas não podem ser éticas. Empresas imaturas, tampouco. Elas podem trabalhar no sentido de se tornarem éticas, mas não podem ser éticas sem amadurecer” (PINEDO, 2003, p.6).

Um dos problemas da abordagem de Pinedo (2003) é que ele não esclarece o seu entendimento acerca do amadurecimento. Em virtude de tal insuficiência, é oportuno inserir a abordagem mais completa de Piaget (1983).

Para este autor, há pelo menos quatro níveis de amadurecimento e o instigante é o fato de eles poderem coexistir, mesmo sem o estabelecimento de hierarquia entre eles: amadurecimento intelectual, amadurecimento social, amadurecimento emocional, amadurecimento ético. Para a presente pesquisa, serão levadas em conta as possíveis influências do amadurecimento intelectual, emocional e social no amadurecimento ético.

### **3 RESULTADOS: ESBOÇO DO MODELO DE ANÁLISE**

Na presente seção, são apresentados os quadros 1 e 2, derivados da abordagem de Pinedo (2003); Piaget (1983) e que servem de principal suporte ao esboço do modelo de análise das percepções éticas de gestores do terceiro setor.

Tomando como referência os estudos sobre os estágios de desenvolvimento ético, do psicólogo americano Lawrence Kohlberg, continuador da obra de Piaget, Pinedo (2003) sistematiza seu próprio modelo de análise que, por sua vez, serve de referência para a definição e delimitação dos indicadores das variáveis articuladas na hipótese da presente pesquisa.

<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pré-moral<ol style="list-style-type: none"><li>a) Castigo e obediência: no presente estágio a percepção ética está condicionada ao castigo ou à punição. Exemplo: a condução do carro a 60 Km/h está condicionada aos locais que têm câmeras, pardais eletrônicos ou fiscalização de guardas de trânsito. O sujeito da ação sabe que se transgredir será penalizado. Se não há câmeras, não há castigo, o sujeito sente-se livre.</li><li>b) Troca instrumental: no presente estágio, a percepção ética está centrada no oportunismo. Prevalece a lógica do "é dando que se recebe", materializando as estratégias do atalho.</li></ol></li><li>2. Convencional<ol style="list-style-type: none"><li>c) Conformidade interpessoal: no presente estágio, a percepção ética está centrada no etnocentrismo,<sup>(1)</sup> isto é, na idéia de que a confiança e possíveis privilégios só podem ser expandidos a quem for do próprio grupo. Exemplo: a nossa empresa é ética, eles não.</li><li>d) Lei e ordem: no presente estágio, a percepção ética está centrada nas leis, na ordem social, no direito. Aqui se começa a acreditar e "compreender que há uma ordem social e leis nas quais precisamos acreditar".</li></ol></li><li>3. Pós-convencional<ol style="list-style-type: none"><li>e) Direitos básicos e contrato social: no presente estágio, a percepção ética está centrada na idéia de que valores, direitos e princípios são substratos das leis, mas as transcendem.</li><li>f) Ética e princípios universais: no presente estágio, a percepção ética está centrada em "princípios universais alicerçados na igualdade e no valor da vida humana".</li></ol></li></ol>
--

QUADRO 1 - ESTÁGIOS DE DESENVOLVIMENTO ÉTICO E INTELECTUAL

FONTE: Pinedo (2003, p.7)

(1) Conceito central da antropologia: etno significa cultura e centrismo, insinuando que o nosso sistema cultural é o centro do universo.

Os estágios d), e) e f) indicam avanços significativos na percepção ética. São indicadores fortes de um desenvolvimento ético capaz de influenciar positivamente em ambientes organizacionais. Os três últimos estágios podem emergir no cenário organizacional como alavancas em termos socioeconômicos, mas igualmente humanos.

Note-se que os estágios d), e) e f) estão diretamente associados a um mais elevado nível de desenvolvimento intelectual, caracterizando-se cada um deles como indicadores da percepção ética de quem se orienta, tomando-os por base.

É possível saltar estágios?

Os saltos em geral ocorrem no domínio discursivo. É comum deparar-se com discursos nos estágios d), e) e f) e práticas nos estágios a), b) e c).

Aqueles que atingiram os três últimos estágios não mais discursam por discursar, mas vivenciam e tiram proveitos dos estágios correntes.



No quadro 2, o autor institui uma outra relação, desta vez entre ética e ego.

ESTÁGIO ÉTICO	ESTÁGIO DO EGO
Castigo e obediência	Impulsivo
Troca instrumental	Autoprotetor/oportunista
Conformidade interpessoal	Conformista
Lei e ordem	Consciente
Direitos básicos e contrato social	Autônomo
Ética e princípios universais	Interdependente/integrado

QUADRO 2 - RELAÇÃO ENTRE DESENVOLVIMENTO ÉTICO E DESENVOLVIMENTO DO EGO

FONTES: Pinedo (2003, p.8)

Os três primeiros estágios éticos – castigo/obediência, troca instrumental e conformidade interpessoal - estão associados a estágios do ego que indicam características comprometedoras para o êxito da comunidade. Por outro lado, os três últimos estágios de desenvolvimento do ego são de equilíbrio entre os interesses individuais e coletivos dos sujeitos. Um sujeito interdependente/integrado tende a ser um sujeito capaz de perceber que seu interesse privado pode estar em pleno equilíbrio com os interesses mais amplos da coletividade na qual está inserido.

### 3.1 Sobre os Níveis de Percepção e Criatividade<sup>1</sup>

Assim como os tipos impulsivo, os autoprotetor/oportunista e conformista tendem a se comportar e agir apenas como criaturas, como pessoas que simplesmente obedecem para escapar às punições; os tipos consciente, autônomo e interdependente/integrado tendem a agir como criadores, como seres que transgridem na perspectiva emancipatória. Se a transgressão dos primeiros tipos, por serem individualistas ao extremo, é perniciosa à coletividade; a transgressão dos segundos tipos é benéfica, à medida que tende a renovar as expectativas da comunidade. Se os primeiros tipos insistem em competir entre si; os segundos, sem deixarem de competir, centram suas ações na noção de cooperação. Os primeiros tipos não conseguem ainda perceber que a cooperação é mais produtiva do que a competição pela competição.

<sup>1</sup> Pinedo cita Victor Franco, psiquiatra judeu austríaco que sobreviveu a Auschwitz, maior campo de concentração nazista. A hipótese de Franco era que quanto mais amadurecida uma pessoa, maior sua capacidade de sobreviver às crises. Foi um relato da história do próprio Franco.

## 4 METODOLOGIA

1. Inicialmente, com base na seguinte pergunta de partida – “quais os diferentes níveis de percepção ética dos gestores do terceiro setor?” – foram selecionados textos envolvendo ética e percepções éticas de gestores do terceiro setor da economia.
2. As análises tiveram como balizas uma bibliografia específica abordando e projetando temas associados à “percepção ética”, “ética” e “terceiro setor”, como núcleos de qualquer proposta de desenvolvimento e expansão individual e coletiva.
3. Após uma pesquisa exploratória, na problemática, foram expostas algumas das principais abordagens do tema e, em ato contínuo, foi escolhida a abordagem mais próxima dos interesses da presente pesquisa, a de Pinedo (2003), complementada com Piaget (1983).
4. A escolha da abordagem adequada serviu para reelaborar teoricamente a pergunta de partida, a saber: “Os diferentes níveis de percepção ética dos gestores do terceiro setor estão ou não associados a seus níveis de desenvolvimento intelectual?”
5. A hipótese, que é uma resposta provisória à pergunta de partida reelaborada, também derivou da abordagem escolhida: “quanto mais elevado o nível de desenvolvimento intelectual, maior o nível de percepção ética dos gestores do terceiro setor”.
6. A rigor, toda hipótese articula teoricamente as variáveis que servem de referência à pesquisa. Em função disso, cada variável precisa ser definida a partir de indicadores.
7. A primeira variável é o “nível de desenvolvimento intelectual” e a segunda é o “nível de percepção ética”.
8. Os indicadores de ambas as variáveis estão contidos nos quadros 1 e 2, elaborados mediante a abordagem escolhida.
9. A partir dos referidos quadros será possível elaborar questões e situações para testar a hipótese de pesquisa e, por consequência, os limites e/ou potencialidades da abordagem escolhida.
10. Para aplicação futura do corrente modelo de análise, o principal critério de escolha dos gestores a serem entrevistados será: é necessário que atuem como gestores em organizações do terceiro setor com intervenções de no mínimo cinco anos.
11. A amostra será definida *a posteriori*, em conformidade aos cânones estatísticos.

## 5 ANÁLISE PRELIMINAR

Considerando que o objetivo do projeto limitou-se a construir o modelo de análise, estribado na hipótese de pesquisa derivada de um dos referenciais teóricos, a análise preliminar fica restrita ao exposto nos “comentários finais” .

Não obstante, é possível antecipar algumas possíveis dificuldades do próprio modelo de análise, contidas na própria abordagem de Pinedo (2003).

Um dos primeiros indicadores de amadurecimento ético é que a ética dificilmente pode ser introduzida “por meio de treinamento ou manuais de políticas e procedimentos” (PINEDO, 2003, p.6). Mediante tais práticas – com ênfase apenas no desenvolvimento intelectual - desenvolve-se a capacidade de compreender e exortar sobre a ética, não de criar possibilidades efetivas de vivenciá-la.

O amadurecimento emocional, que está associado a uma outra sensibilidade, a “sensibilidade biológica” (MATTAR, 2002), não recebe o acento devido. E o amadurecimento social, que pressupõe envolvimento na rede de relações sociais, também fica em planos secundários.

Note-se que tanto a sensibilidade biológica quanto o amadurecimento social trazem dificuldades ao modelo aqui elaborado, mas ao mesmo tempo fazem um alerta sobre a necessidade de aperfeiçoamento do modelo, com vistas a enfrentar melhor as citadas e inevitáveis dificuldades de pesquisa.

## 6 COMENTÁRIOS FINAIS

O modelo construído, parcialmente alicerçado na abordagem de Pinedo (2003), complementada pela de Piaget (1983), poderá permitir o teste da hipótese de pesquisa, vez que os quadros apresentados são indicadores das variáveis articuladas na hipótese.

É oportuno destacar que, ao condicionar o comportamento ético ao amadurecimento intelectual, Pinedo (2003) revela sua percepção ética centrada na razão. Trata-se de uma percepção próxima da tradição de pensamento à qual está filiada Chauí (2001) e outros pensadores que se ocuparam da ética. É uma tradição que admite ser a ética um expediente fundamental de educação da vontade, das paixões e dos sentimentos, por intermédio da razão.

No que diz respeito aos objetivos da presente pesquisa, todos foram alcançados satisfatoriamente, restando ao futuro o desafio de elaborar questionários derivados dos quadros apresentados para pôr à prova a hipótese de pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- CHAUÍ, Marilena. Entrevista ao programa roda viva. **TV Cultura, 2001.**
- GENARO, A. M. A. **Percepção de risco ambiental em São Francisco do Sul.** 2004. Monografia (Especialização em Meio Ambiente) – Setor MADE - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.
- GIANNETTI, E. **Vícios privados, benefícios públicos?: a ética na riqueza das nações.** São Paulo: Cia. das Letras, 1993.
- MATTAR, J. **Palestra sobre responsabilidade social.** São Paulo: Instituto Ethos, 2002.
- PIAGET, J. **Os pensadores.** 2.ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- PINEDO, V. Ética e valores nas Empresas: em direção às corporações éticas. In: CONFERÊNCIA NACIONAL, 2003 – Empresas e Responsabilidade Social, São Paulo. **Palestra.** São Paulo: Ethos, 2003.
- SOUSA, F. A. E. F. et al. Comparação entre os métodos psicofísicos escalares de estimação de magnitudes e estimação de categorias da percepção social do enfermeiro. **Revista Latino-am. Enfermagem**, n.12, v.5, p.775-780, set./out. 2004.
- SROUR, R. H. **Ética empresarial.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- ULTRAMARI, C. **Boas práticas e o fim das utopias urbanas: o terceiro setor e as agências internacionais de financiamento e fomento.** 2001. Tese (Doutorado) – Setor MADE , Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2001.
- WEBER, M. **Ciência e política: duas vocações.** São Paulo: Cultrix, 1968.

## DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE NAS METRÓPOLES: O CASO DA CIDADE DE CURITIBA

---

Aline Costa do Nascimento\*

Orientador: Prof. Msc. Gilson Batista de Oliveira

### RESUMO

A pesquisa sobre as políticas de desenvolvimento sustentável na cidade de Curitiba pode auxiliar na criação de possibilidades objetivas de intervenção política no âmbito do desenvolvimento urbano-ambiental, sobretudo no âmbito das metrópoles, valorizando os saberes e instituições locais. A cidade de Curitiba tem uma prática de gestão ambiental modelo. Suas políticas de desenvolvimento local sustentável servem de parâmetro para as várias metrópoles brasileiras. Em Curitiba, a administração municipal, ao invés de negar espaços para a subjetividade dos moradores locais, tende a ampliá-los de maneira inelutável. É isso que possibilita êxito na promoção do desenvolvimento sustentável. Assim, o objetivo geral deste trabalho é estudar a prática e as políticas no campo da gestão ambiental na cidade de Curitiba, enquanto com o objetivo específico buscar-se-á estudar os programas ambientais, referentes ao tratamento e destinação do lixo urbano, nela implementados.

**Palavras-chave:** desenvolvimento; sustentabilidade; reciclagem.

---

\*Acadêmica do 1º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

A preocupação em preservar o meio ambiente foi gerada pela necessidade de oferecer à população futura as mesmas condições e recursos naturais de que dispomos. Para se obter um relativo sucesso, essa questão deve ser tratada no âmbito das cidades, pois é justamente no modo de vida da população das metrópoles que os problemas ambientais são agravados.

A pesquisa sobre as políticas de desenvolvimento sustentável na cidade de Curitiba pode auxiliar na criação de possibilidades objetivas de intervenção política, no âmbito do desenvolvimento urbano-ambiental, essencialmente, no âmbito das metrópoles, valorizando os saberes e instituições locais.

Este trabalho é norteado pela seguinte questão:

Como a cidade de Curitiba, na busca de uma melhor qualidade de vida, lida com a gestão ambiental dos seus espaços urbano-industriais?

Para responder a essa pergunta, de forma geral, procurou-se estudar a prática e as políticas no campo da gestão ambiental na cidade de Curitiba. De forma específica, pretende-se estudar os programas ambientais, referentes ao tratamento e destinação do lixo urbano, implementados na cidade de Curitiba.

## 2 MEIO AMBIENTE, POLÍTICA PÚBLICA E DESENVOLVIMENTO

A preservação do meio ambiente é uma preocupação legítima da sociedade moderna. O foco está em ofertar para as gerações futuras as mesmas condições e recursos de que se dispõe no presente. O grande desafio está em atender “às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das novas gerações atenderem às suas próprias necessidades” (COMISSÃO..., 1991, p.46).

Conforme Oliveira (2002, p.42), essa preocupação é cada vez mais iminente, pois “centenas de organizações não governamentais (ONGs) e praticamente todos os governos e órgãos oficiais do mundo lutam pelo controle da poluição e pela preservação da natureza como forma de garantir a qualidade de vida no nosso planeta”.

O pensamento ambiental e o movimento ambientalista, que surgiram, na Europa e nos Estados Unidos, nas décadas de 1960 e 1970, podem ser divididos em cinco grandes temas: i) preservação da natureza; ii) desenvolvimento da administração (gerenciamento) e da ciência ecológica nos trópicos; iii) ambientalismo e crise global; iv) ecologia global, conservação e meio ambiente e; v) ambientalismo global (SOUZA, 1993; OLIVEIRA, 2002).

Contudo, a preocupação com a preservação remonta ao surgimento e ao fortalecimento da indústria. O célebre economista Thomas Malthus deixa isso bem claro em seu ensaio sobre a população (MALTHUS, 1996).

Para Schussel (2004), o desenvolvimento do processo de industrialização prejudicou significativamente o meio ambiente, o qual não consegue se recompor na mesma velocidade com que é destruído. Segundo o autor, a crise ambiental teve início a partir dos anos da década de 1950 e, desde então, vem sendo discutida em âmbito mundial.

Foram tomadas várias atitudes com o objetivo de combater essa problemática, entretanto, as catástrofes ambientais continuam ocorrendo. Além disso, o aumento da população urbana nos países em desenvolvimento e a falta de estrutura que possa garantir uma boa qualidade de vida a essas pessoas degradam ainda mais o ambiente.

Segundo Ferreira (2004), o processo industrial e a conseqüente urbanização acarretaram para o Brasil sérios problemas relacionados à área social e ambiental. Na realidade, o aumento da população urbana fez com que a qualidade de vida diminuísse nas grandes cidades. Para reverter esse problema, é necessário existir uma gestão voltada para o equilíbrio ambiental.

A situação atual do planeta exige um desenvolvimento sustentável, no entanto, ele precisa ser realizado em longo prazo, pois se faz necessária uma série de medidas para que isso aconteça. Ele deve ser viável, também, economicamente, ou seja, não deve comprometer os lucros do Estado ou organização, posto que o sistema capitalista elimina tudo que prejudica a acumulação intensiva de capital.

A cidade deve receber atenção especial, já que ela interfere constantemente no ecossistema. A iniciativa de desenvolvimento sustentável deve começar com as grandes cidades, por serem elas as que mais poluem e degradam o meio ambiente.

Deve-se ter consciência de que o desenvolvimento urbano sustentável não é um modelo ideal de desenvolvimento a ser atingido, mas, acima de tudo, um processo a ser implantado (SCHUSSEL, 2004). Logo, a iniciativa de combater os problemas ambientais deve envolver todos, de governo à sociedade, para que se possa conseguir uma maior eficiência.

## **2.1 Desenvolvimento Ambiental nas Cidades**

O espaço urbano concentra a maioria das atividades humanas. Isso tem gerado grandes impactos ambientais. Para combater o problema, as cidades estão procurando criar condições para desenvolver a sustentabilidade local, que garantirá qualidade de vida às gerações futuras.

Nesse contexto, é importante dar atenção ao modo pelo qual as atividades estão distribuídas na área urbana. As formas de uso e ocupação do solo são fundamentais para a distribuição da densidade populacional e, por esse motivo, devem ser bem gerenciadas. Para que isso não se torne um problema, é necessário criar regras para organizar a ocupação do espaço, levando em conta a taxa de permeabilidade do solo, o aproveitamento do espaço e os recuos e afastamentos obrigatórios das construções, entre outros. (LIMA e KRUGÜER, 2004).

As cidades têm um alto nível de poluição, devido às mudanças que sofrem em seu território e à grande concentração de pessoas. As mudanças estruturais consistem na retirada da vegetação original e na alteração da topografia local, por meio da construção de prédios, da abertura e pavimentação de ruas, etc. Todos esses fatores alteram significativamente o clima da região. A poluição gerada pelo elevado número de pessoas ocorre em várias áreas. As mais comuns e que trazem maiores prejuízos ao ambiente são a hídrica, a atmosférica e a relacionada aos resíduos sólidos.

A poluição hídrica pode ser combatida com o tratamento do esgoto doméstico e com a intensa fiscalização nas indústrias, as quais, geralmente, eliminam substâncias tóxicas nos rios. Nesse caso, as empresas devem ser obrigadas a tratar os resíduos antes de jogá-los no ambiente.

A poluição atmosférica traz sérios danos à saúde, os quais geralmente estão relacionados ao sistema respiratório. Esse tipo de poluição é causado, principalmente, pela emissão de gases nocivos do escapamento dos veículos e das chaminés das fábricas. O problema pode ser combatido de acordo com as suas causas. Com relação aos automóveis, é possível criar, como medida paliativa, um sistema de rodízio.

No entanto, o mais eficiente seria desenvolver um bom planejamento urbano, que distribuisse os serviços necessários à população em toda a área da cidade, diminuindo, assim, a necessidade de utilizar automóvel.

Por outro lado, no caso das indústrias, devem existir leis que obriguem esses estabelecimentos a colocarem filtros em suas chaminés, para diminuir a emissão de gases tóxicos. Além disso, é importante delimitar áreas para a localização da atividade industrial. O correto seria implementá-la fora do perímetro urbano, levando em conta a direção predominante dos ventos.

A poluição ocasionada pelos resíduos sólidos é o grande problema da maioria das cidades. “O volume de lixo produzido (...) varia em função da renda familiar, educação, hábitos de consumo, etc.” (LIMA e KRÜGER, 2004, p.14). Nesse contexto, devem ser realizados estudos para estabelecer a quantidade média de lixo produzido pela população e, de acordo com a capacidade de coleta local, deve ser fixado um



número máximo de residências na região. Isso contribuiria para o devido tratamento do lixo. Também seria importante que existisse um programa de reciclagem, para aumentar a vida útil dos aterros sanitários.

Segundo Lima e Krüger (2004), os efeitos mais nocivos do lixo doméstico com relação ao meio ambiente ocorrem em áreas de invasão. Nesse caso, a melhor saída seria regularizar essas áreas e implantar um programa de coleta e reciclagem do lixo. Entretanto, para que essas medidas realmente funcionem, urge que o governo local desenvolva políticas de conscientização e educação ambiental.

### 3 A QUESTÃO AMBIENTAL EM CURITIBA

O crescimento populacional e o aumento da desigualdade social acarretaram sérios problemas sociais para as cidades. “A urbanização acelerada dos países pobres fará a população das cidades superar a do campo por volta de 2006 pela primeira vez na história” (FERREIRA, 2004, p.24). Esse processo aumentará o grau de miséria no mundo, principalmente, nos países em desenvolvimento.

Várias cidades já incluíram a questão do meio ambiente nas suas estratégias de gestão. No caso de Curitiba, a população é conscientizada e convidada a participar das políticas públicas ambientais. Curitiba relacionou suas políticas de gestão ambiental ao adequado uso do solo e ao transporte público. Com isso, a cidade destacou-se e tornou-se exemplo de gestão ambiental.

Com relação ao uso do solo, a cidade criou vários parques com imensa área verde que serve para captar chuva. Foi criada a Cidade Industrial de Curitiba que concentra grande parte das indústrias em uma área que não prejudica o resto da cidade, porque os ventos sopram predominantemente para sudeste e afastam a poluição da cidade.

Curitiba utiliza um sistema de transporte adaptado. Além de ser mais barato, a sua implementação não trouxe muitos impactos, visto que foram aproveitadas as ruas já existentes, desapropriando poucos imóveis.

Os problemas ambientais e suas soluções devem ser discutidos nas cidades. Porém, é importante que seja levada em conta a questão ambiental no mundo. Sendo assim, as soluções propostas devem ser mais abrangentes e eficazes.

Os prefeitos que assumiram Curitiba nos últimos anos utilizaram estratégias semelhantes de gestão com o objetivo de divulgar a cidade e, com isso, inseri-la no mercado mundial de cidades. Todos eles fizeram uso do *marketing* para atrair investimentos.

Grandes obras denominadas como de “Primeiro Mundo” são realizadas e divulgadas nas escalas local, nacional e mundial. Isso faz com que a cidade se desenvolva incrementando a economia local. Todavia, o crescimento fez com que o custo de vida na área central da cidade aumentasse, o que gerou o movimento urbano com sentido à periferia. A população de baixa renda não tinha como se manter na área central, que está cada vez mais valorizada, em decorrência das obras e investimentos realizados nessa região. (SANCHES, 2003).

A idéia de cidade perfeita para viver, que é divulgada pela mídia sob vários títulos, incentiva a vinda de pessoas, de outros estados para Curitiba, em busca de melhores condições de vida. Esse é um outro fator que colabora para o crescimento da população nas regiões periféricas e para a ampliação da pobreza.

Sendo assim, o governo criou programas para atenderem a essa população carente. Dois programas de destaque são o “Câmbio Verde” e a “Compra do Lixo”. Com eles, é possível amenizar a falta de recursos das áreas carentes, auxiliando na alimentação das pessoas.

Ambos os programas estão relacionados ao meio ambiente e são utilizados para promover a cidade como “Capital Social” e “Capital Ecológica”. Esse tipo de iniciativa não é diferente de outras cidades que procuram destaque.

O desenvolvimento sustentável é a “receita” para que as cidades recebam a atenção do mundo. Um dos veículos para o reconhecimento nessa área são os prêmios patrocinados pela ONU com relação à preservação e recuperação ambiental. Com isso, as cidades podem inclusive criar outro título, agora, relacionado à qualidade de vida.

### 3.1 Programa “Compra do Lixo”

O programa “Compra do Lixo” começou em 31 de janeiro de 1989. Ele foi implementado pela Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC) com o objetivo de amenizar os problemas ambientais de regiões carentes e de difícil acesso, onde não havia coleta de lixo.

Antes do programa, o lixo costumava ser depositado a céu aberto. Por esse motivo, essas regiões apresentavam um alto índice de doenças causadas por moscas, ratos e outros vetores relacionados à sujeira. As crianças eram as mais prejudicadas por serem mais vulneráveis às doenças. Além disso, essas áreas eram desprovidas de saneamento básico.

Com a aplicação do programa, a PMC conseguiu limpar as áreas que serviam de depósito para o lixo, em um curto período de tempo, diminuindo as doenças. Esses locais, já limpos, foram transformados em hortas comunitárias, que auxiliam na alimentação das famílias.

Para implementar o programa, a PMC estimula a criação de uma Associação de Moradores para organizar a comunidade local, o que incentiva a participação dos cidadãos do município na solução dos problemas da região.

A prefeitura instala uma caçamba num local estratégico e fixo para que o lixo possa ser depositado, distribuindo sacos de lixo para a população armazenar adequadamente os resíduos, nos intervalos de coleta.

No início do programa, as pessoas recebiam um VT (vale transporte) para cada saco de lixo depositado na caçamba.

Em julho de 1991, essa realidade mudou. Ocorreu uma supersafra de produtos hortigranjeiros produzidos na Região Metropolitana de Curitiba. Os pequenos produtores estavam com grande dificuldade para vender o excedente da produção e, a cada dia, acumulavam mais prejuízos. A prefeitura identificou nessa situação uma possibilidade de ajudar no escoamento da safra e, ao mesmo tempo, enriquecer a alimentação das famílias carentes. A partir desse período, o lixo passou a ser trocado por alimento.

O sistema de pagamento funciona da seguinte maneira:

O morador que depositar na caçamba de 1 a 4 sacos de lixo, com 8 a 10 kg cada, recebe uma “sacola simples” com um produto no valor de R\$ 0,53. A sacola pode conter ovos, maçãs, banana, repolho, etc.

Já o morador que colocar 5 sacolas ou mais ganha uma “sacola composta” no valor de 5X R\$ 0,53 que pode conter arroz, feijão, mel, batata, cenoura, cebola, alho, doce em pasta, etc.

A escolha dos produtos acontece pela época e pela demanda de mercado e são distribuídos de acordo com o seu valor energético e nutritivo.

A Associação de Moradores recebe 10% do valor de cada saco de lixo depositado na caçamba. O destino dos recursos é definido pela própria comunidade de acordo com as suas necessidades.

Atualmente, o programa atende a 41 comunidades e conta com a participação dos seguintes órgãos:

- Secretaria Municipal do Meio Ambiente;
- Secretaria Municipal de Abastecimento;
- Federação Paranaense das Associações dos Produtores Rurais (FEPAR);
- Fundação de Associação Social (FAS).

### 3.2 Programa “Câmbio Verde”

Criado em junho de 1991, o Programa “Câmbio Verde” é um produto oriundo dos Programas “Compra do Lixo” e “O Lixo que não é Lixo”. O “Câmbio Verde” é um programa que possibilita a troca de materiais recicláveis por produtos hortifrutigranjeiros de época, em vários pontos de troca espalhados pela cidade.

Conforme a SMMA, os pontos de troca estão localizados em pátios de supermercados, órgãos municipais, associações de moradores, entre outros. O material recolhido nesses pontos de troca é enviado à Unidade de Valorização de Resíduos Sólidos Recicláveis ou a depósitos credenciados, para ser separado, estocado e vendido.

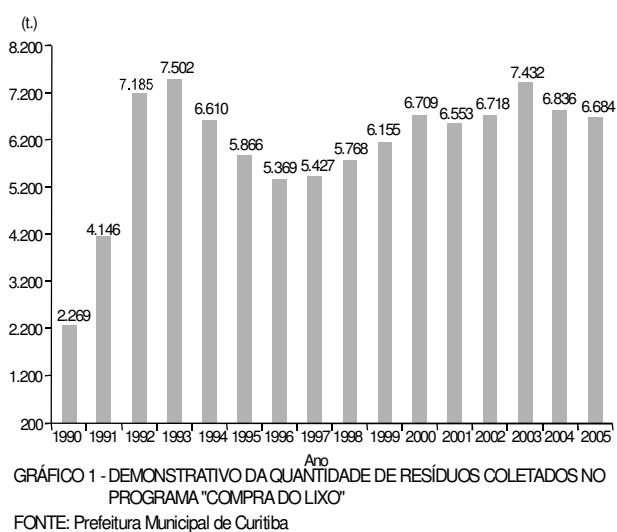
Esse programa, que já beneficiou mais de 7000 pessoas, visa a:

- incentivar os moradores a separarem o lixo orgânico do inorgânico;
- promover o reforço alimentar das famílias mais carentes.

## 4 OS RESULTADOS DOS PROGRAMAS

Os programas ambientais desenvolvidos pela Prefeitura Municipal de Curitiba têm tido ótimos resultados em várias áreas. A limpeza da cidade e o aumento da reciclagem de materiais são apenas alguns deles.

A arrecadação de resíduos aumentou nos últimos anos. Com o Programa “Compra do Lixo”, foram arrecadadas 2269 toneladas de resíduos, em 1990, primeiro ano de atuação. Três anos depois, em 1993, o programa obteve seu melhor resultado, com 7502 toneladas e, em 2005, dado mais recente, a arrecadação foi de 2024 toneladas (gráfico 1).



O Programa “Câmbio Verde” arrecadou, em 1991, ano em que ele foi implementado, 427 toneladas de lixo reciclável. Alcançou seu auge em 1999, com 4358 toneladas e, em 2005, arrecadou 2024 toneladas (gráfico 2).

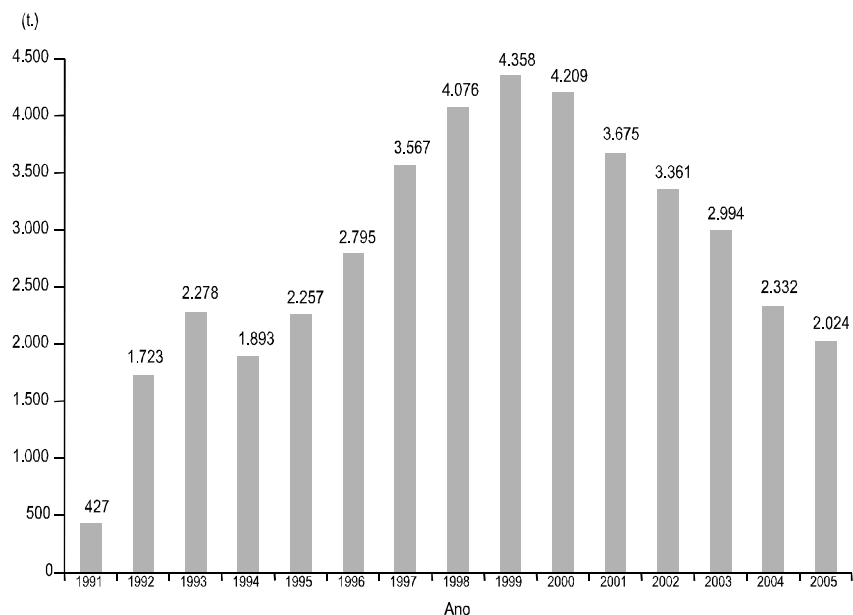


GRÁFICO 2 - DEMONSTRATIVO DA QUANTIDADE DE RESÍDUOS RECICLÁVEIS COLETADOS NO "PROGRAMA CÂMBIO VERDE

FONTE: Prefeitura Municipal de Curitiba

Entretanto, apesar de os dados numéricos serem bastante significativos, os melhores resultados não são expressos por números. Com uma gestão voltada para a questão ambiental, Curitiba destacou-se entre as outras cidades e passou a ser conhecida mundialmente.

O conceito da cidade foi fortalecido e ela passou a concorrer com outras consideradas de primeiro mundo, como Barcelona. Uma das mais recentes conseqüências dessa repercussão foi a escolha de Curitiba para sediar a Convenção da ONU sobre Biodiversidade e Biossegurança, noticiada em todo o mundo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Curitiba enfatiza bastante o seu planejamento urbano, inclusive criando áreas receptoras de chuva, as quais são eficientes, pois evitam os alagamentos. No entanto, às vezes, esse planejamento é alterado de acordo com a vontade de uma minoria que lucra com isso. A imagem passada para a população por meio do “marketing” é a do desenvolvimento (que trará consigo mais empregos estendendo o benefício da mudança a todos), mesmo que isso não se cumpra.

Sendo assim, o *city marketing* faz com que as pessoas tenham orgulho de sua cidade. Dessa forma, ele alcança seu objetivo que é o de evitar resistências enfocando os benefícios. As propagandas de cidade nunca vão enfatizar as dívidas adquiridas com o desenvolvimento.

Mediante estratégias de divulgação, Curitiba é colocada como exemplo para as outras cidades. Todavia, muitos projetos aplicados com sucesso na capital paranaense são inviáveis em outros lugares que apresentam realidades diferentes. Mesmo assim, a cidade é colocada como modelo em várias áreas, pois o objetivo é fazer tudo para que ela ganhe repercussão internacional.

As políticas públicas relacionadas ao planejamento urbano são a grande estratégia para se chegar a um desenvolvimento sustentável.

Com esforço e planejamento, é possível conciliar o crescimento urbano e a melhoria da qualidade de vida da população, desde que as medidas tomadas durante esse processo tenham como meta a sustentabilidade no espaço das cidades.

## REFERÊNCIAS

- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2.ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.
- FERREIRA, L. C. Cidades, sustentabilidade e risco. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba: Editora da UFPR, n.9, p.23-24, 2004.
- LIMA, P. R.; KRÜGER, E. L. Políticas públicas e desenvolvimento urbano sustentável. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba: Editora da UFPR, n.9, p.09-21, 2004.
- MALTHUS, T. R. **Princípios de economia política e considerações sobre sua aplicação prática**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- OLIVEIRA, G. B. **Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento**. Curitiba: FAE, 2002. p.37-48.
- SANCHEZ, F. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003.
- SCHUSSEL, Z. das G. L. O desenvolvimento urbano sustentável – uma utopia possível? **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba: Editora da UFPR, n.9, p.57-67, 2004.
- SOUZA, N. J. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 1993.

## A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETING SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

---

Juliano Baptista\*

Orientador: Prof. Dr. Osmar Ponchirolli

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo principal analisar a importância da responsabilidade social para implementação do marketing social nas organizações. Para tanto, foram definidos os seguintes objetivos específicos: conceituar responsabilidade social, analisar marketing social na atualidade como estratégia empresarial e demonstrar os reflexos da estratégia de marketing social utilizada por uma organização para o desenvolvimento local. A metodologia utilizada para este estudo foi o método exploratório com base em pesquisas, bibliografias e documentos. A principal conclusão deste artigo é a importância da influência da responsabilidade social na implementação do marketing social das organizações, podendo resultar, a longo prazo, em um fortalecimento da marca junto à sociedade que, por sua vez, cobra das empresas atitudes socialmente responsáveis.

**Palavras-chave:** responsabilidade social; marketing social; estratégia empresarial; desenvolvimento local.

---

\*Acadêmico do 3º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

No transcorrer dos anos, alguns fatores se tornaram relevantes para decisão de compra do consumidor. Quando Ford ainda produzia os seus primeiros carros, sua clientela, uma classe elevada da sociedade, não tinha opção de compra de automóveis, a não ser aqueles que Ford produzia, os quais, além de tudo, eram modelos muito limitados. Com a chegada de novos concorrentes, quem começou a ditar as regras do marketing foram os clientes. Nesse momento, o marketing se volta para atender às necessidades e desejos infinitos dos consumidores.

Segundo Hooley (1998, p.6), “o conceito de marketing diz que em mercados cada vez mais competitivos e dinâmicos, as empresas ou organizações mais prováveis a vencer são aquelas sensíveis às expectativas, desejos e necessidades e que se engrenam para satisfazer mais seus clientes do que fariam seus competidores”, afirmando ainda que marketing é o processo que acontece em uma empresa, por meio do qual idéias, bens e serviços são planejados, executados e distribuídos para promover trocas que atendam aos objetivos de empresas e indivíduos.

A tecnologia desempenhou um papel fundamental nesse contexto, pois foi por intermédio dela que pessoas tiveram (e têm) acesso aos mais variados tipos de produtos e serviços, o que ajudou a fomentar a economia mundial.

Houve um tempo em que se falava de qualidade como diferencial de algumas empresas. Hoje, todos sabem da importância da qualidade, tanto que ela se tornou um requisito básico para qualquer empresa que pretenda colocar um produto ou serviço no mercado. Assim sendo, o que acontece é uma mudança de comportamento do consumidor, que está gradativamente mais seletivo e que agora prefere empresas que realmente se integram à comunidade.

Diante disso, as empresas tiveram de se conscientizar de sua responsabilidade social, considerando-a um componente vital para o sucesso de seus negócios. A responsabilidade social tornou-se extraordinária vantagem competitiva, que atrai o mercado, gratificando os funcionários e fortalecendo a boa imagem da empresa numa relação em que todos saem ganhando, trazendo benefícios para a sociedade, propiciando a realização profissional dos empregados, promovendo benefícios para parceiros e meio ambiente, além de trazer retorno financeiro para os investidores. As empresas socialmente responsáveis utilizam o marketing social como uma ferramenta para divulgarem suas ações de contribuição à comunidade.

Perante as limitações da ação do Estado, desenvolve-se o consenso de que uma política de desenvolvimento social exige a participação de novos atores e não somente do Estado. Diante do fenômeno da exclusão social presente na estrutura da sociedade



brasileira, tem sido observado nos últimos anos que as empresas privadas vêm mobilizando um volume cada vez maior de recursos destinados a iniciativas sociais.

Assim, o papel das organizações vai além de sua importância como agente econômico, uma vez que elas possuem grande capacidade de criação e de geração de riquezas, utilizando-se de recursos naturais (matéria-prima) e recursos humanos (conhecimento e mão-de-obra). Segundo Ponchirolli (2005, p.17), “o conhecimento tornou-se o recurso econômico proeminente, mais importante do que a matéria-prima e muitas vezes mais importante que o dinheiro”.

Rompendo com o paradigma de que as empresas só se preocupam com geração de lucros, torna-se estritamente necessário, para que a empresa sobreviva no mercado, a realização da parte que lhe cabe na responsabilidade social, uma vez que o consumidor está cada vez mais criterioso na escolha de seus produtos, tendo como parâmetros a igualdade de preços e a excelência em qualidade.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a importância da responsabilidade social para implementação do marketing social nas organizações. Para tanto, foram definidos os seguintes objetivos específicos: conceituar responsabilidade social, analisar marketing social na atualidade como estratégia empresarial e demonstrar os reflexos da estratégia de marketing social utilizada por uma organização para o desenvolvimento local.

## **2 A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES**

A responsabilidade social é um tema que vem sendo discutido cada vez mais na sociedade atual. No Brasil, o tema é recente, nas últimas décadas é que se discutiu mais a respeito, embora o tema tenha chegado ao Brasil ainda na década de 1960, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Um dos princípios dessa entidade baseava-se na aceitação de que a empresa possuía função social que se realizava em nome de trabalhadores e do bem-estar da comunidade (SUCUPIRA, 2002).

Para Drucker (1996), mesmo anteriormente à década de 1960, a responsabilidade social da empresa já se traduzia em três contextos gerais de debate: o da postura ética na administração da empresa; o da responsabilidade do empregador para com seus empregados; e o da participação e apoio do empresário à cultura, às causas filantrópicas e à defesa da moralidade. Contudo, eram ainda idéias vagas e dúbias sobre a que realmente se referia o tema e quais as ações empresariais a serem adotadas, algo que trouxe pouca repercussão nas práticas empresariais.

Em 1984, ocorre a publicação do primeiro Balanço Social de uma empresa brasileira, a Nitrofertil.

O balanço social é um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade onde ela está inserida. Por meio dela, a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes, e pela população que recebe sua influência direta. (SUCUPIRA, 2002).

O Balanço Social é, sem dúvida, uma das formas mais utilizadas para monitorar e acompanhar as atividades desenvolvidas no âmbito social das empresas.

Segundo Cardoso e Ashley (2003, p.7), “responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetam positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico, na sua prestação de contas para com ela”. A sociedade cobra o cumprimento da função social das organizações, quer seja para adquirir seus produtos ou para se trabalhar nelas. De Luca (1998, p.17) comenta que a empresa, além de ser um agente econômico com a missão de produzir riqueza, é um agente social e, como um dos componentes da sociedade, deve prestar contas aos demais.

No ano de 1993, Betinho e o Ibase lançam a Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra Fome, a Miséria e pela Vida, com o apoio do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE). Esse é o marco da aproximação dos empresários com as ações sociais.

No ano de 1998, Oded Grajew fundou o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. A empresa é o elo entre as empresas e as causas sociais. Seu objetivo é disseminar a prática social por meio de publicações, experiências, programas e eventos para seus associados e para os interessados em geral.

Uma empresa que investe em projetos sociais que beneficiam a comunidade e todos inclusos em seu grupo de interesse tem maior retorno em termos de lucratividade e conceito de boa imagem, até porque os colaboradores sentem-se estimulados a desempenharem um pleno papel de cidadão, desenvolvendo a sua capacidade de tomar decisões e conviver em grupo.

Dessa forma, ter o envolvimento cívico ativo dos funcionários é um componente fundamental da campanha pela ética empresarial. Entretanto, esse envolvimento está mais presente nas organizações, nas quais não existe relação de subordinação entre funcionários e, sim, parceria entre eles, em que cada um assume a responsabilidade de atingir os objetivos traçados, tendo em vista que, quando se tornam responsáveis, as pessoas agem de forma responsável, transformando os valores da empresa em seus próprios valores”. (DRUCKER, 1996, p.76-77).

### 3 VANTAGENS EMPRESARIAIS COM BASE NA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Cada vez mais se valoriza a consciência de que uma gestão socialmente responsável pode trazer inúmeros benefícios às empresas. Em muitos depoimentos e pesquisas, a responsabilidade social aparece como o motivador do apoio da sociedade e dos consumidores, da preferência de investidores internacionais, de um espaço crescente aberto pela mídia, de um bom clima organizacional, do recrutamento e manutenção de pessoas talentosas.

De acordo com Melo Neto e Froes (1995), esses ganhos com a responsabilidade social resultam no chamado “retorno social institucional”.

O retorno social institucional ocorre quando a maioria dos consumidores privilegia a atitude da empresa de investir em ações sociais, e o desempenho da empresa vira notícia, potencializa sua marca, reforça sua imagem, assegura a lealdade de seus empregados, fideliza clientes, reforça laços com parceiros, conquista novos clientes, aumenta sua participação no mercado, conquista novos mercados e incrementa suas vendas. (MELO NETO e FROES, 1995, *apud* GUEDES, 2000, p.56).

Com base em Melo Neto e Froes, 1995 *apud* Guedes (2000, p.56), é possível considerar que o retorno social institucional empresarial se concretiza por meio dos seguintes ganhos:

- Em uma imagem e em vendas, pelo fortalecimento e fidelidade à marca e ao produto;
- Em acionistas e investidores, pela valorização da empresa na sociedade e no mercado;
- Em retorno publicitário, advindo da geração de mídia espontânea;
- Em tributação, com as possibilidades de isenções fiscais em âmbitos municipal, estadual e federal, para empresas patrocinadoras ou diretamente para os projetos;
- Em produtividade e pessoas, pelo maior empenho e motivação dos funcionários;
- Em ganhos sociais, pelas mudanças comportamentais da sociedade.

Para Melo Neto e Froes, 1995, *apud* Guedes, 2000, p.56, uma empresa que age com responsabilidade social consegue aumentar suas relações com os *stakeholders* e também a exposição na mídia espontânea:

Quando uma empresa atua com responsabilidade social aumenta o seu relacionamento com diversos públicos relevantes (clientes atuais e em potencial, opinião pública, acionistas, investidores, fornecedores, funcionários, governo), aumenta a exposição positiva em mídia espontânea onde seus produtos, serviços e marca ganham maior visibilidade e possível aceitação. (MELO NETO e FROES, 1995 *apud* GUEDES, 2000, p.57).

## 4 MARKETING SOCIAL COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

O marketing social surgiu nos Estados Unidos, em 1971, e foi usado pela primeira vez por Kotler e Zaltamn que, na época, estudavam a aplicação do marketing que contribuísse para a busca e o encaminhamento de soluções para as diversas questões sociais. Hoje em dia, o conceito está muito mais difundido, e é visto como uma estratégia muito bem utilizada pelas organizações.

No entanto, antes de conceituar marketing social, é importante perceber como Philip Kotler descreve o marketing: “É um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos têm o que necessitam e desejam, por intermédio da criação, oferta e troca de produtos de valor com os outros” (KOTLER, 1986, p.27). Ou melhor, diferente do que é usualmente entendido como marketing, seu conceito abrange todo o processo de levar bens, serviços e idéias a quem os necessite ou deseje.

Administração de marketing, então, “é o processo de planejamento e execução da concepção, preço, promoção e distribuição de idéias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais”. (KOTLER, 1986, p.32).

Quando uma empresa vira notícia, sua marca fica em evidência, principalmente quando vinculada a notícias de ações sociais. Como consequência, a empresa conquista novos clientes, reforça os laços com parceiros, aumenta sua participação no mercado, incrementa suas vendas.

O marketing social não está ligado somente aos interesses das organizações em promoverem suas ações. Hoje, o conceito está relacionado à mudança de comportamento humano. As campanhas sociais surgem entre pessoas que estão decididas a dirigir, confirmar e controlar mudanças na sociedade. São muitos os problemas e necessidades da sociedade atual, problemas esses relacionados à segurança, questões ambientais, saúde pública, entre outros. O que acontece é uma deficiência do Estado em atender todos esses problemas e necessidades, fazendo com que haja maior desenvolvimento de ações e medidas que visem à diminuição dos seus problemas.

Somente poderá ser implementado o marketing social em uma organização quando existir uma mudança de comportamento internamente aos valores e cultura da empresa, com base nos princípios éticos e de responsabilidade social em todo seu processo produtivo, administrativo e comercial para que haja reflexão externa no mercado como imagem da marca por meio do marketing social (KOTLER, 1986).

O marketing para causas sociais pode ser definido como uma ferramenta estratégica e de posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, em benefício mútuo.

Um programa de marketing para causas sociais pode ser desenvolvido por meio de uma aliança estratégica entre uma empresa e uma organização voluntária ou beneficente, comprometida com a área de interesse social definida ou diretamente em benefício da “causa” em si.

Como Sir Dominic Cadbury, Presidente da Cadbury Schweppes plc, disse em 1996, quando era Presidente da Business in community cause related marketing leadership campaign: “O MCS é uma forma efetiva de melhorar a imagem corporativa, diferenciando produtos e aumentando tanto as vendas quanto a fidelidade”.

Após uma campanha de marketing social realizada pela American Express, foram retirados alguns fatores relevantes a serem seguidos por profissionais da área de marketing, para obterem sucesso em suas futuras campanhas de marketing social:

- Território compartilhado entre a marca e a causa;
- Mecanismo simples e envolvimento do consumidor;
- Compromisso dos dirigentes;
- Relacionamento aberto, mutuamente benéfico com uma entidade filantrópica;
- Trabalho voluntário dos funcionários;
- Mútuo envolvimento de fornecedores e parceiros estratégicos;
- Orçamento significativo de propaganda e de comunicação;
- Criatividade e sinergia entre a campanha de marketing social e outra propaganda de marca;
- Compromisso profundo e longevidade do relacionamento;
- Resultados mensuráveis.

Assim como o marketing tradicional ou comercial, o foco do marketing social é o consumidor. Da mesma forma, afirma Kotler (1986), não significa persuadir as pessoas a comprarem o que se está produzindo; o papel do profissional de marketing é conversar com as pessoas, e não simplesmente falar sobre o seu produto. Em poucas palavras, o marketing social defende a tese de que idéias que visam a mudanças sociais precisam utilizar-se de uma abordagem de planejamento de marketing para atingir seus objetivos. Conforme Weinreich (1999), um plano de marketing social envolve análise dos mesmos quatro P's do marketing tradicional: Produto, Preço, distribuição (Praça) e Promoção; adicionando-se a estes Parceria e fatores Políticos.

O produto, no caso do marketing social, não se refere necessariamente a coisas materiais (mas também pode ser, como no caso de preservativos), ou serviços (embora também possa ser, como no caso de exames médicos), mas a idéias, atitudes, comportamento e valores.

O papel do profissional de marketing, em primeiro lugar, é encontrar maneiras de mostrar às pessoas que existe um problema real, e identificar de que forma está sendo percebido pela população. Em seguida, demonstrar que o produto que está sendo oferecido é uma boa solução para resolvê-lo.

De acordo com Weinreich (id.), o preço, segundo P, pode ser entendido como o custo que o indivíduo terá para adquirir o produto social oferecido. Pode ser em termos de valor monetário, ou um valor intangível como tempo, esforço, ou até mesmo o risco. Seja qual for o produto, terá maiores possibilidades de ser “adquirido” se os benefícios percebidos forem maiores que os custos envolvidos.

No marketing comercial, preço é sempre um assunto delicado e objeto de profundos estudos, considerando-se que preços baixos levam a uma percepção de pequeno valor do produto, enquanto preços elevados são um impedimento para muitos. O marketing social também se preocupa com o preço, porém, com uma diferente abordagem. No caso de um produto social, muitas vezes a fixação de um preço simbólico se deve a considerações de valorização do produto e de preservar a dignidade própria de todo ser humano.

Ainda segundo Weinreich (id.), quanto ao P de praça, que se refere à forma de distribuição do produto, no caso de um produto social, a preocupação do profissional de marketing é descobrir os canais mais efetivos para atingir o público alvo, e assegurar a qualidade e o acesso ao produto.

Por fim, promoção é o uso integrado da propaganda, de programas de comunicação social, de “venda” direta e do uso de canais de entretenimento. O foco está sempre em criar uma demanda efetiva para o produto.

Sobre os P’s incrementais, tem-se a parceria que no caso do marketing social é fundamental para a eficácia de qualquer programa. Trata-se de descobrir organizações que possuem os mesmos objetivos sociais, e trabalhar como parceiros.

Sobre políticas, por um lado, podem ser necessárias mudanças políticas em termos de legislação que venham a dar apoio às novas condições impostas pela nova ordem social requerida. Por outro lado, pode ser necessário estabelecer uma política de diplomacia para lidar com organizações existentes, para ganhar seu apoio a acesso à comunidade em assuntos complexos e controversos, tais como, violência e liberdade sexual.

## 5 DESENVOLVIMENTO LOCAL

Só é aceitável uma visão de desenvolvimento local aquela que coloque o ser humano e os interesses coletivos e da grande maioria como ponto central ou fundamental, convergindo para a possibilidade de potencialização das capacidades de todos os indivíduos. Conforme Srour (1998, p.48), o desenvolvimento local requer desenvolvimento profissional dos trabalhadores e participação deles em decisões técnicas, inversões em segurança do trabalho, em melhores condições de trabalho e em benefícios sociais. A instalação de empresas socialmente responsáveis, em regiões pouco desenvolvidas, tende a fomentar economicamente essas regiões, atraindo investidores e, por conseguinte, recursos financeiros.

O presente trabalho visou observar a influência das atividades socialmente responsáveis adotadas por uma grande empresa (BS Colway pneus), localizada em Piraquara (Pr), e sua influência no desenvolvimento local da região. Para tal, optou-se por realizar uma pesquisa exploratória.

Como pesquisa de caráter exploratório, o seu valor está na tentativa de caracterizar a atuação de uma empresa, no que tange a sua disposição e capacidade de responder a uma necessidade concreta da sociedade.

As pesquisas exploratórias assumem geralmente “(...) as formas de pesquisa bibliográfica e estudo de caso”. A pesquisa bibliográfica é “(...) elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e, atualmente, com material disponível na Internet”. (SILVA, 2001, p.21). A pesquisa exploratória tem-se como aquela que visa criar maior familiaridade com o tema, por meio de uma primeira aproximação.

De acordo com os proprietários da BS Colway Pneus, a existência de uma empresa só faz sentido a partir de compromissos assumidos por ela em relação à sociedade, a seus próprios funcionários e aos consumidores.

Por essa razão, todas as atitudes tomadas pela BS Colway Pneus são fundamentadas em compromissos bem definidos: qualidade de vida e ampliação da oferta de emprego, proteção do meio ambiente, defesa da saúde pública e responsabilidade social. E foi justamente para contemplar esses compromissos assumidos junto à comunidade que a BS Colway Pneus criou e mantém programas ambientais e sociais inéditos, já reconhecidos pela sociedade e por diversas entidades, inclusive a ONU.

## **Programa Bom Aluno**

O Programa Bom Aluno, criado em 1993 pelos empresários Francisco Simeão e Luiz Bonacin, é uma ação de mudança social. A transformação social dos alunos do Programa é realizada pelo investimento de empresários na formação profissional de estudantes, oriundos de famílias de baixa renda, mas que se destacam pela dedicação e desempenho escolar.

A realidade mostra que, sem suporte financeiro, boa parte desses alunos abandonaria os estudos ao concluir o ensino fundamental, poucos deles terminariam o ensino médio e raros seriam os graduados numa universidade, realidade que demonstra uma perda irreparável de talentos no Brasil, por simples falta de apoio.

O Bom Aluno, além de proporcionar a oportunidade de conquistarem seu lugar na sociedade, desenvolve nos alunos um sentimento forte de cidadania e de compromisso com o Brasil.

O seu objetivo é o de promover a melhoria social de bons estudantes, de famílias de baixa renda, por intermédio do desenvolvimento educacional e profissional. Na sua operacionalização, a seleção é feita na 5ª ou 6ª séries do Ensino Fundamental de escolas públicas, para ingressarem no Bom Aluno a partir da 6ª ou 7ª séries. Os alunos devem preencher os seguintes requisitos: apresentarem baixa renda; demonstrarem interesse pelos estudos, além do comprometimento da família; notas mínimas de 7,0 (sete) em todas as matérias; um mínimo de 90% de frequência escolar.

Seguindo a regulamentação do Programa, os alunos recebem uniforme, material escolar, transporte, aulas de inglês e espanhol (com possibilidade de estágio no exterior para ganhar fluência em língua estrangeira), computação e outros cursos profissionalizantes, além de auxílio alimentação, apoio pedagógico e psicológico.

O Programa tem proporcionado a estudantes oriundos de famílias de menor renda meios para que possam continuar estudando, da 6ª série do Ensino Fundamental à Universidade, incluindo a Pós-Graduação, realizando, assim, a verdadeira transformação social.

Com o apoio de aulas especiais de idiomas, orientação pessoal e vocacional, entre outras habilidades oferecidas, têm se destacado em todos os níveis – dos bancos escolares à relação com suas famílias e comunidade, da prática de estágios ao exercício profissional. Um exemplo: os bons alunos vêm obtendo 100% de aprovação nos vestibulares. Hoje são mais de 1000 Bons Alunos em todo o País, somando as seis franquias sociais implantadas por empresas em diversas cidades brasileiras.



## **Grupo Escoteiro Guardião das Águas**

A criação do Grupo Escoteiro Guardião das Águas, fundado oficialmente em 12 de outubro de 2004, Dia da Criança e da Padroeira do Brasil, Nossa Senhora Aparecida, em cerimônia de juramento assistida por centenas de pessoas, entre autoridades estaduais e federais, está sendo mais um maneira de cumprir com o quinto BS compromisso da Colway – o do Desenvolvimento da Cidadania. Os dirigentes da empresa mantenedora e da agremiação escoteira têm a meta de alcançar o número de mil integrantes, incluindo uma inédita unidade montada para 50 cavaleiros.

## **Cidade Mirim de Piraquara**

Somando-se aos demais instrumentos que já são utilizados pela BS Colway Pneus para o desenvolvimento da cidadania, este projeto ousado vai atender a mais de seis mil crianças de 7 a 10 anos, da 1ª à 4ª Série do Ensino Fundamental.

Em uma área de 50 mil m<sup>2</sup>, a cidade está nascendo, em parceria com o Grupo de Ensino Opet, com a construção de 2 mil m<sup>2</sup>, sempre na escala da criança, com casas, bancos, prefeitura, fórum, câmara municipal e comércio, para o aprendizado da convivência e da prática política.

## **Programa Pleno Emprego**

O principal fundamento do Programa Pleno Emprego vincula-se ao seguinte questionamento: Como pensar em qualidade de vida, quando a maioria dos trabalhadores brasileiros convive com o desemprego? A resposta dos dirigentes da BS Colway é a redução da jornada de trabalho, segundo eles, a única forma eficaz de alcançar o pleno emprego no Brasil, além de gerar benefícios sociais, sinergia e ganhos de produtividade nas empresas. A partir de 2000, a BS Colway Pneus reduziu a jornada de trabalho de seus funcionários de 44 para 36 horas semanais, sem reduzir salários.

O impacto do programa revela-se na análise da progressão do número de empregos gerados após a adoção do PEPE: em 2003, a empresa contava com 495 funcionários. No ano de 2004, esse número subiu para 790, e em 2005 já são quase 1.075 funcionários. Isso significa a geração de 580 empregos adicionais em três anos, atendendo assim ao crescimento na venda dos pneus BS Colway.

## **Programa Rodando Limpo**

Ao cumprir sua obrigação ambiental, coletando e destruindo, de forma ambientalmente correta, pneus inservíveis jogados na natureza, a BS Colway Pneus realizou o Programa Rodando Limpo – Mutirão para Erradicar a Dengue – em parceria

com a Votorantim, Governo do Paraná, Prefeituras e Associações Comerciais, ajudando a gerar trabalho digno para mais de seis mil coletadores de papel, elevados à condição de agentes de saúde e do meio ambiente.

Trata-se de uma iniciativa de responsabilidade social para dar destinação ambientalmente adequada aos pneus inservíveis, nos quais se acumula água propícia ao mosquito transmissor da dengue e febre amarela urbana, em virtude de os coletadores estarem tirando os pneus velhos de circulação e, com os pneus, os mosquitos transmissores da dengue. Essa atitude está fazendo do Paraná o campeão na redução do número de casos autóctones de dengue. “O Paraná reduziu os casos de dengue em praticamente 100% e a BS Colway, paranaense e brasileira, foi decisiva para essa conquista, fazendo os pneus velhos sumirem do meio ambiente”, afirma o governador Roberto Requião, referindo-se ao programa Rodando Limpo. O governador Roberto Requião afirma que está apoiando a luta da empresa paranaense BS Colway para obrigar as multinacionais de pneus Bridgestone/Firestone, Goodyear e Pirelli a cumprirem a legislação brasileira de responsabilidade de pós-consumo.

Em anúncio que começou a ser veiculado nas redes nacionais de televisão, Requião trata da denúncia feita pelo empresário paranaense Francisco Simeão, dono da BS Colway, ao Ministério Público Federal, contra os presidentes das multinacionais e também o do Ibama, que deveria fiscalizá-las.

Sobre a campanha de televisão, o empresário, também presidente da Abip (Associação Brasileira da Indústria de Remoldados), diz que ela vai continuar durante 52 semanas, com depoimentos de governadores, senadores e outras autoridades de todo o Brasil. O objetivo é colocar a opinião pública na luta pela manutenção e cumprimento da lei (BS COLWAY, 2006).

## CONCLUSÃO

Pode-se dizer hoje que não é mais suficiente que a empresa faça “bem” o seu negócio; é necessário que a empresa faça “o bem” junto com o seu negócio.

A responsabilidade social, a filantropia, a caridade, a solidariedade fazem parte do cotidiano das pessoas e das empresas. No presente trabalho, a abordagem foi feita pela ótica das empresas.

O presente trabalho se propôs a estudar e analisar a importância da responsabilidade social para implementação do marketing social nas organizações, à luz do arcabouço teórico a ser pesquisado, comparando aos modelos de gestão adotados

por outras empresas que estão buscando ser socialmente responsáveis e comparando também com outras empresas do mesmo setor, além de evidenciar alternativas para a atuação social e para a gestão da responsabilidade social da empresa.

As empresas estão começando a perceber que para serem lucrativas e eficientes, com longevidade, terão que ser eficientes também quanto à gestão de sua responsabilidade social.

É necessário aprender com a experiência internacional e criar soluções locais, calcadas em valores fundamentais de cada sociedade, de cada comunidade. A gestão da responsabilidade social não é considerada, pela maior parte das empresas, como uma das áreas a ser administrada e não existe preocupação com a gestão da responsabilidade social corporativa, como também o empresariado brasileiro ainda não dedica sua atenção para a criação e administração dessa área.

Na empresa estudada no case, a questão da responsabilidade social é bem difundida por seus empresários e adotada por seus empregados.

Quanto ao marketing social, embora o conceito ainda não seja muito conhecido, a influência da responsabilidade para sua concretização do marketing social é fundamental. Para tanto, é preciso que profissionais de marketing se especializem, divulguem as teorias e as apliquem nas empresas brasileiras.

Tendo por base este estudo, pode-se afirmar que a responsabilidade social está predominantemente direcionada a uma atitude e a um comportamento empresarial ético e responsável.

## REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. e CARDOSO, A. J. G. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BS COLWAY PNEUS. Disponível em: <<http://www.bscolway.com.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2006.

BS COLWAY PNEUS. Programa Rodando Limpo. Disponível em: <[http://rodandolimpo.locaweb.com.br/site/brasil/bra\\_noticiasler.php?id=57](http://rodandolimpo.locaweb.com.br/site/brasil/bra_noticiasler.php?id=57)>. Acesso em: 18 abr. 2006.

DE LUCA, M. **Demonstrações do valor adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

DRUCKER, P. **Administrando para o futuro**. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

HOOLEY, G. J. **Estratégias de marketing e posicionamento competitivo**. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas**: a contribuição das universidades. São Paulo: Ethos, 2003. V.II.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas**: a contribuição das universidades, V. III. São Paulo: Ethos, 2004.

KOTLER, P. **Marketing**. São Paulo: Atlas, 1986.

MELO NETO F. P. de; FROES, C. **Responsabilidade e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

PONCHIROLI, Osmar. **Capital humano**. Curitiba: Juruá, 2005.

SILVA, E. L. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 2.ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.120p.

SROUR, H. R. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

SUCUPIRA, J. **A responsabilidade social das empresas**. Disponível em: <[www.lbase.org.br](http://www.lbase.org.br)>. Acesso em: 07 jun. 2002.

WEINREICH, N. K. **Hands-on social marketing**. London: Sage-UK,1999.

## SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA E DESENVOLVIMENTO LOCAL: CRITÉRIOS PARA EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS

---

Melissa Formighieri de Souza\*  
Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Angelise Valladares

### RESUMO

A diversidade, como fonte de vantagem competitiva, está vinculada aos princípios de responsabilidade social nas empresas. O objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar os principais critérios adotados para a premiação das empresas que adotam ações voltadas para a responsabilidade social, bem como apresentar um exemplo de uma empresa inclusiva. Para tanto, esta investigação inspira-se no foco das questões relacionadas ao trabalhador com deficiência, considerando-se a concepção de diversidade e a legislação referente ao tema. Esses conteúdos contribuem, com certeza, para a divulgação e o aprimoramento de estratégias com foco na sustentabilidade corporativa e no desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** responsabilidade social; empresas socialmente responsáveis; pessoa com deficiência.

---

\* Acadêmica do 3º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

Em uma sociedade globalizada, em que predominam as novas tecnologias da produção, da informação e da comunicação, a responsabilidade social das organizações assume papel de destaque quando desafia as empresas por todo o mundo a refletirem sobre novas responsabilidades não abordadas em uma perspectiva tradicional.

Os compromissos dos homens de negócio não mais se restringem ao âmbito econômico centrado na minimização dos custos e na maximização dos lucros. Numa organização em que a riqueza das pessoas e das empresas flui, instantaneamente, em redes de relações abstratas, além de atender às exigências dos acionistas e/ou sócios quotistas, os gestores são requeridos a priorizar formas alternativas para promover o bem-estar da sociedade como um todo (KARKOTLI e ARAGÃO, 2004).

De modo geral, pode-se afirmar que, embora não se admita que a responsabilidade sobre os problemas sociais seja da sociedade, nem haja consenso a respeito dos limites para as ações desenvolvidas pelos novos atores que configuram o cenário do voluntariado e investimento social privado, indiscutivelmente, há sérios impulsos no sentido de ajudar.

A inserção da pessoa com deficiência no mercado de trabalho sempre foi uma questão delicada a ser tratada pelas empresas. O empresário luta para a sobrevivência do empreendimento em um ambiente exigente por produtividade e eficiência em face de uma concorrência cada vez mais acirrada.

Tal fato aumenta a relutância das empresas em admitirem empregados com deficiência, em seus quadros funcionais, mesmo com todo o arcabouço de normas protetoras do trabalho. Cabe, então, melhor discernir a precipitada idéia de que o trabalhador deficiente não manteria o mesmo desempenho de outro trabalhador, uma vez que tal idéia ainda persiste nos meios empresariais.

As corporações que adotaram a responsabilidade social na gestão dos negócios e possuem políticas claras voltadas para a diversidade, cumprindo a Lei de Cotas, por exemplo, respeitam o ser humano. Elas enxergam o seu potencial e valor mais do que suas limitações físicas, sensoriais ou mentais. Sendo assim, são altamente beneficiadas: o clima organizacional torna-se mais humano, as pessoas produzem mais e a rentabilidade sobre o patrimônio investido aumenta, favorecendo os acionistas.

As práticas socialmente responsáveis que imprimem valor ao potencial humano nas empresas são fomentadas por premiações veiculadas pela mídia. É uma forma de favorecer o progresso na pauta de discussões dos empresários sobre a inclusão social das pessoas com deficiência.

O objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar os principais critérios adotados para a premiação das empresas realizadoras de ações voltadas para a responsabilidade social, bem como apresentar um exemplo de uma empresa inclusiva. Nesse sentido, esta investigação inspira-se no foco das questões relacionadas ao trabalhador com deficiência, considerando-se a concepção de diversidade e a legislação referente ao tema.

Para tanto, com base em pesquisa bibliográfica, leitura interpretativa e análise documental foram paralelamente consultadas as principais normas jurídicas que disciplinam o direito ao trabalho da pessoa com deficiência. Espera-se, com este estudo, fornecer algum subsídio para reflexão da comunidade acadêmica e empresarial sobre a importância da inclusão das pessoas com deficiência no mundo do trabalho.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O mercado de trabalho é marcado pela presença de uma população ativa diversificada em termos de seus traços constitutivos, seus valores, seus modos de vida, suas aspirações e sua concepção de mundo. A diversidade valoriza a diferença entre pessoas ou grupos como um valor positivo decisivo para a integração social. Para Bellan (2002), o acesso das pessoas ao mundo do trabalho contribui para o desenvolvimento da produtividade nas empresas.

A noção de diversidade como um valor nas relações humanas é resultado da busca de oportunidades iguais e respeito à dignidade de todas as pessoas, um princípio básico de cidadania, que visa assegurar a cada pessoa condições de pleno desenvolvimento de seus talentos e potencialidades. É, portanto, “[...] uma meta a ser buscada e praticada coletivamente por cidadãos, instituições, governos e comunidades, como uma responsabilidade social compartilhada” (ETHOS, 2000, p.150).

À medida que os programas de diversidade fortalecem a promoção da igualdade de oportunidades, a empresa percebe outras vantagens: um desempenho financeiro fortalecido, a rotatividade de mão-de-obra reduzida, a maior produtividade, aumento de satisfação dos empregados nas atividades profissionais, menor vulnerabilidade das empresas face às leis trabalhistas, valorização da imagem empresarial junto aos consumidores e opinião pública em geral, assim como o reconhecimento adequado do desempenho e do potencial dos trabalhadores.

A diversidade, como fonte de vantagem competitiva, está vinculada aos princípios de responsabilidade social. As empresas que permitem sua prática no ambiente de trabalho percebem muitos benefícios. Nesse sentido, “a organização que reflete a

diversidade existente na composição dos seus clientes e mercados ganha *status* de competitividade” (ETHOS, 2000, p.35).

As pessoas com deficiência consideram importante que as outras pessoas ditas ‘normais’, com as quais convivem, tenham melhor esclarecimento, sobre as suas reais condições e necessidades. Frequentemente, essa percepção acentua concepções falsas e preconceituosas a respeito da sua condição de vida, ao invés de se pautar em constatações sobre as suas reais extensões das limitações físicas, sensoriais ou mentais.

De fato, “a deficiência é uma questão eminentemente social, que transfere a responsabilidade pelas desvantagens dos deficientes das limitações corporais do indivíduo para a incapacidade de a sociedade prever e ajustar-se à diversidade” (SOUZA, 2004, p.8).

Existe uma exacerbada fixação nos atributos e não no ser humano. Nesses termos, os deficientes tendem a ser julgados como incapazes de ter responsabilidade com os rumos da própria vida.

Para Neri (2003), a inclusão trabalhista é um requisito básico para o objetivo maior que é a integração do deficiente na sociedade. É o favorecimento da convivência de alguém tido como diferente dos demais membros da sociedade, tidos como supostamente iguais. Nesse processo, o deficiente, por seus próprios meios e esforços, busca integrar-se à sociedade, que o recebe sem ter se preparado para tanto.

Já no conceito de inclusão social, a sociedade se prepara e se modifica para receber a pessoa portadora de deficiência, em todas as áreas do processo social - educação, saúde, trabalho, assistência social, acessibilidade, lazer, esporte e cultura.

Reflexos negativos são sentidos pelos deficientes, quando a repulsa individual toma corpo de repulsa social. A melhor forma de convivência é a aceitação de todos de suas peculiaridades e a demonstração do seu valor pessoal e a superação da concepção de que a realização humana só é possível pela beleza, estatura, forma física, subjugando as demais características humanas. Segundo Pastore (2000), as pessoas com deficiência procuram o isolamento da sociedade, como subterfúgio ante o cenário de depreciação da sua condição diferenciada.

A empresa como unidade produtiva que visa ao lucro ainda questiona a empregabilidade desse grupo de pessoas por temer que haja diminuição em sua lucratividade. Essa situação sinaliza a falta de conhecimento aliada ao preconceito que impede o aproveitamento ou a empregabilidade dos trabalhadores e das trabalhadoras com deficiência.



### 3 ORIGENS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

A identificação da deficiência como uma inadequação da sociedade para a inclusão de todos os cidadãos motivou a adoção, pelo Estado, de políticas públicas específicas. Dessa forma, as empresas foram orientadas a se posicionarem perante as pessoas com deficiência, para que as condições de acessibilidade, trabalho e dignidade fossem asseguradas.

O planejamento e a avaliação de todas as tarefas a serem desempenhadas pelos empregados em uma organização podem revelar a existência de muitos postos de trabalhos que sejam adequados às pessoas com deficiência. Nesses casos, a lucratividade da empresa não é afetada, ao contrário, ganha vantagem competitiva pelo fortalecimento da sua imagem corporativa. A inclusão de deficientes nos quadros funcionais deve estar na pauta dos homens de negócio que planejam ações estratégicas voltadas à conquista da confiança dos consumidores nos anos vindouros.

A percepção de que a responsabilidade social empresarial deve anteceder a realização do lucro começou a ser construída a partir da década de 1960, quando se passou a sentir, de maneira contundente, a pressão que a sociedade civil poderia exercer sobre os negócios. Notou-se que as empresas eram suscetíveis e dependentes das relações com outras organizações, tais como: os sindicatos, as associações, o movimento de consumidores, o próprio Estado, entre outros, o que modificou a forma, as regras e os papéis desempenhados por essas instituições em geral.

Os anos da década de 1970 tornaram mais consciente a percepção das empresas como atores dinâmicos e dependentes das relações estabelecidas com os demais segmentos da sociedade. Como resultado desse processo, organizações internacionais aprofundaram o debate sobre como lidar com o alcance social das organizações multinacionais.

Durante os vinte anos seguintes, as grandes empresas passaram por uma forte reestruturação dos seus processos ou sistemas produtivos. Diante de uma política neoliberal, a abertura dos mercados facilitou a transferência de empresas multinacionais para os países periféricos, criando uma diversidade de modelos de organizações e tornando seus vínculos com entidades locais ainda mais complexos. Isso acarretou a constatação de que o processo de globalização não era “via de mão única” (INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL, 2004, p.19).

Diante desse contexto, a sociedade civil começou a se organizar e a reivindicar propostas e soluções mais concretas, em defesa de seus direitos e, na década de 1990, foi iniciado um novo posicionamento, principalmente do ponto de vista legal, com uma outra discussão e proposição sobre a responsabilidade social nas empresas.

Colpo (2002) comenta que é preciso entender o conceito de responsabilidade social como o compromisso de cada indivíduo com a qualidade de vida, com a preservação da natureza e com uma sociedade mais justa. Assim, é fundamental que cada líder assuma um papel como cidadão e como dirigente empresarial, cuidando para que os valores políticos e práticas da organização se orientem por uma política de responsabilidade perante toda a sociedade.

Nessa visão de RSE - Responsabilidade Social Empresarial, a principal preocupação volta-se para uma maior operacionalização das práticas sociais, extrapolando a simples filantropia. Portanto, a RSE ultrapassa a geração de empregos, o pagamento de impostos e a implantação de ações filantrópicas isoladas. A responsabilidade social passa a ser considerada um elemento importante para o desenvolvimento dos negócios e para estabelecer relações positivas das empresas com a sociedade.

Segundo o Diretor-Presidente do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Oded Grajew, a RSE passou de filantropia, que é a relação socialmente compromissada com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, organizações públicas e estaduais, como também com o meio ambiente.

Entre os comportamentos socialmente responsáveis, ocupam o topo, como prioridade das empresas, as ações voltadas ao consumidor ou cliente, com destaque para as práticas de fornecimento de notas fiscais e relacionamento pós-venda. Na segunda posição, a relação com os fornecedores, pela adoção de critérios de compras com garantia de procedência lícita e o desenvolvimento de canais de comunicação e negociação com sindicatos de trabalhadores. Na terceira, a preocupação com o meio-ambiente pelo uso otimizado de energia e uso racionalizado de água. E na quarta posição, as empresas beneficiam seu público interno estimulando a participação dos funcionários em congressos e eventos (AKATU, 2005).

As ações de promoção da diversidade étnica, sexual e religiosa dentro da empresa e o desenvolvimento de programas para busca e contratação de ex-presidiários figuram entre as opções menos privilegiadas pelas empresas. Ainda, conforme Akatu (2005), a diversidade no ambiente de trabalho não é prática recorrente nas empresas brasileiras.

Mesmo que a sua prática seja vista como vantagem competitiva e o discurso empresarial em nada a desabone, permanecem muitas barreiras impeditivas da inclusão social dessa parcela da população. Nessas condições, a empresa pode aumentar o leque de atuação de modo a envolver todos aqueles que com ela interagem. São inúmeras as práticas socialmente responsáveis que podem ser implementadas.

Para Melo Neto e Froes (1999), a organização adere à RSE quando busca a qualidade de vida de seus empregados e dependentes, usa o seu poder a fim de mobilizar seus fornecedores e concorrentes para a prática da responsabilidade social, implementa normas de respeito ao consumidor e o sensibiliza para atitudes solidárias, utilizando os espaços de comunicação para transmitir valores e informações de interesse da comunidade, entre outras ações.

## 4 PRINCIPAIS CRITÉRIOS ADOTADOS PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para fundamentar a identificação e análise dos principais critérios adotados para a premiação das empresas que implementam ações voltadas para a responsabilidade social, este capítulo foi dividido em duas partes distintas. Primeiramente, apresenta-se uma breve síntese das normas jurídicas referentes ao direito do trabalho das pessoas com deficiência. Logo depois, são identificados os critérios abordados por publicações da Editora Abril (Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa; 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar), em que estão indicadas as respectivas premiações com representatividade nacional, pelo menos as mais recentes disponíveis na literatura corrente.

### 4.1 Síntese das Normas Jurídicas sobre o Direito do Trabalho

A expressão escolhida pelo legislador para designar a pessoa com deficiência, no texto constitucional, foi *portador de deficiência*, como pode ser observado no artigo 7º, entre outros dispositivos da Lei Maior:

São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social: [...] XXXI – proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do **trabalhador portador de deficiência**“ (PINTO e WINDT, 2006, p.23).

A ausência de definição da palavra deficiência na Constituição Federal delegou às normas infraconstitucionais e a ratificações oriundas de organismos internacionais a conceituação legal do termo.

Para o artigo 1º da Convenção 159 da OIT - Organização Internacional do Trabalho, promulgada pelo Brasil pelo Decreto n.129, de 22 de maio de 1991, a pessoa com deficiência é aquela cuja possibilidade de conseguir e manter um emprego adequado e de progredir, nele, fique substancialmente reduzida devido a uma deficiência de caráter físico ou mental devidamente comprovada (COSTALLAT, 2003).

A integração das pessoas portadoras de deficiência no processo produtivo é um dos maiores obstáculos para a inclusão social. Há ainda preconceitos em relação à sua capacidade contributiva num contexto competitivo que hoje orienta grande parte das empresas. Esse preconceito está relacionado ao desconhecimento acerca das reais possibilidades e limitações do portador de deficiência de se inserir como agente ativo do processo de produção, desde que lhe sejam proporcionadas oportunidades para desenvolver todo o seu potencial.

A Constituição Federal de 1988, ao reservar vagas e proibir a segregação salarial, proíbe qualquer tipo de discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do trabalho para o portador de deficiência. De acordo com Costallat (2003), se, por um lado, a Constituição Federal constituiu reserva de vagas sobre percentual de cargos e empregos públicos (art. 37 inciso VIII); por outro lado, coube, à iniciativa privada, a obediência da Lei n.º 8.213/91 – que cuida do sistema de previdência social – assegurar em favor dos beneficiários reabilitados, ou das pessoas com deficiência, vagas para trabalho.

A Lei n.º 8.213/91, no artigo 93, obriga a reserva de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos cargos de trabalho para pessoas deficientes habilitadas e/ou beneficiários reabilitados, em empresas com mais de 100 empregados, nas seguintes proporções: até 200 empregados, obrigatoriedade da reserva de 2% (dois por cento) das vagas de trabalho; de 201 a 500, reserva de 3% (três por cento); de 501 a 1000, reserva de 4% (quatro por cento) e de 1001 em diante, reserva de 5% (cinco por cento) das vagas.

A par da legislação protetiva dos direitos dos deficientes percebe-se que a dificuldade de participação dos deficientes no mercado de trabalho brasileiro efetivamente não tem decorrido da falta de normatização e/ou de fiscalização, mas, sobretudo, pela carência de ações efetivas, estímulos e instituições que concretamente viabilizem a formação, a habilitação, a reabilitação e a inserção dos deficientes no mundo laboral.

A absorção dos deficientes no mercado de trabalho exige um conjunto de forças que supera o mero direito, garantido pela lei civil que busca banir a discriminação. A imposição da lei sem qualquer esforço de conscientização do empresariado pode gerar subterfúgios para que ele não empregue ou, quando seja obrigado a fazê-lo, para cumprimento de uma sanção, marginalize o deficiente no local de trabalho e crie contra ele um estigma mais forte do que sofria antes da contratação (PASTORE, 2000).

## 4.2 Critérios de Premiação de Empresas para a Responsabilidade Social

O direito ao trabalho é importante para todo o ser humano que deseje estar integrado na comunidade onde vive. A valorização das empresas que praticam ações socialmente responsáveis revela-se um importante diferencial nesses tempos de

concorrência acirrada. Nesse sentido, incluir uma pessoa com deficiência, no mundo do trabalho, deve ocupar lugar de destaque na pauta dos homens de negócios.

Os principais critérios adotados para a seleção e premiação das empresas ‘modelo de responsabilidade social’ e dos projetos sociais em destaque são: (a) valores e transparência; (b) funcionários e público interno; (c) meio ambiente; (d) fornecedores; (e) consumidores e clientes; (f) comunidade; (g) governo e sociedade.

As empresas inscritas respondem a um questionário que aborda essas temáticas cuja inspiração remonta aos indicadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Com base na análise conjunta das respostas das empresas aos critérios e de suas práticas de gestão, são selecionados “casos de companhias que se destacam dentro do conceito de responsabilidade social” (EXAME, 2004, p.10).

Mais especificamente sobre o direito ao trabalho das pessoas com deficiência, os critérios identificados em vários periódicos especializados fazem parte da designação denominada de ‘Projetos Sociais de Destaque’. Os projetos sociais apoiados e/ou desenvolvidos pelas organizações empresariais em outras categorias também são abordados, como por exemplo: (a) educação; (b) saúde; (c) criança e adolescente; (c) cultura; (d) meio ambiente; (e) geração de renda; (f) financiamento de projetos.

Faz-se relevante destacar ainda que, em ambas as publicações, destacam-se as iniciativas desenvolvidas no Estado de São Paulo. No entanto, no Estado do Paraná, não foi identificado qualquer tipo de prática de gestão voltada para a empregabilidade de deficientes.

As iniciativas empresariais são analisadas, de acordo com alguns outros critérios de premiação específicos, conforme indicado no quadro 1, apresentado a seguir.

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Quantidade de pessoas beneficiadas</li><li>▪ Resultados atingidos pelo projeto</li><li>▪ Inovação na proposta</li><li>▪ Regularidade do projeto</li><li>▪ Possibilidade de multiplicação da ação</li><li>▪ Preocupação com as demandas das populações atingidas</li><li>▪ Participação dos funcionários da empresa</li><li>▪ Avaliação dos resultados atingidos</li><li>▪ Articulação de parcerias com governos, entidades e outras empresas</li><li>▪ Impacto em políticas públicas</li></ul> |
|--|

QUADRO 1 - CRITÉRIOS DE SELEÇÃO PARA PROJETOS SOCIAIS

FONTE: Exame (2004, p.11)

As empresas que apóiam ou desenvolvem projetos sociais são julgadas por um corpo de jurados especialistas em investimento social privado e outros especialistas atuantes no Terceiro Setor. Segundo consta na Revista Exame (2004), os jurados selecionam apenas um destaque para cada categoria abordada pela publicação.

Uma vez que a responsabilidade social começa a ser tratada como forma de gestão nos negócios e não apenas como desenvolvimento pontual de ações para a comunidade, todo o ambiente organizacional passa a ser beneficiado. Os reflexos dessa melhora substancial do relacionamento da empresa com o seu meio tornam a gestão de pessoas mais humanitária e receptiva aos anseios e às necessidades dos empregados, clientes, consumidores e comunidade em geral.

No Guia Exame Boa Cidadania Corporativa (2004), foram premiadas trinta e cinco empresas que apóiam ou desenvolvem ações para pessoas com deficiência, em projetos sociais, por meio de parcerias e voluntariado. Cabe ressaltar que as iniciativas que visam à inclusão, no mundo do trabalho, das pessoas com deficiência, no sentido de efetiva contratação pelas empresas destacadas na publicação, representam a minoria das iniciativas.

As empresas que adotam uma gestão socialmente responsável voltada para o cultivo da diversidade no ambiente de trabalho, mediante a contratação de deficientes se beneficiam do ambiente organizacional mais propício à produtividade e humanização das relações. Mas as vantagens continuam no campo financeiro, porque uma equipe satisfeita e motivada supera desafios e alcança metas com mais facilidade. Os frutos logo surgem e beneficiam a todos, inclusive aos investidores e acionistas.

Contudo, de maneira geral, observa-se que as empresas concentram ações nos mais diversos aspectos que envolvem as pessoas com deficiência, como, por exemplo, apoio financeiro e capacitação em gestão de associações beneficentes, segurança alimentar, geração de renda, incentivo à prática de esportes, prevenção e tratamento de doenças incapacitantes, acessibilidade dos cadeirantes aos pontos de venda, entre outros.

De todas as empresas indicadas, apenas dez efetivamente possuem programas formais de inclusão ou de contratação de pessoas com deficiência em seus quadros funcionais.

EMPRESAS	PROJETOS
Banco Itaú	▪ Contratação de Pessoas com Necessidades Especiais, em São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ).
Banco Votorantin	▪ Inserção de Pessoas Portadoras de Deficiências no Mercado de Trabalho, em São Paulo (SP).
Editora Abril	▪ Talentos Especiais, em São Paulo (SP).
Mundo Verde	▪ Mundo Verde Apae – Inclusão para o Trabalho, no Rio de Janeiro (RJ) e em Salvador (BA).
Orsa	▪ Inclusão Profissional e Social de Portadores de Deficiência por meio do Trabalho, em Paulínia (SP).
Siemens	▪ Dominó – Programa de Capacitação de Portadores de Deficiência, em São Paulo (SP) e Jundiaí (SP).
Telerrig Celular	▪ Inclusão de Portadores de Necessidades Especiais, em Belo Horizonte (MG).
TWB Automotive	▪ Inclusão de Portadores de Necessidades Especiais no Mercado de Trabalho, em Limeira (SP) e Engenheiro Coelho (SP).
Unimed Vitória	▪ Unidos, em Vitória (ES).
Xerox	▪ Operação para Promoção da Empregabilidade de Portadores de Necessidades Especiais, em Manaus (AM).

QUADRO 2 - PROJETOS SOCIAIS DE CONTRATAÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA  
 FONTE: Exame (2004, p.152-154)

## 5 EXEMPLO DE UMA EMPRESA INCLUSIVA

Este capítulo aborda um exemplo de empresa que valoriza a diversidade no ambiente de trabalho por meio da inclusão de pessoas com deficiência em seu quadro funcional. Tendo por base o confronto de dados, é possível desmentir alegações que colocam obstáculos à plena inclusão do deficiente no mercado de trabalho e correlacionar à prática de ações socialmente responsáveis e ao nível de satisfação no relacionamento entre empregados e empregadores.

A Telemig Celular Participações S.A. é a controladora da Telemig Celular S.A., que é líder de mercado na prestação de serviço móvel celular no Estado de Minas Gerais, com uma participação estimada de 48% (quarenta e oito por cento) no mercado daquela região. A Empresa encerrou o ano de 2004 com uma receita líquida total de R\$ 1,2 bilhão (um bilhão e dois milhões de reais); e de LAJIDA (lucro, antes de juros, impostos, depreciação e amortização) no valor de R\$ 478,9 milhões (quatrocentos e setenta e oito milhões e novecentos mil reais). Além disso, conta com uma base de dois milhões e oitocentos mil clientes (TELEMIG CELULAR, 2006b).

A Telemig Celular desenvolve um programa de diversidade que visa oferecer oportunidades em iguais condições para as pessoas que buscam inclusão no mercado de trabalho, independentemente de raça, cor, sexo, orientação sexual, nacionalidade, condição socioeconômica ou idade. Nesse ponto, destaca-se o projeto Inclusão de Portadores de Necessidades Especiais, que visa resgatar socialmente pessoas portadoras de necessidades especiais, difundindo a sensibilização entre os funcionários para a aceitação da diversidade (TELEMIG CELULAR, 2006a).

A operacionalização contou, inicialmente, com o auxílio de fornecedores e instituições especializadas para que fosse possível um levantamento dos perfis de cargo e método adequado de seleção. A admissão das pessoas com deficiência conta com uma palestra dirigida aos funcionários que passarão a conviver com os ingressantes. Logo que é admitida, a pessoa passa por um treinamento introdutório seguido de uma reunião que envolve todos os integrantes da equipe da área para a apresentação dos projetos e trabalho desenvolvidos no setor. Não há diferenciação de tratamento, benefícios e oportunidades (TELEMIG CELULAR, 2006a).

De acordo com os dados do Balanço Social (2004), a Telemig Celular mantém como profissionais pessoas com deficiência atuando no Centro de Relacionamento com Clientes, nos locais de venda e nas áreas de Recursos Humanos, Logística e Finanças. Os indicadores de desempenho social, constantes do relatório anual da empresa para o ano de 2004, revelam os dados sobre o emprego de pessoas com deficiência, como apresentado no quadro 3.

EMPREGADOS	ANO	
	2004	2003
Número de empregados	2.126	1.982
Pessoas com deficiência	53	88
Percentual do total de empregados	2,49%	4,44%

QUADRO 3 - COMPARATIVO ENTRE NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS E OCUPAÇÃO DE VAGAS POR PESSOAS COM DEFICIÊNCIA - 2004

FONTE: Relatório Anual on line (2004, p.1).

Premiada no quesito contratação de pessoas com deficiência por publicações especializadas, a empresa descreve como característica do projeto “[...] preencher no mínimo 5% da equipe da empresa (o dobro do exigido por lei) com portadores de deficiência, implantando uma cultura de aceitação da diversidade” (EXAME, 2004, p.154).

A Telemig Celular, em 2003, foi considerada uma das melhores empresas para se trabalhar. Além disso, foi a única empresa – das premiadas pelas empresas que apóiam ou desenvolvem projetos sociais voltados ao trabalho da pessoa com deficiência – a citar o cumprimento da Lei de Cotas na descrição da sua iniciativa (EXAME, 2004). Dessa forma, é possível vislumbrar a relação entre rentabilidade do patrimônio, em 2004, superior à média, atrelada à valorização do capital humano e à adoção de práticas de gestão de responsabilidade social na capacitação e inclusão de deficientes.

A adoção pela empresa de políticas de contratação voltadas para a diversidade no ambiente de trabalho reflete-se positivamente no relacionamento com os funcionários, como transcrito a seguir: “[...] fica evidente o orgulho que têm de estarem na organização, fazerem o que gostam, serem respeitados e valorizados primeiro pelo que são e, depois, pelo que dão de retorno” (EXAME, 2004, p.18).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inclusão da pessoa com deficiência no ambiente de trabalho é um ponto delicado a ser tratado pelas empresas. Existe relutância das empresas à admissão desse contingente de pessoas mesmo à revelia de todo arcabouço de normas protetoras do direito ao trabalho. A Lei de Cotas (Lei n. 8.213/91) é uma das que, se cumprida integralmente, proporcionariam dignidade e integração no trabalho.

A sociedade contemporânea exige, cada vez mais, que as empresas pratiquem comportamentos socialmente responsáveis, ou melhor, que, além das funções tradicionais, atuem ativamente para a construção de uma sociedade melhor. A noção



de diversidade como um valor nas relações humanas é resultado da busca de oportunidades iguais e de respeito à dignidade de todas as pessoas. Portanto, precisa ser entendida como: “[...] uma meta a ser buscada e praticada coletivamente por cidadãos, instituições, governos e comunidades, como uma responsabilidade social compartilhada” (ETHOS, 2000, p.150).

Em organizações socialmente responsáveis, com políticas claras de diversidade, a integração ao trabalho de pessoas com deficiências não é sustentada, apenas, pelo cumprimento forçado da lei, mas é efetivada pelo respeito ao ser humano. São grandes os benefícios percebidos como a humanização nas relações.

As pessoas com deficiência representam uma parcela importante da população capaz de contribuir com seu trabalho para o progresso da sua vida e da comunidade na qual estão inseridas. A sociedade as marginaliza pela incapacidade de separar a limitação física, sensorial ou mental do ser humano. Acredita-se que a valorização das pessoas deve anteceder a fixação de seus atributos.

Os meios de comunicação exercem papel significativo na disseminação das vantagens mensuráveis e não-mensuráveis auferidas por práticas socialmente responsáveis. Dois exemplos são o ‘Guia Exame Boa Cidadania Corporativa’ e as ‘150 Melhores Empresas para Você Trabalhar’, ambos publicados pela editora Abril Cultural. A primeira trata da disseminação de práticas de gestão socialmente responsáveis. A segunda revista divulga as empresas que mais se destacam no cenário nacional.

A dupla premiação da empresa do setor de telecomunicações Telemig Celular confirma a concepção de que a prática de políticas inclusivas, notadamente a de pessoas com deficiência, traz benefícios para a organização. A humanização das relações entre os funcionários e a empresa resultou no seu reconhecimento como uma das melhores empresas para se trabalhar, no ano de 2003. Indubitavelmente, essa situação proporcionou visibilidade imediata e melhora na imagem corporativa. Portanto, pode-se inferir que a adoção de políticas voltadas à diversidade constitui-se em vantagem competitiva em longo prazo.

## REFERÊNCIAS

- AKATU. INSTITUTO AKATU PELO CONSUMO CONSCIENTE. **Pesquisa responsabilidade social empresarial**: o que o consumidor consciente espera das empresas. São Paulo: Ethos, 2005.
- BELLAN, Ana Clara. Diversidade e discriminação. In: DIAS, Jussara; FREIRE, Lucienne (Orgs.). **Diversidade – avanço conceitual para a educação profissional e o trabalho**: ensaios e reflexões. Brasília: OIT, 2002. p.15-24.
- COLPO, Caroline Delevati. **Ações de responsabilidade social nas empresas privadas brasileiras**. 2002. Monografia (Curso de Comunicação Social) – Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2002.
- COSTALLAT, Fernanda Lavras. **O direito ao trabalho da pessoa deficiente**: manual de orientação; legislação e jurisprudência. Campinas: Fundação Síndrome de Down, 2003.
- ETHOS. INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Como as empresas podem e (devem) valorizar a diversidade**. São Paulo: Ethos, 2000.
- EXAME. **Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa**. São Paulo: Abril Cultural, v.833, n.25, ano 38, dez. 2004.
- EXAME. GUIA EXAME. VOCÊ S.A. **As melhores empresas para você trabalhar**. São Paulo: Abril Cultural, 2003.
- IOS. INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL. **Responsabilidade social e empresarial**: perspectivas para a ação sindical. Florianópolis: IOS, 2004.
- KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social**: uma contribuição à gestão transformadora das organizações. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- NERI, Marcelo. **Retratos da deficiência no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV/IBRE; CPS, 2003.
- PASTORE, José. **Oportunidades de trabalho para portadores de deficiência**. São Paulo: LTr, 2000.
- PINTO, Antonio Luiz de Toledo; WINDT, Márcia Cristina Vaz dos Santos; CÉSPEDES, Livia. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 38. ed. atual. São Paulo: Saraiva, 2006. (Coleção Saraiva de Legislação).
- SOUZA, Marcelo Medeiros Coelho de. A nova maneira de se entender a deficiência e o envelhecimento. In: \_\_\_\_\_. **Texto para discussão nº 1040**. Brasília: IPEA, 2004.
- TELEMIG CELULAR. BALANÇO SOCIAL 2004. Disponível em: <[http://www.telemigholding.com.br/telemig/portugues/relatorio\\_anual/2004/port/download/Telemig\\_BS2004.pdf](http://www.telemigholding.com.br/telemig/portugues/relatorio_anual/2004/port/download/Telemig_BS2004.pdf)>. Acesso em: 14 jul. 2006a.
- TELEMIG CELULAR. RELATÓRIO ANUAL ONLINE 2004. Disponível em: <[http://v2.telemig.infoinvest.com.br/stat/ri\\_relatorios.asp](http://v2.telemig.infoinvest.com.br/stat/ri_relatorios.asp)>. Acesso em: 14 jul. 2006b.

## CONTABILIDADE AMBIENTAL: O PASSAPORTE PARA A COMPETITIVIDADE

---

Tainan de Lima Bezerra\*

Orientador: Prof. Msc. Admir Roque Teló

### RESUMO

Diante da necessidade de preservar e manter o ambiente natural, as empresas passaram a interagir proativamente com o meio ambiente. Mediante ações socialmente responsáveis, foi possível verificar a mudança, por parte das empresas, nas questões ambientais. Em virtude disso, deparou-se com a necessidade de reconhecer os investimentos em eventos ambientais e, para isso, foi preciso inserir na contabilidade a variável ambiental. O plano de contas foi implementado com contas de ativo, passivo, receitas e despesas ambientais, tais como: auditoria ambiental, venda de resíduos reciclados e redução de matéria-prima, água ou energia.

**Palavras-chave:** receita ambiental; despesa ambiental; investimentos em eventos ambientais; responsabilidade social; contabilidade ambiental.

---

\* Acadêmica do 3º ano do Curso de Ciências Contábeis. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

Em tempos de globalização e estudo da economia brasileira, verifica-se a crescente preocupação com a responsabilidade social nas empresas. Devido a essa mudança de foco que, a partir da década de 1990, passou a interagir mais com o ambiente externo, houve a necessidade de mudar a maneira de pensar e agir para atender às necessidades de clientes e fornecedores. O que antes era um produto ou serviço exclusivo passou a ser apenas mais um produto ou serviço, com diversos substitutos ou, no caso dos serviços, com profissionais cada vez mais qualificados.

Destarte, para mudar esse cenário, as empresas passaram a preocupar-se em agregar maior valor ao produto ou serviço, para poder, novamente, ter o consumidor comprando. Estamos vivendo em um mercado, cuja fidelidade do cliente, a cada dia que passa, torna-se mais difícil de ser mantida.

Diante desse fato, as empresas têm-se voltado para problemas que vão além das considerações meramente econômicas, atingindo um aspecto muito mais amplo, que envolve preocupações de caráter político-social, como, por exemplo, proteção ao consumidor, assistência médica e social, defesa de grupos minoritários, controle da poluição, segurança e qualidade de produtos.

Com base nesses acontecimentos, a Contabilidade passou a introduzir em seus procedimentos os fatos socioambientais para que houvesse registros que pudessem gerar informações de quanto e como as empresas utilizam seus recursos financeiros. Entretanto, existem muitas controvérsias sobre as empresas investirem ou não seus recursos financeiros em ações sociais. Alegam elas que pagam impostos, geram empregos, além de muitas delas estarem com dificuldades financeiras, daí o não investimento em ações sociais.

Outro ponto importante a ser mencionado é que as empresas podem ser socialmente responsáveis somente preservando os recursos naturais utilizados em seu processo produtivo como: reciclando seus lixos, não poluindo a água ou não contaminando o ar. Todas essas ações colaboram socialmente para um desenvolvimento sustentável que contribui para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Em virtude de tais premissas, o objetivo desta pesquisa consiste em demonstrar como são registrados contabilmente os fatos sócioambientais, como forma de difundir essa prática ainda pouco utilizada nas empresas brasileiras.

Este trabalho visa verificar e levantar se os fatos ambientais são reconhecidos e contabilizados de forma a atender à necessidade da gestão ambiental das empresas.

Para alcançar esse objetivo, tornou-se necessário também: conceituar contabilidade ambiental, bem como a receita e despesa ambiental, examinar a forma de divulgação e classificação e averiguar os mecanismos de prevenção ambiental como a redução da emissão de resíduos no meio ambiente.

O levantamento dessas informações foi necessário para que a realidade das empresas pesquisadas fosse conhecida.

A pesquisa caracterizou-se como exploratória. Os dados das empresas foram coletados mediante pesquisa bibliográfica junto à internet, legislações, livros e artigos publicados, buscando informações quantitativas e qualitativas. Quanto ao objetivo, configura-se como pesquisa descritiva, que, segundo Andrade (1999, p.17), busca observar, registrar, analisar e interpretar os fatos, sem que haja interferência do pesquisador sobre eles.

## **1 DEFINIÇÃO DE MEIO AMBIENTE**

No momento em que a definição não é distinta, entre autores, a interpretação de cada pessoa torna esse conceito abrangente. O primeiro entendimento está diretamente ligado à natureza. Porém, pode-se entender como meio ambiente o lugar, por exemplo, em que as pessoas trabalham.

De acordo com a Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981 que dispõe sobre a política nacional do meio ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, em seu artigo 3º, inciso I, “entende-se por meio ambiente o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas”.

“Meio ambiente também pode ser definido como o conjunto de elementos bióticos (organismos vivos) e abióticos (energia solar, solo, água e ar) que integram a camada da Terra chamada biosfera, sustentáculo e lar dos seres vivos”. (TINOCO, KRAEMER, 2004, p.35)

Para que o conceito abranja o tema de pesquisa, meio ambiente é definido como sendo o lugar, espaço ou recinto que cerca ou envolve os seres vivos e/ou as coisas.

### **1.1 Conseqüências Ambientais**

Entre os diversos problemas ambientais que causam grandes impactos ao meio ambiente, podem-se mencionar os eventos citados pelos autores Tinoco e Kraemer (2004), Ribeiro (2005), Paiva (2003) e Tachizawa (2004):

- Poluição do ar
- Poluição da água
- Poluição por lixo perigoso e sólido
- Poluição sonora e visual

## 1.2 A Preocupação Ambiental

As discussões acerca da preservação, controle e manutenção do meio ambiente são freqüentes e preocupantes em todo o mundo. A todo o momento, percebem-se campanhas publicitárias, noticiando a preocupação não somente em relação à escassez e desperdício de recursos naturais, mas também à qualidade de vida dos trabalhadores.

De acordo com Tinoco (2004, p.45), a excessiva degradação do meio ambiente e a redução dos recursos naturais têm chamado a atenção em todo o mundo e, com isso, o meio ambiente vem atraindo cada vez mais interesse.

Para Zulauf (1994, p.136), o meio ambiente é um tema cósmico, supranacional, atual e desafiante; sua proteção somente se efetivará se houver profundas modificações comportamentais, portanto, culturais, em todas as sociedades e, se essa ação ocorrer simultaneamente em todas as latitudes e longitudes do planeta. Tal dimensão holística obriga os povos e seus governos a pensarem e planejarem globalmente e a agirem local, porém, disseminadamente.

A preocupação com o meio ambiente também atinge o meio acadêmico que, mediante pesquisas, procura estudar e avaliar as conseqüências dos danos ambientais, a fim de se buscarem soluções para que as empresas e a sociedade possam ter um desenvolvimento com práticas auto-sustentáveis.

## 2 O DIREITO E A LEGISLAÇÃO AMBIENTAL

As leis e os regulamentos ambientais no Brasil estabelecem restrições e proibições relativas a derramamentos e descargas ou emissões de produtos perigosos. Além disso, as operações e empreendimentos que produzem expressivos impactos ambientais exigem avaliações e procedimentos de licenciamentos federais e estaduais.

No Brasil, existem várias normas que versam sobre o meio ambiente e sua preservação, entre as quais podem-se citar:

- Constituição Federal: Capítulo VI, artigo 225, que estabelece a política nacional do meio ambiente;

- Lei 6.938 de 31/08/1981, que dispõe sobre a política, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação;
- Resolução CONAMA nº 237 de 22/12/1997, que dispõe sobre o licenciamento ambiental;
- Resolução CONAMA nº 01 de 23/01/1986, que dispõe sobre a elaboração do Estudo de Impacto Ambiental - EIA e respectivo Relatório de Impacto Ambiental - RIMA;
- Lei de Crimes Ambientais nº 9.605 de 12/02/1998, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente.

Existem algumas normas estabelecidas pelos Estados para o controle e manutenção do meio ambiente, e outras, como a ISO 14000, que dão tratamento diferenciado àqueles que tiverem implantado Sistemas de Gestão Ambiental.

## 2.1 Relatório de Impacto Ambiental - RIMA

O aumento desordenado da população e a velocidade dos avanços tecnológicos das últimas décadas fizeram com que o meio ambiente sofresse grandes impactos ambientais, em especial, nas regiões em que há grande concentração demográfica.

A definição jurídica de impacto ambiental no Brasil vem expressa no art. 1º da Resolução nº. 001, de 23/01/1986, do Conselho Nacional do Meio Ambiente CONAMA, nos seguintes termos:

Considera-se impacto ambiental qualquer alteração das propriedades físicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma ou matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetem: a saúde, a segurança e o bem-estar da população; as atividades sociais e econômicas; a biota; as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos naturais.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p.112), o que caracteriza impacto ambiental não é qualquer alteração nas propriedades do ambiente, mas aquelas que provoquem o desequilíbrio das relações constitutivas do ambiente, tais como as que excedam a capacidade de absorção do ambiente considerado.

Existem vários procedimentos obrigatórios que as empresas devem cumprir antes do início das atividades operacionais, entre os quais o EIA – Estudo de Impacto Ambiental; o RIMA – Relatório de Impacto Ambiental; a AIA – Avaliação do Impacto Ambiental. Todos esses procedimentos estão atrelados inicialmente às exigências estabelecidas por órgãos financiadores, como o Banco Mundial e o Banco Inter-Americano de Desenvolvimento.

## 2.2 Lei de Crimes Ambientais

A Lei 9.605 de 12/02/1998 dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, considera crimes ambientais sujeitos a penalidade os seguintes fatos:

- Crimes contra a fauna: matar, caçar, apanhar, utilizar espécimes da fauna silvestre, nativos ou em rota migratória, sem a devida permissão, licença ou autorização da autoridade competente;
- Crimes contra a flora: destruir ou danificar floresta considerada de preservação permanente, mesmo que em formação, ou utilizá-la com infringência das normas de proteção;
- Poluição e outros crimes ambientais: causar poluição de qualquer natureza em níveis tais que resultem ou possam resultar em danos à saúde humana, ou que provoquem a mortandade de animais ou a destruição significativa da flora, executar pesquisa, lavra ou extração de recursos minerais, sem a competente autorização ou em desacordo com a obtida;
- Crimes contra o ordenamento urbano e o patrimônio cultural: destruir, inutilizar ou deteriorar bem, arquivo, registro, museu, biblioteca, pinacoteca, instalação científica ou similar, alterar o aspecto ou estrutura de edificação ou local, em razão de seu valor paisagístico, ecológico, turístico, artístico, histórico, cultural, religioso, arqueológico, etnográfico ou monumental protegido por lei, ato administrativo ou decisão judicial.

Todos esses crimes são penalizados de acordo com sua gravidade e incidência, sob multa, detenção ou reclusão.

## 2.3 Legislações Estaduais

As legislações estaduais exercem um papel fundamental para o desenvolvimento sustentável de cada região, pois, por intermédio das Secretarias de Meio Ambiente de cada Estado, é possível autorizar, licenciar, fiscalizar e controlar a utilização dos recursos naturais.



### 3 CONTABILIZAÇÃO DE EVENTOS AMBIENTAIS

Este tópico demonstra a forma adequada de registrar os eventos ambientais e o modo que devem ser evidenciados nas demonstrações contábeis.

#### 3.1 Caracterização de Eventos Ambientais

Percebe-se que a Contabilidade Ambiental é pouco utilizada nas empresas, mesmo em se tratando de contexto mundial. Entretanto, uma significativa parcela da classe contábil e gestores empresariais da atualidade têm considerado as questões ambientais, ecológicas e sociais nos sistemas de gestão, o que leva ao reconhecimento de uma Contabilidade Ambiental.

Segundo Tinoco e Kraemer *apud* Bergami Jr (2004, p.63),

[...] a contabilidade financeira ambiental tem o objetivo de registrar as transações da empresa que impactam o meio ambiente e os respectivos efeitos que afetam, ou deveriam afetar, a posição econômica e financeira dos negócios da empresa, devendo assegurar que:

- a) os custos, os ativos e os passivos ambientais estejam contabilizados de acordo com os princípios fundamentais da Contabilidade ou, na sua essência, com práticas contábeis geralmente aceitas;
- b) o desempenho ambiental tenha ampla transparência de que os usuários da informação contábil necessitam.

Tinoco e Kraemer (2004, p.64) afirmam que “essa contabilidade é mais ambiciosa que a contabilidade tradicional, visto buscar as extremidades negativas e registrar, avaliar e divulgar todos os eventos ambientais”.

No contexto, eles consideram eventos e impactos ambientais aqueles relacionados a atividades de diversos setores:

[...] que afetam o patrimônio e a continuidade das empresas, a qualidade de vida das pessoas, da fauna, da flora, dos rios e mares e que, por isso mesmo, precisam ser objeto de registro, acumulação, mensuração, avaliação e divulgação pela contabilidade empresarial (2004, p.61).

Em suma, os eventos ambientais devem ser analisados antecipadamente para que sejam lançados corretamente na contabilidade, caracterizando, desse modo, uma receita ou despesa ambiental.

### 3.2 Divulgação de Eventos Ambientais no Brasil

No Brasil, a divulgação de eventos ambientais ainda é pouco difundida entre as empresas e pelos profissionais da área contábil. Nos últimos anos, o meio acadêmico tem efetuado pesquisas e divulgação de textos nos meios de comunicação, a fim de que se crie a cultura de controle e manutenção ao meio ambiente. Essa preocupação também atinge as instituições governamentais e não-governamentais que promovem campanhas educativas para que as empresas e a sociedade tenham atitudes preventivas, em relação à utilização dos recursos naturais, evitando desse modo sua escassez.

Segundo Paiva (2003, p.55):

[...] cabe à contabilidade o papel de reportar as atividades da empresa por meio dos demonstrativos publicados, relatando inclusive os principais fatos não evidenciáveis nos demonstrativos tradicionais. Para tal, pode lançar mão de veículos de comunicação, como notas explicativas, relatório da administração, ou fazer uso de recursos, como gráficos, tabelas e outros instrumentos que se fizerem necessários [...].

A contabilidade tem o dever de registrar todos os fatos que causam dispêndio financeiro da empresa e evidenciá-los de modo a atender às exigências dos gestores. A sociedade, cada vez mais, deve se preocupar com a maneira com que as empresas desenvolvem seus processos produtivos, a fim de coibi-los, caso esses processos causem impactos ambientais.

### 3.3 Plano de Contas Ambientais

O plano de contas das empresas que necessitam registrar e mensurar eventos ambientais tem que se adequar a tal finalidade de modo a permitir a elaboração de relatórios gerenciais e que seja claro e objetivo para atender aos usuários externos.

Verifica-se no plano de contas ambiental que, para todas as contas sintéticas, existe um grupo de contas analíticas que se destinam a registrar os eventos relacionados ao meio ambiente e percebe-se também a existência de provisões para possíveis danos ambientais. Essas provisões demonstram os possíveis riscos para a empresa e, assim, possibilitam aos gestores e investidores uma visão ampla para analisarem e planejarem futuros investimentos, visando ao desenvolvimento sustentável.

### 3.4 Gastos e Custos Ambientais

A responsabilidade da contabilidade com a questão ambiental pode surgir com o simples registro de gastos com insumos para eliminar/reduzir pequenos focos ambientais prejudiciais no ambiente empresarial, ou, ainda, com aquisições de filtros para coibir emissões de poeira e outros tipos de poluição ambiental.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p.167), o envolvimento da contabilidade pode ocorrer com:

[...] o reconhecimento que uma empresa tem de problemas ambientais que precisam ser revertidos, ou seja, ela gera Valor Adicionado Negativo que se refere ao montante de gastos que as empresas devem realizar para recuperar o meio ambiente que elas degradam. Diante disso, devem-se criar provisões ambientais por meio de lançamentos contábeis em que se lança a débito uma conta de despesa ambiental e a crédito uma conta de provisão para restauração ambiental.

Para Paiva (2003, p.25), “gastos podem ser classificados de duas formas – os que se destinarão e os que não se destinarão à geração de receitas”.

Os gastos destinados a gerar receitas podem ser divididos em gastos ativados e não ativados. Paiva *apud* Horngren, Foster e Datar (1997, p.36) os define da seguinte forma:

Gastos ativados – primeiramente registrados como ativos. Parte-se do pressuposto de que esses gastos trarão benefícios futuros para a empresa [...] Esses gastos são transferidos para despesa à medida que seus benefícios ocorrem. A exemplo disso temos a aquisição de estoques de matéria-prima e equipamentos

Gastos não ativados – são registrados como despesa do período no qual são incorridos. Como, por exemplo, os salários da administração e aluguel.

Os custos ambientais classificam-se em externos e internos. Os custos externos podem incorrer como resultado da produção ou existência da empresa e incluem danos que são pagos a outros como consequência de eventos ambientais, ou seja, danos na propriedade de outros ou danos aos recursos naturais.

Os custos internos são os relacionados diretamente com a linha de frente da empresa e incluem os custos de prevenção ou manutenção.

### 3.5 Ativos Ambientais

Os ativos ambientais são os bens adquiridos pela companhia com a finalidade de controlar, preservar e recuperar o meio ambiente.

As características dos ativos ambientais divergem de uma organização para outra, pois a diferença entre os vários processos operacionais das distintas atividades econômicas deve compreender todos os bens utilizados no processo de proteção, controle, conservação e preservação do meio ambiente.

De acordo com a ONU - Organização das Nações Unidas (2004), os gastos realizados com a intenção de prevenção ou redução de danos ambientais futuros ou conservação de recursos podem ser classificados como imobilizados quando:

- estiverem relacionados com antecipação de benefícios ambientais, extensão da vida útil dos ativos, aumento de capacidade, melhoria de segurança e eficiência dos ativos da organização;

- propiciarem a redução ou prevenção de contaminação ambiental que possa ocorrer como resultado de operações futuras.

São ativos ambientais todos os bens e direitos destinados ou provenientes da atividade de gerenciamento ambiental, podendo estar na forma de capital circulante ou capital fixo.

### 3.6 Passivo Ambiental

As empresas muitas vezes utilizam recursos naturais em seu processo operacional e nem sabem que precisam registrá-los, contabilmente, como contingências ambientais.

Tinoco e Kraemer (2004, p.178) dizem que os passivos ambientais normalmente são “contingências formadas em longo período e surgem da posse e do uso de uma mina, uma siderúrgica, ou um lago, rio, mar e de uma série de espaços que compõem nosso meio ambiente”.

Em virtude do longo período em que as empresas utilizaram os recursos naturais, sem a devida contabilização, fica cada vez mais difícil o reconhecimento por parte delas do passivo ambiental. Isso se reflete negativamente em suas demonstrações econômico-financeiras, uma vez que o seu reconhecimento pode causar a descontinuidade da operação e até mesmo penalidade de órgãos responsáveis pelo licenciamento e fiscalização.

Segundo Tinoco e Kraemer *apud* Ribeiro e Gratão (2000):

[...] os passivos ambientais decorrem de conotação negativa como no caso de empresas que por longo tempo agrediram o meio ambiente e devem ressarcir com quantias vultosas a título de indenizações ou multas, mas decorrem também de conotações altamente positivas oriundas de atitudes responsáveis, por meio das quais empresas conscientes aplicam um sistema de gerenciamento ambiental.

### 3.7 Despesas de Natureza Ambiental

De acordo com Tinoco e Kraemer (2004, p.186), consideram-se despesas ambientais das empresas, em seus processos produtivos:

- aquelas ocasionadas pela prevenção de contaminação relacionada com as atividades operacionais atuais;
- tratamento de resíduos e vertidos;
- tratamento de emissões;
- descontaminação;

- restauração;
- materiais auxiliares e de manutenção de serviços;
- depreciação de equipamentos;
- exaustões ambientais;
- pessoal envolvido na produção;
- gestão do meio ambiente;
- investigação e desenvolvimento;
- desenvolvimento de tecnologias mais limpas;
- auditoria ambiental.

Constata-se que as despesas de natureza ambiental são principalmente aquelas relativas à prevenção ou adequação do processo produtivo para atender às exigências legais e sociais.

Acerca da identificação das despesas ambientais, o Grupo de Trabalho de Peritos das Nações Unidas (2004) relata que antes de se tornarem resíduos e emissões, gerando, por conseguinte, despesas, os materiais utilizados por empresas poluentes foram:

- comprados (valor de compra);
- transportados, manuseados e estocados (custos em gestão dos estoques, manuseio e transporte);
- processados em várias fases de fabricação (depreciação do equipamento, tempo de trabalho, transformação de matérias-primas em secundárias, custo de financiamento, etc.);
- recolhidos como desperdício, resíduos etc., selecionados, transportados, tratados, transportados, estocados, de novo transportados; e, finalmente,
- deitados fora (gastos e taxas com deposição).

### **3.8 Receita Ambiental**

De acordo com Tinoco e Kraemer (2004, p.187), as receitas ambientais decorrem de:

- prestação de serviços especializados em gestão ambiental;
- venda de produtos elaborados de sobras de insumos do processo produtivo;
- venda de produtos reciclados;
- receita de aproveitamento de gases e calor;

- redução do consumo de matérias-primas;
- redução do consumo de energia;
- redução do consumo de água;
- participação no faturamento total da empresa que se reconhece como sendo devida a sua atuação responsável com o meio ambiente.

Verifica-se que as receitas ambientais derivam de atitudes socialmente responsáveis como o aproveitamento ou venda de produtos reciclados. Tais atitudes passaram a fazer parte do cotidiano das empresas para que seja possível conter o desperdício dos recursos naturais ainda disponíveis.

### 3.9 Demonstrações Contábeis no Brasil

O artigo 176 da Lei nº. 6.404/76, Lei das Sociedades por Ações, estabelece que ao final de cada exercício social deverão ser elaboradas demonstrações financeiras que enfoquem com clareza a situação e as modificações ocorridas no exercício do patrimônio nas entidades, tais como: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados e Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos, e complementadas por notas explicativas.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p.191),

O ativo representa aplicações de recursos na empresa assim como investimentos em estoques, em clientes, em máquinas, equipamentos, estudos de viabilidade econômica de gestão ambiental que visem à realização da produção de bens e serviços para serem comercializados e que maximizem lucros para os acionistas.

O passivo representa a origem dos recursos tais como sua procedência, que pode ser de um financiamento obtido junto a terceiros, junto ao sistema financeiro, de capital próprio, proveniente dos acionistas ou dos lucros gerados.

As demonstrações divulgadas pelas empresas no Brasil atualmente não atendem aos requisitos no que tange à evidenciação de eventos ambientais como deveriam.

## 4 RESPONSABILIDADE SOCIAL

O conceito de responsabilidade social ou sustentabilidade corporativa começou a surgir com força no Brasil, durante a década de 1990.

Há muitas explicações divergentes sobre o que o termo **responsabilidade social** signifique. Entretanto, na sua essência, Megginson, Mosley *et al* (1998; 93) dizem que:

[...] representa a obrigação da administração de estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ações que são importantes em termos de valores da sociedade. Outros termos que também são usados, mas têm o mesmo sentido, são: ação social, relações públicas, atividades comunitárias, desafios e preocupação social.

Existe uma grande diferença entre agir legalmente e agir com responsabilidade social e ética. Porém, apesar das diferentes denominações, a maioria dos administradores parece ter aceitado essa responsabilidade em relação à sociedade. Muitas empresas estabeleceram comissões, cargos especiais ou departamentos, com essa finalidade.

#### **4.1 Áreas de Preocupação Social**

Existem várias áreas importantes de preocupação social que têm atraído a atenção das empresas desde a década de 1970 e que continuarão a fazê-lo. Essas áreas são: a poluição do ar, da água e dos resíduos tóxicos; a poluição sonora e visual; a responsabilidade para com as minorias e a segurança dos funcionários. Tais áreas são importantes para todas as empresas, mesmo que elas assumam somente a abordagem da obrigação social para a responsabilidade social. Cada uma dessas áreas traz em si uma obrigação legal que deve ser seguida.

### **5 DIVULGAÇÃO E TRANSPARÊNCIA DE INFORMAÇÕES AMBIENTAIS**

A finalidade deste capítulo reside na importância de as informações socioambientais serem aprimoradas e divulgadas. Essa prática ainda está em sua fase primária e somente pela imposição da obrigatoriedade por parte do governo, informações sobre a responsabilidade social praticada pelas empresas serão prestadas à sociedade e aos investidores.

#### **5.1 A Ética nas Organizações**

A preocupação com princípios éticos e valores morais é um conceito abrangente de cultura necessário para que se estabeleçam critérios e parâmetros adequados para atividades empresariais socialmente responsáveis.

Segundo Ashley, Queiroz *et al.* (2005, p.5), responsabilidades éticas correspondem:

[...] às atividades, práticas, políticas e comportamento esperados pela sociedade, apesar de não codificadas em lei. Tal responsabilidade envolve uma série de normas e padrões visando atender aos diversos públicos com os quais a empresa se relaciona e considerados legítimos, corretos, justos e de acordo com as expectativas.

O código de ética ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e da missão da empresa, orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações. A formalização dos compromissos éticos da empresa é importante para que ela possa se comunicar de forma consistente com todos os parceiros.

## 5.2 O que as Empresas Devem Divulgar

A abordagem ecocêntrica requer um novo modelo mental, levando-se em conta as relações recíprocas entre ser humano e natureza, cujo objetivo deve primar pela sustentabilidade aliada à qualidade de vida, valorizando o ecossistema. Os produtos devem ser desenhados para integrar e inter-relacionar com o ambiente, em embalagens que não o agriam. O meio ambiente deve situar-se em harmonia com a natureza, utilizando recursos de forma organizada e com reaproveitamento ou reciclagem, eliminando a poluição e produção de lixo.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p.257), a divulgação pode ser feita de modo a propor um *marketing* voltado para a educação no consumo; finanças atuando para o crescimento sustentável de longo prazo; contabilidade focalizando os custos ambientais e a gestão de recursos humanos dedicada a dar relevância ao trabalho, com ambiente seguro e saudável.

As novas tecnologias da informação induzirão novas formas de gestão dos negócios e causarão impacto positivo na gestão ambiental, à medida que melhorarem a qualidade das informações que são geradas para o processo decisório.

As informações necessárias para a avaliação e a melhoria do desempenho em gestão ambiental incluem as relacionadas com o processo produtivo, o desempenho de produtos, o mercado, as comparações com a concorrência, os fornecedores, os colaboradores e os aspectos relacionados à gestão com pessoas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nome de um crescimento econômico alicerçado em técnicas agrícolas, industriais, habitacionais e de lazer, denominado desenvolvimento, extinguem-se os coqueiros no Nordeste, a pesca em jangadas, a fauna do pantanal, a flora da Amazônia,



os mangues do litoral Sudeste e todas as peculiaridades culturais que o acompanham. Assim, verifica-se um desenvolvimento não verdadeiro, uma vez que não desenvolve os potenciais nativos.

Para que se pudesse acompanhar esse convívio do homem com o meio ambiente, na forma de nação ou de entidade, designou-se o termo Contabilidade Ambiental para o registro e geração de relatórios.

A Contabilidade Ambiental pode ser entendida como a atividade de identificação de dados e registro de eventos ambientais, processamento e geração de informações que subsidiem o usuário, servindo como parâmetro em suas tomadas de decisões.

Os países desenvolvidos não devem sacrificar suas culturas em favor de um desenvolvimentismo que beneficia a indústria e comércio em detrimento da nação. Um exemplo disso pode ser visto nas regiões vinícolas da Europa onde se continua a produzir vinhos pelo processo artesanal, preservando o ecossistema e respeitando as culturas locais, responsáveis pela característica nacional, e nem por isso se deixa de expandir a industrialização do vinho, inclusive com reconhecimento mundial.

Diante de estudos, mediante pesquisa exploratória, pode-se afirmar que significativa parcela das classes empresariais está preocupada com a imagem que possa ter perante o público em geral. A conscientização está mais crescente entre as empresas, pois estas procuram estar em sintonia com as mudanças no meio onde operam.

Durante o decorrer deste trabalho, procurou-se mostrar a importância que as empresas estão dando ao setor social, assumida no contexto brasileiro, surgindo, daí, uma grande alternativa para se amenizarem os problemas que atingem a sociedade com relação ao desenvolvimento socioeconômico do país. Garante-se, dessa forma, retorno de forma positiva, já que se cultiva, a cada dia, maior preocupação com o bem-estar da comunidade e com a conquista de novos clientes.

O gerenciamento ecológico tem se preocupado em minimizar o impacto ambiental, tornando suas operações tão ecologicamente corretas quanto possível. Esse gerenciamento ecológico estende a integração da responsabilidade ambiental aos processos administrativos, atingindo todas as esferas de decisão. A função ambiental não se refere somente à produção, mas a toda a cúpula administrativa, fazendo parte do planejamento estratégico, do desenvolvimento das atividades, da discussão dos cenários produtivos e da análise de sua evolução, gerando políticas, metas e planos de ação.

É de grande importância ressaltar que os consumidores estão à procura de produtos e empresas que desenvolvam projetos sociais, tornando-se cada vez mais conscientes, exigindo, com isso, também a participação da comunidade e do governo nesses projetos.

Constatou-se a falta, por parte dos órgãos competentes, de um maior interesse na defesa de leis que obriguem a elaboração de demonstrativos que permitam melhor compreensão por parte dos usuários. Talvez a falta de incentivo por parte desses órgãos contribua para que demonstrações, como o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado, não sejam utilizadas entre as empresas com a devida frequência.

Observou-se que algumas empresas não estão cientes da importância de investimentos em responsabilidade social. Talvez haja a necessidade de maior esclarecimento do assunto, do retorno e do auxílio que o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado poderão trazer. Consta-se a existência de material disponível em forma de artigos, livros, Internet, etc. e sugere-se que as empresas consultem tais referências, envolvendo-se no assunto.

Outro fato de importância a destacar prende-se ao futuro, pois, caso ocorra aprovação do Anteprojeto de Lei que regulamenta obrigatoriedade da publicação do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado, será necessária uma parceria com o IBASE sobre implementação de discussões do padrão a serem seguidas, para que haja meio de comparabilidade entre elas. Não obstante, surgirá também a necessidade de amplo conhecimento da matéria, pouco discutida até o presente.

Outro cerne da questão encontra-se no desenvolvimento sustentável, que é obtido de forma compatível com a preservação dos recursos naturais do país. Tal desenvolvimento é absolutamente válido do ponto de vista econômico, pois aconselha o planejamento, tendo por base um levantamento de todas as necessidades, tais como, alimento, energia, matéria-prima, etc.

Esse planejamento deve comparar as potencialidades, ou seja, a capacidade de fornecimento das necessidades, de forma sustentável, sem desgastes, obedecendo às normas de renovação ou reciclagem natural. Como exemplos, podem-se citar o corte de madeira, a caça, a capacidade de um rio renovar seu oxigênio após receber cargas de esgoto orgânico, enfim, verificar a capacidade de os ecossistemas se reabilitarem do impacto negativo.

Com relação às reservas minerais, o procedimento há de ser cauteloso e criterioso, tendo em vista não serem elas renováveis. Isso posto, o aconselhável é extrair na medida do extremamente necessário, com o máximo reaproveitamento, por meio de reciclagem artificial, de modo a prolongar o quanto possível sua disponibilidade.

Verifica-se, destarte, que o princípio do desenvolvimento sustentável é altamente eficaz na condição preventiva, uma vez que cria recursos de manutenção do meio ambiente. Uma vez observado tal princípio, evitar-se-ão os gastos exorbitantes em medidas corretivas.

Para que o desenvolvimento sustentável passe a fazer parte dos objetivos das empresas, é preciso que a sociedade aprenda a preservar, a reciclar, a reaproveitar e a economizar recursos naturais. Para isso, faz-se necessário que as universidades e escolas introduzam em suas grades curriculares “a responsabilidade social”.

Com essa mudança cultural por parte da sociedade, as empresas se verão obrigadas a se adaptarem às exigências dos seus clientes, que serão cada vez mais criteriosos na hora de adquirir um produto e serviço.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ASHLEY, Patrícia Almeida, et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BNDES, CNI e SEBRAE. **Pesquisa gestão ambiental na indústria brasileira**. Rio de Janeiro: BNDES, 1998.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Capítulo VI, Do Meio Ambiente, art. 225, **estabelece a política nacional do meio ambiente**. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm)>. Acesso em: 12 dez. 2005.

BRASIL. Lei 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. **Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 17 fev. 1998. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9605.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9605.htm)>. Acesso em: 12 dez. 2005.

BRASIL. Lei nº. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. **Dispõe sobre as Sociedades por Ações**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 17 dez. 1977. Disponível em <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6404consol.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm)>. Acesso em: 12 dez. 2005.

BRASIL. Lei nº. 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 2 set. 1981. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6938org.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938org.htm)>. Acesso em: 12 dez. 2005.

BRASIL. Resolução CONAMA nº. 001, de 23 de janeiro de 1986. **Dispõe sobre critérios básicos e diretrizes gerais para o Relatório de Impacto Ambiental - RIMA**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 17 fev. 1986. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res86/res0186.html>>. Acesso em: 11 dez. 2005.

BRASIL. Resolução CONAMA nº. 237, de 22 de dezembro de 1997. **Regulamenta os aspectos de licenciamento ambiental estabelecidos na Política Nacional do Meio Ambiente**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 22 dez. 1997. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res97/res23797.html>>. Acesso em: 11 dez. 2005.

FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa. **Contabilidade ambiental: uma informação para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Atlas, 2003.

## Fontes Sugeridas

- HARINGTON, H. James; KNIGHT, Alan. **A implementação da ISO 14000**: como atualizar o SGA com eficácia. São Paulo: Atlas, 2001.
- HEEMANN, Ademar; VIEIRA, Leociléa Aparecida. **A roupagem do texto científico**: estrutura, citações e fontes bibliográficas. 3.ed. Curitiba: Ibpex, 2000.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível em: <[www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)>. Acesso em: 08 dez. 2005.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira; TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.
- MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald C.; JUNIOR, Paul H. Pietri. **Administração e conceitos de aplicações**. 4.ed. São Paulo, 1998.
- MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce. **Administração**. 2.ed. São Paulo: 2003.
- ONU - Organização das Nações Unidas. **Objetivos de desenvolvimento do milênio** – relatório nacional de acompanhamento. Brasília: Ipea, 2004. Disponível em: <[http://www.onu-brasil.org.br/documentos\\_estudos.php](http://www.onu-brasil.org.br/documentos_estudos.php)>. Acesso em: 14 jan. 2006.
- PAIVA, Paulo Roberto de. *apud* HORNGREN, Charles T.; FOSTER, George, DATAR, Srikant M. **Cost accounting**: a managerial emphasis. 1997. p.36.
- PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade ambiental**: evidenciação dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção. São Paulo: Atlas, 2003.
- RIBEIRO, Maísa de Souza. **Contabilidade ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- ROBINS, Stephen P. **Administração**: mudanças e perspectivas. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- ROSSETI, José Paschoal. **Contabilidade social**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. Balanço Social – IBASE. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/>>. Acesso em: 08 dez. 2005.
- TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focados na realidade brasileira. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio, KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira, *apud* Ribeiro, M. de S, GRATÃO, Ângela Denise. Custos ambientais: o caso das empresas distribuidoras de combustíveis. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 7. 2000, Recife. **Anais do VII Congresso Brasileiro de Custos**. Recife: RBC, 2000.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio, KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.
- VALLE, Cyro Eyer do. **Meio ambiente**: acidentes, lições, soluções. São Paulo: Senac, 2003.
- ZULAUFG, Werner E. **Brasil ambiental**: síndromes e potencialidades. São Paulo: Centro de Estudos, 1994.

## ESTRATÉGIA E GESTÃO DE OPERAÇÕES PRODUTIVAS: ESTUDOS DE CASO EM EMPRESAS PARANAENSES FABRICANTES DE BENS INTERMEDIÁRIOS

Juciane Lopes Botelho\*

Orientador: Prof. Dr. José Vicente Bandeira de Mello Cordeiro

### RESUMO

Depois das ênfases dadas, durante as décadas de 1980 e 1990, respectivamente, ao posicionamento estratégico e à melhoria operacional, a preocupação com a capacidade de implementação de estratégias vem se constituindo em foco principal da gestão estratégica no início da década de 2000. Este trabalho tem como objetivo mostrar, mediante estudos de caso, que, apesar da difusão de técnicas voltadas para esse fim, como o *Balanced Scorecard*, o alinhamento entre as operações produtivas e o posicionamento estratégico ainda não é uma realidade no meio empresarial. Verificou-se, nas empresas pesquisadas, a predominância de posicionamentos estratégicos pretendidos focados na diferenciação, ao mesmo tempo em que suas estratégias de produção tinham no custo uma das principais prioridades competitivas. Esse conflito entre as prioridades de mercado e da produção mostrou-se contraproducente, dificultando a implementação das estratégias de negócios e a melhoria dos resultados financeiros.

**Palavras-chave:** posicionamento estratégico; estratégia de produção; indicadores de desempenho; alinhamento estratégico.

\* Acadêmica do 3º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

A gestão estratégica de organizações tem recebido grande atenção nos meios acadêmicos e empresariais nos tempos recentes. A busca incessante da eficiência e o foco em temas como a gestão da qualidade total e a reengenharia de processos, característicos da década de 1990, deram lugar a uma grande preocupação com a eficácia organizacional e o conseqüente aumento da importância dos temas a ela relacionados, no início da década de 2000.

Nesse novo cenário, grande ênfase tem sido dada à utilização de ferramentas que, mais do que simplesmente ajudem a criar boas estratégias, também possibilitem às organizações efetivamente implementá-las. Essa tendência, iniciada ainda no contexto dos prêmios nacionais de qualidade dos Estados Unidos, Japão, Europa e Brasil, veio convergir na criação de algumas ferramentas bastante populares como, por exemplo, o *Balanced Scorecard* (BSC), desenvolvido por Kaplan e Norton (1996 e 2000). Entretanto, apesar do grande número de artigos publicados em jornais e periódicos especializados, abordando a necessidade de se implementarem as estratégias desenvolvidas, percebe-se que, na prática, a grande maioria das organizações continua apresentando grandes dificuldades nesse sentido.

Historicamente, a função produção, apesar de ser uma das funções-chave em uma organização, sempre teve seu desempenho associado prioritariamente à produtividade e à redução de custos. Mesmo com o advento das organizações orientadas para o mercado e, mais tarde, das organizações orientadas para os clientes, muitas empresas continuam planejando, controlando e avaliando o desempenho de suas operações produtivas como se o papel da função produção estivesse única e exclusivamente ligado à redução de custos e ao aumento da produtividade (SLACK, 2005).

Em virtude dessa falta de visão com relação ao papel estratégico da produção, conflitos entre as áreas de marketing, produção e finanças, por exemplo, tendem a se tornar mais freqüentes. Isso ocorre devido ao fato de a função produção ficar “espremida” entre pressões da área de marketing por maior flexibilidade, visando ao atendimento dos clientes, e pressões da área financeira por maior produtividade, buscando a redução dos custos. Como resultado para a empresa, sua estratégia de negócios tende a não ser implementada de forma efetiva e seu desempenho em termos financeiros acaba ficando aquém do esperado.

Embora a literatura e a prática sinalizem a ocorrência desse conflito na maioria dos setores e empresas, a questão parece estar presente de forma mais enfática nas empresas produtoras de bens de consumo intermediários. O fato de estas se localizarem em meio a cadeias produtivas, muitas vezes comandadas por grandes multinacionais, costuma significar

uma maior pressão por reduções de preços, o que resulta em uma tendência por priorizar reduções de custos. Essa priorização acaba por superpor-se às necessidades de melhorias em dimensões de desempenho diretamente relacionadas às prioridades competitivas da empresa, dando origem a prioridades conflitantes, permeadas por diversos “trade-offs” difíceis de serem conciliados, que podem conduzir a empresa a um desempenho medíocre nas diversas dimensões de desempenho envolvidas.

O objetivo deste artigo é apresentar os resultados de uma pesquisa que buscou caracterizar o papel estratégico das operações produtivas em duas empresas paranaenses fabricantes de bens intermediários, correlacionando-o com sua estratégia de negócios e seu desempenho financeiro. Para isso, foi inicialmente conduzida pesquisa bibliográfica visando à busca dos conceitos essenciais relacionados ao tema. Em seguida, foi desenvolvido um estudo de caso, tendo como principal instrumento de coleta de dados a realização de entrevistas semi-estruturadas, realizadas com alguns dos principais executivos das empresas pesquisadas. As entrevistas com os executivos de marketing buscaram caracterizar as estratégias de negócio pretendidas pelas empresas selecionadas, enquanto as entrevistas com os executivos de produção visaram à caracterização das estratégias de produção das empresas em questão, expressando-as por meio de prioridades de desempenho em suas operações produtivas. Além disso, foram coletados dados dos principais indicadores financeiros das empresas. De posse desses dados e dos resultados das entrevistas, foi possível avaliar o grau de coerência entre as estratégias de produção e o posicionamento estratégico pretendido, bem como a relação deste com os resultados financeiros obtidos pelas empresas em questão.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1 Estratégia e Posicionamento Estratégico

De acordo com Oliveira (2001, p.174), “[...] a finalidade da estratégia é estabelecer quais serão os caminhos, os cursos, os programas de ação que devem ser seguidos para serem alcançados os objetivos e desafios estabelecidos”.

Para Slack *et al.* (2002, p.87), a estratégia está presente em uma empresa quando ela decide tomar uma direção ao invés da outra, por meio de decisões que a comprometam com um conjunto particular de ações. O padrão de ações subseqüentes reflete, então, seu comprometimento continuado nessa direção. De forma alternativa, se o padrão de suas decisões mudar, isso indicará alguma mudança em sua direção estratégica.

Mintzberg e Quinn (2001, p.26) afirmam que a estratégia requer uma série de definições, o que chamou de cinco P's para estratégia, os quais seriam: a) plano (*plan*), b) padrão (*pattern*), c) posição (*position*), d) perspectiva (*perspective*), e) truque (*ploy*).

A estratégia pode ser vista como um plano, isto é, o caminho a ser trilhado no futuro, ou seja, a escolha de uma direção. Ela também pode ser vista como um padrão que, ao contrário da definição anterior, baseia-se nos comportamentos passados da empresa. Ainda de acordo com Mintzberg e Quinn (2001), ambas as definições parecem ser válidas: as organizações desenvolvem planos para seu futuro e também extraem padrões de seu passado. Para os mesmos autores, a primeira definição pode ser chamada de estratégia pretendida e a segunda, de estratégia realizada.

A estratégia também pode ser definida como uma posição, ou seja, a localização de determinados produtos em determinados mercados, significando um 'olhar para baixo', focando o ponto em que o produto encontra o cliente, bem como para o mercado, ou seja, para fora da organização. Por outro lado, no caso da estratégia como perspectiva, o 'olhar' é voltado para dentro da organização, como também 'para cima'. Novamente, de acordo com Mintzberg *et al.* (2000), ambas as definições podem ser válidas: uma organização pode introduzir um novo produto em um mercado determinado e obter sucesso, desde que sua nova posição esteja em conformidade com a perspectiva existente. O mesmo autor ainda apresenta a quinta definição de estratégia como sendo um truque, isto é, uma atitude específica realizada pela organização para ludibriar e ameaçar os concorrentes.

Porter (1999) enfatiza que a estratégia está relacionada à criação de uma posição exclusiva e valiosa, envolvendo um diferente conjunto de atividades. Se houvesse apenas uma posição ideal, não haveria necessidade de estratégia.

O posicionamento estratégico está ligado ao fato de cada empresa desejar promover aquelas diferenças que atrairão mais fortemente seu mercado-alvo. Assim, ela deverá desenvolver uma estratégia de posicionamento, que Kotler (1994, p.270), define como “[...] o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa de forma que ocupe um lugar distinto e valorizado nas mentes dos consumidores-alvo”.

Para representar alternativas de posição estratégica num setor, Porter (1999) apresenta três estratégias genéricas, a saber: a) liderança no custo; b) diferenciação e c) enfoque. Uma estratégia de liderança em custo significa dar prioridade aos ganhos de experiência e escala, monitorando permanentemente os custos operacionais, de forma a oferecer preços competitivos aos clientes. Uma estratégia de diferenciação teria por base o desenvolvimento de produtos e serviços inovadores, associados a uma marca forte, que permitam atingir clientes que estejam dispostos a pagar mais caro. A estratégia



genérica de foco significa a opção por segmentos específicos do mercado do ponto de vista geográfico, de clientes ou produtos, em que a atuação da empresa poderá se dar por meio de preços baixos (foco com liderança em custo) ou de atributos como qualidade superior, desempenho e atendimento (foco em diferenciação).

Treacy e Wiersema (1995) propuseram um maior detalhamento do conceito de estratégia genérica, apresentando três alternativas a que chamaram disciplinas de valor. Essa estrutura se baseia na idéia de que, em todo mercado, há três tipos distintos de cliente, e as empresas que desejam ser bem sucedidas em seu negócio deverão optar por atender a esses três tipos. Inicialmente, é possível identificar aqueles que preferem empresas que estão na frente em tecnologia, ou seja, buscam fornecedores que sejam *líderes em produto*. Em seguida, encontra-se aquele grupo de clientes que não necessita de produtos mais avançados, mas deseja um desempenho confiável a qualquer momento, exigindo de seus fornecedores *excelência operacional*. Por fim, encontra-se aquele grupo de clientes que prefere a empresa que atende com presteza e flexibilidade às suas necessidades individuais, caracterizando uma relação de *intimidade com o cliente*. Essa forma de descrever o posicionamento estratégico de um negócio foi descrita por Kotler (1999) como *posicionamento amplo*.

## 1.2 Estratégia de Produção e Prioridades Produtivas

Para Slack *et al.* (2002), a estratégia de produção diz respeito ao padrão de decisões e ações estratégicas que definem o papel, os objetivos e as atividades da produção. De forma geral, a definição de objetivos de desempenho da produção é vista como o primeiro passo para o delineamento do conteúdo da estratégia de produção.

### 1.2.1 Objetivos de desempenho da produção

Se um departamento de produção deseja entender sua contribuição para a organização de que faz parte, deve compreender quais os objetivos de desempenho específicos da produção que mais fortemente contribuem com as aspirações estratégicas da empresa. Slack *et al.* (2002) apresentam cinco objetivos de desempenho básicos que se aplicam a todos os tipos de operações produtivas, a saber: a) qualidade; b) rapidez; c) confiabilidade; d) flexibilidade e) custo. É importante ressaltar que a flexibilidade de uma operação produtiva pode ser de três tipos: a) flexibilidade de novos produtos-habilidade de introduzir e produzir novos produtos ou de modificar os existentes; b) flexibilidade de

mix-habilidade de mudar a variedade dos produtos; flexibilidade de volume-habilidade de mudar o nível agregado de saídas da operação; d) flexibilidade de entrega-habilidade de mudar datas de entrega planejadas ou assumidas.

### 1.2.2 Fatores competitivos

Segundo Slack *et al.* (2002) e Hill (1993), a produção procura satisfazer seus clientes de acordo com o que ele mais valoriza, seja preço baixo, alta qualidade, entrega rápida, entrega confiável ou produtos e serviços inovadores, priorizando alguns entre os seus cinco objetivos de desempenho. Esses fatores que definem as exigências dos clientes são chamados fatores competitivos.

O quadro 1 mostra alguns fatores competitivos mais comuns e sua relação com objetivos de desempenho da produção.

FATORES COMPETITIVOS Se os consumidores valorizam	OBJETIVOS DE DESEMPENHO Então, a operação terá que se superar em...
Preço baixo	Custo
Alta qualidade	Qualidade
Entrega rápida	Rapidez
Entrega confiável	Confiabilidade
Produtos e serviços inovadores	Flexibilidade (produto/serviço)
Ampla variedade de produtos e serviços	Flexibilidade (composto mix)
Habilidade de alterar prazo e quantidade de produtos e serviços	Flexibilidade (volume e ou entrega)

QUADRO 1 - FATORES COMPETITIVOS E OBJETIVOS DE DESEMPENHO

FONTE: Adaptado de Slack *et al.* (2002)

Hill (1993) propõe classificar os fatores competitivos em ganhadores de pedido, qualificadores e menos importantes, distinguindo os diferentes níveis de importância que cada um deles pode ter para o cliente.

Os fatores competitivos ganhadores de pedido seriam aqueles que contribuem, de forma direta e decisiva, para a realização de um negócio. Quanto melhor o desempenho da organização nesse atributo, mais seus clientes-alvo desejarão fechar negócios.

Em contrapartida, os fatores competitivos qualificadores seriam aqueles cujo desempenho deve estar acima de um nível determinado. Um desempenho superior a esse nível de qualificação não interessaria aos clientes-alvo, enquanto um desempenho inferior faria com que os clientes-alvo provavelmente não considerassem a possibilidade

de comprar da empresa. O nível de qualificação para uma determinada estratégia em um determinado mercado depende, como era de se esperar, do desempenho dos demais concorrentes, quer estes atuem ou não de forma semelhante à organização em questão. Finalmente, os fatores competitivos pouco importantes são aqueles que não são valorizados pelos clientes - alvo da empresa, podendo o seu desempenho ficar abaixo da média dos concorrentes do setor.

No cerne dessas três categorias, contudo, haverá diferentes níveis de importância. Uma empresa pode ter tanto o custo quanto a confiabilidade, por exemplo, como objetivos ganhadores de pedido, e estes não terem a mesma importância para seus clientes. Slack (2002) propõe uma escala de nove pontos para facilitar a análise e classificação de cada fator competitivo, mostrada na figura 1.

<b>Crítérios ganhadores de pedidos</b>	
1	Proporciona vantagem crucial junto aos clientes.
2	Proporciona importante vantagem junto aos clientes.
3	Proporciona vantagem útil junto à maioria dos clientes.
<b>Crítérios Qualificadores</b>	
4	Precisa estar pelo menos no nível do bom padrão do setor industrial.
5	Precisa estar em torno da média do padrão do setor industrial.
6	Precisa estar pouco distante do restante do setor industrial.
<b>Crítérios pouco importantes</b>	
7	Normalmente não é considerado pelos clientes, mas pode tornar-se mais importante no futuro.
8	Muito raramente é considerado pelos clientes.
9	Nunca é considerado pelos clientes e provavelmente nunca o será.

FIGURA 1 - ESCALA DE NOVE PONTOS PARA A CLASSIFICAÇÃO DOS CRITÉRIOS COMPETITIVOS DE ACORDO COM SUA IMPORTÂNCIA PARA OS CLIENTES DOS MERCADOS-ALVO

FONTE: Estribado em Slack (2002, p.199)

Por outro lado, o mesmo autor apresenta uma outra escala de nove pontos, visando classificar o desempenho da empresa em cada um dos fatores competitivos relevantes em relação à concorrência. A figura 2 ilustra essa escala.

A definição dos objetivos prioritários de desempenho para a área de produção de uma organização, partindo-se do pressuposto de que cabe à função produção, no mínimo, contribuir para a implementação do posicionamento estratégico, deve ser feita tomando-se por base o cruzamento das informações disponíveis no quadro 1 e nas figuras 1 e 2.

Melhor do que a concorrência	
1	Consistente e consideravelmente melhor do que o nosso melhor concorrente.
2	Consistente e claramente melhor do que o nosso melhor concorrente.
3	Consistente e marginalmente melhor do que o nosso melhor concorrente.
Igual à concorrência	
4	Com frequência marginalmente melhor do que o nosso melhor concorrente.
5	Aproximadamente o mesmo da maioria de nossos concorrentes.
6	Com frequência, a uma distância curta atrás de nossos principais concorrentes.
Pior do que a concorrência	
7	Usual e marginalmente pior que a maioria dos nossos principais concorrentes.
8	Usualmente pior do que a maioria de nossos concorrentes.
9	Consistentemente pior do que a maioria de nossos concorrentes.

FIGURA 2- ESCALA DE NOVE PONTOS PARA A CLASSIFICAÇÃO DOS FATORES COMPETITIVOS DE ACORDO COM O DESEMPENHO DA EMPRESA COM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA

FONTE: Estribado em Slack (2002, p. 201-202)

### 1.2.3 Prioridades competitivas e *trade-offs*

De forma geral, os objetivos de desempenho da produção relacionados aos fatores competitivos ganhadores de pedido (de acordo com o quadro 1) deveriam receber prioridade constante por parte dos gestores da produção. Além deles, objetivos de desempenho ligados a fatores competitivos qualificadores cujo desempenho em relação à concorrência esteja proporcionalmente aquém da importância atribuída pelos seus clientes-alvo (ver figura 4 mais adiante) também deveriam receber prioridade da gestão da produção (CORREA e CORREA, 2004).

Como atribuir prioridade significa dar mais importância a uma coisa em detrimento de outras, a priorização de objetivos de desempenho implicará, necessariamente, uma menor preocupação com outros objetivos da produção, produzindo *trade-offs*.<sup>1</sup> Assim, a exigência de grandes melhorias de desempenho em qualidade e no nível de serviço ao cliente, em um curto espaço de tempo, por exemplo, deverá provocar reduções no desempenho de custos (CORREA e CORREA, 2004).

Vale ressaltar que é possível contornar parte dos *trade-offs* existentes entre diferentes objetivos de desempenho por meio de medidas de melhoria de longo prazo, geralmente estribadas em aprendizado operacional. Nesse caso, torna-se possível, por

<sup>1</sup> Compromisso entre o aumento do desempenho de um critério e a redução do desempenho de outros. Troca, efeito gangorra.

exemplo, identificar o “pivô” dos *trade-offs* entre qualidade e custo em um determinado processo e atuar sobre ele, melhorando, simultaneamente, o desempenho nos dois objetivos (CORREA e CORREA, 2004).

Entretanto, embora esse tipo de melhoria esteja no âmago do movimento de Gestão da Qualidade, seus resultados levam tempo para serem obtidos. Assim, uma empresa que pretenda ter o melhor desempenho de entrega de seu setor deverá, inevitavelmente, priorizar ações que melhorem seu desempenho em rapidez e confiabilidade em detrimento de seu desempenho em custos, por exemplo. Desse modo, por mais desenvolvidos que sejam os círculos de qualidade ou os grupos de melhoria de uma organização, medidas que impliquem *trade-offs* deverão ser tomadas no sentido de garantir a implementação de um determinado posicionamento estratégico (CORDEIRO, 2005).

Nesse sentido, percebe-se que a decisão de priorizar, simultaneamente, objetivos de desempenho ligados aos fatores competitivos, ganhadores de pedido de um determinado posicionamento estratégico, e o custo (em virtude da cultura prevalente de que o papel estratégico da produção resume-se à redução de custos) podem indicar a necessidade de priorização de muitos objetivos de desempenho, o que, na prática, significaria não ter prioridade definida. Essa falta de prioridade comprometeria, portanto, o preenchimento das lacunas de desempenho e, conseqüentemente, a implementação da estratégia.

Uma das formas mais efetivas para se atestarem as prioridades de objetivos de desempenho é por intermédio das metas atribuídas às diversas métricas utilizadas para avaliar o desempenho dos processos produtivos. Essa questão é abordada no item a seguir.

#### 1.2.4 Medidas e avaliação de desempenho da produção

Corrêa e Corrêa (2004) orientam que as métricas adotadas para avaliar o desempenho de uma operação deveriam ser alinhadas com a estratégia dessa operação. Podem se classificar as prioridades competitivas estratégicas de uma operação de acordo com cinco objetivos de desempenho apresentados previamente, quais sejam: a) grupo relacionado a custo; b) grupo relacionado a qualidade; c) grupo relacionado a flexibilidade; d) grupo relacionado a velocidade; e) grupo relacionado a confiabilidade.

No quadro 2, apresentam-se métricas mais específicas e detalhadas dentro de cada um dos grupos acima que podem, respeitadas as particularidades de cada operação, ser mais ou menos relevantes num sistema de avaliação.

Para efeito de verificação do grau de prioridade atribuído a um determinado objetivo de desempenho, podem se identificar, por exemplo, as metas de melhoria

associadas às métricas de cada um dos grupos mostrados no quadro 2. Assim, grupos cujas métricas possuam metas ambiciosas de melhoria indicam haver uma prioridade com relação ao objetivo em questão. Por outro lado, grupos cujas métricas tenham metas de melhoria pouco ambiciosas ou possuam metas de manutenção do desempenho atual indicam a inexistência de prioridade para aquele objetivo de desempenho.

<b>Grupo relacionado a custo</b>	
Redução média de estoque por tipo de material	Custos referentes à qualidade
Redução média dos custos de rotatividade de mão-de-obra	Custo relativo (percentual) da mão-de-obra
Índice de refugos	Custo relativo (percentual) do equipamento
Custos relativos à concorrência	Custo relativo (percentual) de materiais
Retrabalhos e reparos	Custos de projeto
<b>Grupo relacionado à qualidade</b>	
Qualidade relativa percebida do produto	Falhas no campo
Qualidade comparada aos concorrentes	Tempo médio entre falhas do produto
Confiabilidade do produto	Taxa de aprovação no controle de qualidade
Durabilidade do produto	Redução percentual de produtos defeituosos
Redução percentual de refugo	Redução percentual de tempo decorrido entre geração de falhas
Percentual de clientes satisfeitos e grau de satisfação	Qualidade dos fornecedores
Taxa de entregas perfeitas do fornecedor	Competência dos fornecedores para responder problemas técnicos
<b>Grupo relacionado à flexibilidade</b>	
Flexibilidade percebida	Percentual de produtos customizados
Quanto da qualidade não é afetada por mudanças de mix/volume	Frequência de entregas da operação
Quanto do desempenho de entregas não é afetado por mudanças de mix/volume	Percentual possível de alteração de quantidade pedida sem alteração do <i>lead time</i>
Tempo de desenvolvimento de novos produtos	Lote mínimo produzido economicamente
Tempo entre a idéia e o produto estar no mercado	Percentagem da mão-de-obra que é polivalente
Faixa (variedade) de produtos	<i>Lead time</i> dos fornecedores
<b>Grupo relacionado à velocidade</b>	
Tempo entre o cliente perceber a necessidade e a entrega	Estoques em processo
<i>Lead time</i> internos,	Tempo de agregação de valor por tempo total no sistema
Tempo de processamento de pedidos	Tempo de ciclos para decisões
Tempo de resposta a solicitações de clientes	Tempo perdidos em atividades não agregadoras de valor
<b>Grupo relacionado à confiabilidade</b>	
Confiabilidade percebida	Percentual de pedidos com quantidade incorreta
Percentual de entregas totais no prazo (OTIF- <i>on time in full</i> )	Percentagem de redução de <i>lead time</i> por linha de produto
Percentual das datas renegociadas com clientes	Percentagem de melhoria na fração saída real/saída desejada
Aderência as datas prometidas	Atraso médio

QUADRO 2 - MÉTRICAS PARA AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO EM OPERAÇÕES PRODUTIVAS

FONTE: Adaptado de Corrêa e Corrêa (2004)

Assim, uma empresa que tenha como ganhador de pedido o tempo de entrega deverá ter na rapidez uma de suas prioridades de objetivos de desempenho da produção. Uma forma de atestar esse fato seria a verificação de que ela impõe, a seus funcionários da área operacional, metas de redução de 30% ao ano no lead-time produtivo e nos tempos de ciclo, por exemplo.

De forma geral, a consecução de metas ambiciosas que representem uma efetiva prioridade competitiva deverá ser obtida pela implementação de decisões que comprometerão os recursos produtivos em determinada direção. O próximo item vai abordar essa questão.

### 1.3 Matriz importância-desempenho

Nos últimos anos, algumas ferramentas foram desenvolvidas com o intuito de alinhar processos e recursos à estratégia de negócios. Entre elas, predominam aquelas que buscam vincular o desempenho de determinados processos com as necessidades dos clientes-alvo e os objetivos financeiros da organização. Apesar de todas as abordagens apresentadas a seguir contemplarem os processos produtivos, a matriz importância-desempenho é uma das poucas que tratam exclusivamente do alinhamento de processos e recursos produtivos à estratégia de negócios, embora possa ser utilizada para o alinhamento de outros tipos de recursos e processos.

Slack (2002) propôs a estrutura de duas entradas para a matriz importância-desempenho (figura 3) e dividiu-a em quatro zonas.

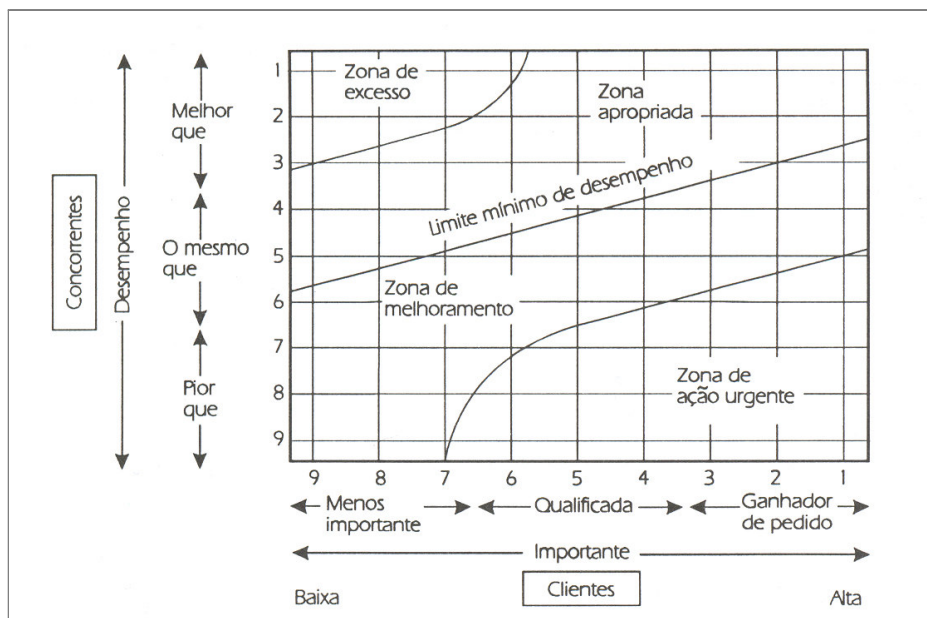


FIGURA 3 - MATRIZ IMPORTÂNCIA - DESEMPENHO  
 FONTE: Slack (2002, p.204)

A zona apropriada é limitada em sua margem inferior por uma “fronteira de mínimo desempenho”, isto é, o nível de desempenho abaixo do qual a empresa, em médio prazo, não deveria permitir que a operação caísse. Uma operação na qual as operações produtivas estejam alinhadas com a estratégia de negócios deverá ter seus fatores competitivos dispostos ao longo dessa zona.

A zona de melhoria indica que qualquer fator competitivo que caia abaixo do limite inferior da zona “apropriada” será um candidato para melhoramento. Entretanto, nesse caso, podem se estabelecer metas de melhorias pouco ousadas para os objetivos de desempenho e métricas relacionadas a eles e privilegiar ações de melhoria contínua em detrimento de ações rápidas que envolvam grandes *trade-offs* (CORDEIRO, 2005).

A zona de ação urgente indica que os fatores competitivos que se encontrarem em seu interior devem dar origem a prioridades com relação aos objetivos de desempenho e métricas a eles relacionadas. Isso significa agir por meio de medidas que implicam profundos *trade-offs* com os demais objetivos de desempenho (CORDEIRO, 2005).

A zona de excesso indica que os fatores competitivos que caem nessa área têm desempenho muito superior àquele que seria necessário para satisfazer seus clientes. Esses fatores seriam, portanto, passíveis de serem explorados em outros segmentos ou, até mesmo, no segmento atual, desde que fosse empreendida uma campanha de educação de clientes visando valorizar tal atributo.

## 2 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

Foram realizados estudos de casos em duas empresas localizadas na Região Metropolitana de Curitiba, fabricantes de bens intermediários, aqui denominadas empresas Alfa e Beta. A empresa Alfa é fabricante de bens de consumo intermediário utilizados, principalmente, pela indústria de Alimentos e Bebidas, ou seja, trata-se de um fornecedor de indústrias de bens de consumo não duráveis. Tem controle de capital estrangeiro e encontra-se estabelecida na Cidade Industrial de Curitiba há mais de uma década. A empresa Beta também produz bens de consumo intermediário e possui diversas operações produtivas no Brasil. Seu controle acionário também é estrangeiro, e a unidade de negócios pesquisada fabrica componentes para o setor automobilístico, tendo entre seus clientes montadoras e sistemistas delas. É, portanto, fornecedora de empresas fabricantes de bens de consumo duráveis.



## 2.1 Apresentação e Análise dos Resultados: Empresa Alfa

### 2.1.1 Posicionamento estratégico da Empresa Alfa

O foco na qualidade e em fatores relacionados à capacidade de atender a pedidos diferentes dos clientes, em volume, especificação e prazo de entrega ficou evidenciado pelo destaque dado a esses itens na pontuação por ordem de importância e na proposta ampla de valor predominante na visão da área comercial, qual seja, a intimidade com o cliente. O quadro 4 apresenta os fatores competitivos mais importantes para os clientes da empresa Alfa, de acordo com seu diretor comercial. As siglas na segunda coluna correspondem ao fator competitivo em questão e são utilizadas na matriz importância-desempenho da figura 4, em que os fatores foram plotados de acordo com sua importância para os clientes, e o desempenho em relação à concorrência, na opinião do executivo comercial.

FATORES COMPETITIVOS	SIGLAS
Qualidade-desempenho do produto/serviço	FC-1
Qualidade-confiabilidade de uso	FC-2
Habilidade de alterar prazo e quantidade de produtos e serviços	FC-3
Entrega confiável	FC-4
Capacidade para atender a pedidos emergenciais dos clientes	FC-5
Disponibilidade de produtos/serviços	FC-6
Rapidez de entrega	FC-7
Qualidade-conformidade	FC-8
Variedade de produtos e serviços	FC-9
Preço	FC-10

QUADRO 4 - CLASSIFICAÇÃO DOS FATORES COMPETITIVOS DA EMPRESA ALFA  
FONTE: Elaborado pelos autores

Observando a figura 4, percebe-se que o fator preço encontra-se em conformidade com a região de desempenho adequado, o que não deveria motivar prioridades de desempenho com relação ao custo de produção.

Os fatores competitivos FC-1, FC-3, FC-5, FC-7 e FC-8 são aqueles cujos objetivos de desempenho relacionados deveriam receber prioridade, ou seja, são aqueles cujo desempenho está proporcionalmente inferior ao requerido pela importância atribuída pelos clientes da empresa. Essa prioridade deveria ser evidenciada por metas de melhoria ousadas, tanto nos indicadores referentes aos fatores competitivos quanto nas métricas de desempenho da produção ligadas diretamente a eles.

Empresa Alfa										
Melhor que	1								FC-1	
	2									
	3						FC-2 FC-8	FC-3		
Igual a	4						FC-6 FC-9	FC-5		
	5					FC-10	FC-7			
	6						FC-4			
Pior que	7									
	8									
	9									
		9	8	7	6	5	4	3	2	1
		Menos importante			Qualificador			Ganhador de pedido		

FIGURA 4 - MATRIZ IMPORTÂNCIA DESEMPENHO PARA A EMPRESA ALFA  
 FONTE: Elaborado pelos autores com base em Slack (2002)

### 2.1.2 Estratégia de produção da Empresa Alfa

A entrevista com o Diretor Industrial possibilitou que ficassem claras as prioridades da área de produção da empresa Alfa com relação aos objetivos de desempenho. Qualidade e custo, nessa ordem, foram apontados como os objetivos de desempenho de maior importância no momento de ordená-los, enquanto a flexibilidade de volume e entrega, a confiabilidade e a rapidez ficaram com a terceira, quarta e quinta posições, respectivamente.

Verificando-se as metas estabelecidas para as métricas ligadas aos diferentes grupos de objetivos de desempenho, percebeu-se uma prioridade de melhoria voltada para os objetivos custo e rapidez, cujas metas de melhoria estabelecidas se encontravam sempre em 10% ao ano nos quatro últimos períodos. De forma justificável, verificou-se uma redução nas metas de melhoria ligadas ao objetivo de desempenho qualidade, uma vez que o nível de desempenho atual atingido pela empresa encontra-se bastante acima do mínimo requerido para sua importância.

Entretanto, verificaram-se metas modestas no que se refere aos tempos de *set-up*, sendo fundamental uma melhoria drástica nessa métrica para que as lacunas de desempenho existentes nos fatores “capacidade de alterar prazo e volume de entrega”, “capacidade de atender a pedidos emergenciais”, “confiabilidade de entrega” e “rapidez de entrega” fossem preenchidas.

### 2.1.3 Resultados financeiros

Verificou-se uma recente deterioração dos resultados financeiros recentes da Empresa Alfa, a despeito do fato de sua receita continuar crescendo a taxas bastante consistentes.

Percebe-se que as perdas financeiras sofridas pela Empresa Alfa podem ser consequência do não alinhamento entre as práticas de gestão da produção e o posicionamento estratégico pretendido pela empresa. Caso fosse atribuída uma maior prioridade à redução dos tempos de *set-up*, um mesmo *mix* de produção, com um volume determinado, poderia ser garantido em um espaço de tempo menor, permitindo preencher as lacunas de desempenho de fatores competitivos como a capacidade de atendimento de pedidos emergenciais, o prazo e a confiabilidade da entrega.

Durante a entrevista com o Diretor Industrial da empresa Alfa, ele foi questionado a respeito das razões para metas tão ousadas de custo. O Diretor ponderou que a área financeira da empresa via a produção como a principal fonte de redução de custos da empresa, embora a área comercial pressionasse constantemente por reduções nos prazos de entrega e para atender a pedidos urgentes.

Fica evidente que a área de produção encontra-se dividida entre priorizar medidas relacionadas à redução de custos, redução de *lead-times* e redução de tempos de *set-up*. Em virtude dos *trade-offs* existentes entre essas medidas, torna-se impossível o alcance simultâneo das metas estabelecidas para as diferentes métricas e, principalmente, torna-se difícil o preenchimento das lacunas de desempenho existentes sem que seja diminuída a ênfase dada às reduções de custo.

## 2.2 Apresentação e Análise dos Resultados: Empresa Beta

### 2.2.1 Posicionamento estratégico da Empresa Beta

Inicialmente, foram apontados como fatores que proporcionaram ganhos de pedidos, pelos clientes da Empresa Beta, a variedade, a qualidade enquanto desempenho e design de produto e a capacidade de oferecer produtos e serviços inovadores, ficando a disponibilidade, a qualidade como confiabilidade de uso, a confiabilidade da entrega, a customização de produtos e serviços e o preço como fatores qualificadores. O quadro 5 apresenta cada um dos fatores competitivos relevantes citados pelo gerente de marketing da empresa Beta, com seus respectivos códigos, utilizados na figura 5.

FATORES COMPETITIVOS	SIGLAS
Qualidade-desempenho do produto/serviço	FC-1
Preço	FC-2
Qualidade – <i>design</i> do produto/serviço	FC-3
Produtos e serviços inovadores	FC-4
Customização de produtos/serviços	FC-5
Qualidade-confiabilidade de uso	FC-6
Entrega confiável	FC-7
Capacidade para atender a pedidos emergenciais dos clientes	FC-8
Disponibilidade de produtos/serviços	FC-9
Variedade de produtos/serviços	FC-10

QUADRO 5 - CLASSIFICAÇÃO DOS FATORES COMPETITIVOS DA EMPRESA BETA

FONTE: Elaborado pelos autores

Empresa Beta										
Melhor que	1						FC-9		FC-10	FC-1 FC-4
	2						FC-6			
	3							FC-3		
Igual a	4					FC-7				
	5							FC-8		
	6									
Pior que	7					FC-5				
	8				FC-2					
	9									
		9	8	7	6	5	4	3	2	1
		Menos importante			Qualificador			Ganhador de pedido		

FIGURA 5 - MATRIZ IMPORTÂNCIA DESEMPENHO PARA A EMPRESA BETA

FONTE: Elaborado pelos autores com base em Slack (2002)

O passo seguinte foi a construção da matriz importância-desempenho, apresentada na figura 4, percebendo-se como fatores competitivos, que deveriam estar relacionados a objetivos de desempenho prioritários, os seguintes: FC-10, FC-1, FC-4, FC-3, FC-8, FC-5, FC-2. São esses os ganhadores de pedido já citados, a “capacidade de atender a pedidos emergenciais” e “customizados” e o “preço”. Este último tem importância secundária, uma vez que se trata de um fator competitivo qualificador de baixa exigência de desempenho.

### 2.2.2 Estratégia de produção da Empresa Beta

A entrevista com o gerente de planejamento técnico da produção e de desenvolvimento de produtos foi suficiente para esclarecer as prioridades da área de produção da empresa Beta, com relação aos objetivos de desempenho. Respectivamente, pode-se perceber que a qualidade, o custo, a confiabilidade e a rapidez apresentaram-se como os objetivos de desempenho mais importantes para a produção, quando o entrevistado foi convocado a numerá-los por ordem de importância. Nesse caso, fica claro que foi atribuída uma menor importância aos objetivos de desempenho de flexibilidade, apesar do fato de as principais lacunas de desempenho dos fatores qualificadores (customização e capacidade de atender a pedidos emergenciais) e dois dos ganhadores de pedido (variedade e produtos inovadores) terem seus desempenhos diretamente ligados a esses objetivos.

Verificando-se as metas estabelecidas para as métricas ligadas aos diferentes grupos de objetivos de desempenho, percebeu-se uma prioridade de melhoria voltada para os objetivos qualidade e confiabilidade em primeiro lugar, e custo e flexibilidade de volume e entrega em segundo lugar. Contrapondo-se as metas para tais métricas com os fatores competitivos ganhadores de pedido e as lacunas de desempenho dos qualificadores na Figura 6, percebe-se que uma importância demasiada para o objetivo de desempenho “qualidade” não é justificável. O mesmo ocorre com o objetivo “custo”, uma vez que, apesar de existirem lacunas de desempenho para o fator competitivo preço, este não possui grande importância para os clientes da empresa. Por outro lado, o objetivo “confiabilidade” pode contribuir de forma significativa para a melhoria do atendimento aos pedidos emergenciais.

Entretanto, não se utilizam métricas para avaliação do desempenho dos objetivos “flexibilidade de *mix*” e “flexibilidade de produto”. Esse ponto merece atenção, visto que os objetivos de desempenho são cruciais para os fatores competitivos “produtos inovadores” (ganhador de pedido) e “customização” (qualificador com grande lacuna).

### 2.2.3 Resultados financeiros

Foi verificada uma expressiva queda no desempenho de lucratividade, rentabilidade e receitas da Empresa Beta, principalmente no último período avaliado. Grande parte da queda na lucratividade e rentabilidade pode ser atribuída ao menor ritmo de crescimento das vendas, que praticamente permaneceram estagnadas no último período.

Apesar disso, percebe-se que parte das perdas financeiras sofridas pela Empresa Beta poderiam ter sido atenuadas por um foco maior na melhoria dos objetivos de desempenho ligados ao grupo flexibilidade, em detrimento da prioridade dada ao objetivo “custo”. Esse fato poderia, inclusive, contribuir para o fechamento de contratos de fornecimento com base em maior variedade e menor prazo para atendimento de pedidos, podendo contribuir para um aumento maior da receita, que parece ter sido a grande responsável pela queda na lucratividade e rentabilidade.

Novamente, ficou clara a preferência pelas reduções contínuas de custo, mesmo que esse valor não possa ser percebido imediatamente pelos clientes. Admite-se, nesse caso, uma tendência por seguir o discurso dos compradores dos clientes (focados no preço), ao invés de buscar enfatizar uma abordagem de fornecimento de soluções, com base no conceito de valor do cliente.

A compatibilização de prioridades simultâneas em custo e flexibilidade é difícil de ser implementada em virtude dos grandes *trade-offs* existentes. Priorizando-se os dois, tende-se a acabar por ficar sem prioridade clara, o que pode conduzir a desempenhos medianos que não satisfaçam plenamente a nenhum dos segmentos de mercado almejados.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho permitiu a verificação de que, embora bastante difundidos na literatura, os conceitos de estratégia de produção e alinhamento estratégico ainda são muito pouco utilizados em termos práticos, especificamente no que se refere aos fabricantes de bens intermediários da Região Metropolitana de Curitiba. A pesquisa de campo conduzida envolveu estudos de casos em duas unidades de negócios de empresas multinacionais, localizadas na Cidade Industrial de Curitiba.

Inicialmente, pôde-se verificar que nas três empresas pesquisadas as prioridades de desempenho das áreas de produção não estavam diretamente relacionadas com as necessidades provenientes da implementação de suas estratégias de negócios.

Verificou-se, também, que as métricas relacionadas ao grupo de objetivos de desempenho de “custos” apresentavam metas bastante ousadas de melhoria. Esse fato ocorria mesmo não estando o preço praticado pelas empresas estudadas entre seus fatores que ganham pedido ou entre os qualificadores com grande lacuna de desempenho. A superposição de ousadas metas de redução de custos a outras metas ousadas voltadas à melhoria do desempenho em flexibilidade, rapidez e confiabilidade,

estas, sim, diretamente ligadas às necessidades de suas estratégias de negócios, faz com que as empresas estudadas venham apresentando dificuldades para implementar suas estratégias de negócios.

Os dados coletados também permitiram concluir que a falta de alinhamento entre a gestão de suas operações produtivas e suas estratégias de negócios produziram algum impacto recente nos resultados financeiros das empresas. Embora, com base nos resultados obtidos, não seja possível concluir que a falta de foco na gestão das operações produtivas seja uma das causas diretas para a queda da rentabilidade e da lucratividade, percebe-se que a ocorrência desse alinhamento poderia, no mínimo, contribuir para atenuar as perdas recente ocorridas nesses indicadores.

Com base nos resultados obtidos, sugere-se o desenvolvimento de uma pesquisa mais ampla, de foco quantitativo, buscando identificar o grau de alinhamento entre as estratégias de negócios e de produção de empresas de diferentes setores, procurando correlacioná-los com seus resultados financeiros e o uso de diferentes técnicas voltadas ao alinhamento estratégico.

## REFERÊNCIAS

- CORDEIRO, José Vicente B. M. **Alinhamento estratégico**: estudos multicase em empresas paranaenses de médio porte. 2005. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis, 2005.
- CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração da produção e operações**: manufatura e serviços - uma abordagem estratégica. São Paulo: Atlas, 2004.
- HILL, T. **Manufacturing strategy**. London: Macmillan, 1993.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **The balanced scorecard**: translating strategy into action. Boston: Harvard Business School Press, 1996.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Organização orientada para a estratégia**: como as empresas que adotaram o Balanced Scorecard prosperam. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: planejamento, implementação e controle. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.
- MINTZBERG, Henry.; AHLSTRAND, Bruce.; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- MINTZBERG, Henry.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, Djalma de P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 15.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PORTER, Michael E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SLACK, N. **Vantagem competitiva em manufatura**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SLACK, N. Operations strategy: will it ever realize its potential? **Revista Gestão e Produção**, v.12, n.3, p.323-332, set-dez, 2005.

TREACY, Michael; WIERSEMA Fred. **A disciplina dos líderes de mercado**: escolha seus clientes, direcione seu foco, domine seu mercado. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.



## PROJETO DE AVALIAÇÃO E ANÁLISE DE MÚLTIPLOS DE MERCADO, SETORIAIS E FINANCEIROS, DE EMPRESAS DE AGROBUSINESS DE CAPITAL ABERTO

Daniel Vinicius Alberini Schricke\*  
Orientador: Prof. Msc. André Tadeu Paes de Souza

### RESUMO

As metodologias de avaliação buscam identificar as melhores oportunidades com a melhor eficiência possível; nesse tocante, o fluxo de caixa descontado e os múltiplos setoriais ou de mercado são as principais formas de avaliação. O fluxo de caixa descontado desponta como uma metodologia mais confiável para apropriação do valor justo de uma empresa, principalmente as que possuam ações negociadas em bolsa de valores. Por outro lado, os métodos de avaliação relativa buscam encontrar o valor das empresas por meio de outras que possam ser comparadas. Entretanto, essas empresas comparáveis necessitam apresentar fundamentos e características análogas. Dessa forma, este trabalho acadêmico tem por objetivo dissecar tais metodologias e aplicá-las a empresas do *agrobusiness* brasileiro.

**Palavras-chave:** criação de valor; métodos de avaliação; fluxo de caixa descontado; múltiplos financeiros.

\* Acadêmico do 2º ano do Curso de Ciências Econômicas. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

A crescente onda de fusões, aquisições, incorporações e emissões de ações demandam métodos de avaliação e precificação capazes de estimar os valores dessas empresas ou ativos, de acordo com a necessidade de cada participante do mercado financeiro, seja ele investidor, especulador, empresa, empresário e instituição financeira.

A determinação de valor parte do princípio básico de que toda negociação de compra e venda necessita estimar uma faixa de referência utilizada como base para o negócio, como também a tomada de decisão de investimentos e financiamentos depende da geração de valor para os acionistas, de maneira a maximizar os retornos futuros,

Portanto, calcular o preço justo das ações e das empresas é a principal razão para avaliar uma companhia.

Nesse sentido, Brasil (2005, p.129) destaca que, agregada à utilização do método do fluxo de caixa descontado (FCD), a análise de múltiplos de mercado, setoriais e financeiros é, atualmente, a metodologia mais utilizada pelos agentes do mercado financeiro.

Esses agentes buscam determinar a essência da criação de valor para o acionista, ao contrário dos métodos contábeis tradicionais de avaliação como: (a) lucro contábil, (b) avaliação patrimonial, (c) valor de liquidação e (d) valor de reposição, que desconsideram toda e qualquer expectativa futura de geração de valor, assim como o capital intelectual e os ativos intangíveis, além de ignorar o valor temporal do dinheiro.

Em uma pesquisa realizada pela APIMEC, (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais), em 2001 demonstrou-se que 88% dos avaliadores de empresas utilizam o método do fluxo de caixa descontado em suas avaliações, e 82% usam o método dos múltiplos.

Nessa mesma pesquisa, a utilização de um único método de análise é preferida por 23% dos entrevistados, enquanto 60% preferem o das duas metodologias.

O processo de valoração de empresas representa a expectativa dos montantes financeiros gerados no futuro, pelo negócio da empresa, retornados a valor presente por uma determinada taxa de desconto que reflita o tempo e o risco envolvido na distribuição (MARTELANC *et al.*, 2005, p.12).

Por outro lado, os múltiplos de mercado ou indicadores, também conhecido como método de avaliação relativa, são resultantes dos dados contábeis das companhias e utilizados para avaliar uma empresa mediante outras comparáveis, ou seja, não é possível comparar empresas de setores diferentes, identificando, então, empresas sub-avaliadas ou superavaliadas (PASIN, 2004, p.1).

Em virtude das argumentações acima e, como o trabalho busca uma forte correlação com os preços pagos pelas empresas de *agrobusiness*, tanto no mercado acionário secundário, quanto em operações de mercado de capitais, tais como fusões, aquisições, emissões de ações, entre outros, optou-se pela utilização da análise de múltiplos de mercado, setoriais e financeiros, em conjunto com a utilização do método do fluxo de caixa descontado (FCD).

Por ser cada vez mais relevante a participação do agronegócio na economia brasileira, optou-se pela aplicação dos métodos de avaliação nas empresas do setor, desde que estejam listadas em bolsa de valores, para facilitar a obtenção dos demonstrativos contábeis com maior facilidade e confiabilidade.

O objetivo do presente artigo é realizar uma completa análise financeira de empresas do *agrobusiness*, determinando seus "preços justos".

Mais especificamente, este trabalho pretende: (a) determinar teoricamente os valores justos para as empresas selecionadas, utilizando o método do fluxo de caixa descontado, *valuation*, (b) gerar múltiplos de mercado, setoriais e financeiros, (c) permitir a comparação das empresas selecionadas com as de capital fechado e (d) comparar os valores teóricos encontrados com os valores negociados na bolsa de valores.

A metodologia aplicada para elaboração deste trabalho será de pesquisa bibliográfica, tendo como sustentação o referencial teórico dos métodos aplicados para as avaliações financeiras, assim como um conjunto das idéias descritivas e explicativas, já que se descreverão os métodos utilizados para a elaboração das análises, coletando-se dados reais para a realização das projeções econômicas das companhias selecionadas.

Todavia, há uma forte relação com a parte explicativa que visa gerar os indicadores financeiros das empresas e do setor estudado e, então, analisar os dados encontrados, embasando os objetivos do presente artigo.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

Parte-se do pressuposto de que preço e valor são conceitos distintos, isto é, enquanto os preços podem ser fixos ou variar de acordo com fatores tais como concorrência e atuação dos consumidores, a percepção de valor se difere completamente, pois depende da visão individual dos potenciais interessados no bem ou serviço (POVOA, 2004, p.12).

Levando-se esse conceito para o mercado financeiro, os preços das ações flutuam de acordo com a teoria da oferta e demanda, enquanto o valor intrínseco das empresas

varia de acordo com o interesse de cada *player* em adquirir ou vender determinada companhia ou, conforme Brasil (2005, p.91) ", [...] uma decisão de investimento inclui dois componentes: o retorno esperado e o risco assumido [...]".

Seguindo essa premissa é que surgem as necessidades de avaliação das empresas e, por conseguinte, os diversos métodos de avaliação do valor das empresas.

Entre as metodologias mais utilizadas para avaliação estão: método contábil ou patrimonial, capitalização de lucros, fluxo de dividendos (MDD), fluxos de caixa descontados (FCD), método dos múltiplos ou avaliação relativa, métodos de EVA/MVA e opções reais.

Os métodos de avaliação patrimonial de empresas, assim como sugere seu nome, estimam que o valor das empresas pode ser determinado pelo seu valor patrimonial, valor de liquidação ou valor de reposição. Conforme Martelanc *et al.* (2005, p.171), esses modelos partem do princípio de que os custos de aquisição ou estimativa do valor de seus ativos podem determinar o valor das companhias.

Ainda consideram que, basicamente, o valor das companhias se encontra nos balanços contábeis. Porém, ignoram a existência de ativos intangíveis valiosos como marcas, redes de relacionamento, carteira de clientes, capital intelectual dos funcionários entre outros itens que não aparecem no balanço patrimonial das empresas.

Esses itens fazem com que a empresa apresente um valor adicional, um *goodwill*. Martelanc *et al.* (2005, p.177) ainda acrescentam que esses métodos "[...] não contemplam a possível evolução da empresa, no futuro, com o conceito de valor do dinheiro no tempo [...]".

O modelo de capitalização de lucros consiste na utilização de dados extraídos dos demonstrativos de resultado do exercício (DRE). Para Martins (2001, p.271), o modelo de capitalização de lucros é estimado como sendo [...] parte dos lucros médios ponderados antes dos juros e tributos, capitalizando-os com o uso de uma taxa subjetivamente determinada [...].

Essa subjetividade gera ainda mais inconsistência ao modelo, pois, segundo Rappaport (2001, p.31), os métodos contábeis podem sofrer alterações e, assim, gerar impactos sobre os lucros, não alterando as saídas e entradas de caixas e, por conseguinte, o fluxo de caixa da empresa. Portanto, também não alteram a geração de valor econômico da entidade.

Diferentemente, a utilização do desconto dos fluxos futuros de dividendos é o modelo mais antigo em uso, pois considera que "[...] o único fluxo de caixa que um investidor em ações ganha por seu investimento em uma empresa de capital aberto é o dividendo [...]" (DAMODARAN, 2004, p.629). Logo, o valor da ação de uma empresa consiste em determinar o montante de dividendos que serão distribuídos aos acionistas

futuramente, descontados por uma taxa de desconto que engloba fatores como risco e retorno (MARTINS, 2001, p.270).

Em contrapartida, o fluxo de caixa nada mais é do que o balanço das entradas e saídas financeiras existentes nos movimentos operacionais das companhias ou a diferença entre os recebimentos e os pagamentos do período. Assim, se entra mais dinheiro do que sai, certamente o negócio é positivo e gerará valor para o acionista (MARTELANC *et al.*, 2004, p.12).

Por conseguinte, o fluxo de caixa descontado tem como finalidade determinar o valor justo de uma empresa para seus donos, os acionistas, e esse valor justo advém dos possíveis retornos futuros expressos em valores de hoje. Ou seja, utiliza-se de uma projeção de fluxos de caixa para os anos que estão sendo analisados, fixando uma taxa de desconto, a qual será utilizada para retornar os fluxos de caixa encontrados a valor presente (POVOA, 2004, p.13).

Copeland *et al.* (2002, p.66) complementam que, além dos fluxos de caixa previstos para o futuro, deve-se associar uma taxa de desconto que reflita o risco associado a esses fluxos.

São dois os métodos de avaliação por múltiplos, ou duas aplicações distintas da avaliação com múltiplos. A primeira é por meio dos múltiplos de transação em que sua aplicabilidade fica restrita às negociações de fusões e aquisições, uma vez que a base para a concepção dos múltiplos de transação é os valores pagos pelas empresas adquiridas, os valores de dívidas assumidas e as informações das demonstrações financeiras (MARTELANC *et al.*, 2005, p.191).

Os múltiplos de transação não devem ser misturados aos múltiplos de mercado, devido à existência do prêmio pelo controle da companhia.

O segundo tipo é com os múltiplos de mercado, utilizado em larga escala para avaliação de empresas com ações negociadas em bolsa. É considerada a modalidade mais simples e prática para avaliar empresas, pois compara a empresa analisada com outras, mediante múltiplos dos direcionadores de valor, desde que elas sejam comparáveis, ou seja, ao menos estejam enquadradas no mesmo setor.

Ou conforme Martelanc *et al.* (2005, p.183) "[...] esse método pressupõe que o valor de uma empresa pode ser estimado em função dos múltiplos de outras empresas (empresas comparáveis) [...]".

A idéia de valor econômico adicionado, *economic value added* ou simplesmente EVA, de acordo com Brasil (2005, p.81), "[...] de maneira simplificada, refere-se à diferença entre o retorno sobre o capital investido, após pagamento de impostos, e o custo desse capital investido [...]".

Damodaran (2004, p.659) descreve o valor econômico agregado como "[...] uma medida do superávit em moeda, criado por um investimento ou uma carteira de investimentos. Ele é calculado como o produto do retorno extra "obtido sobre um investimento e o capital aplicado nesse investimento [...]", ou seja, o EVA é o resultado gerado por três fatores básicos: o retorno sobre o capital obtido com os investimentos; o custo de capital para os investimentos, pois contempla o custo de capital de terceiro e do patrimônio; e o capital investido.

A metodologia de avaliação por meio das opções reais consiste na determinação de um valor para um ativo ou um projeto que não pode ser estimado com os fluxos de caixa, por não serem viáveis ou rentáveis em determinado momento, apesar de poderem gerar valor para a companhia em data futura.

Conforme Copeland (2002, p.401): "[...] os métodos de precificação de opções são superiores a abordagens FCD tradicionais porque captam explicitamente o valor da flexibilidade [...]".

Para Pasin (2004, p.67) "[...], a existência de incertezas e de flexibilidade na tomada de decisões são elementos fundamentais que justificam a utilização dessa metodologia para avaliação de projetos de investimento [...]", caso contrário, não há necessidade de aplicar o modelo.

## 2 O FLUXO DE CAIXA DESCONTADO

Inicialmente, introduzir-se-á o conceito de que, em uma companhia, existem diversos interesses e interessados envolvidos, entre eles os credores e os acionistas cada um com a sua particularidade. Ambos investem seus capitais na empresa a fim de receberem recursos.

Os credores investem os juros da dívida, pré ou pós-fixada e os acionistas dividendos e/ou ganhos de capital. Assim, segundo Pova (2004, p.191), "[...] a empresa produz um resultado operacional que, até esse momento, pertence ao credor e ao acionista; paga juros, remunerando o credor e gera lucro líquido para o acionista, após o pagamento de impostos [...]".

Nessa continuidade, os fluxos de caixa, então, diferem-se como sendo o fluxo de caixa para a empresa, *free cash flow to the firm* (FCFF) e o fluxo de caixa para os acionistas, *free cash flow to the equity* (FCFE).

Destarte, pode-se avaliar a participação acionária do negócio por meio do fluxo de caixa para o acionista ou avaliar a empresa como um todo, incluindo os demais detentores de direitos financeiros, com o fluxo de caixa para a empresa (MARTELANC, 2005, p.17).

Devido, então, aos interesses envolvidos, surgem as diferentes taxas de descontos para os fluxos de caixa. O valor da companhia para os acionistas é encontrado dessa forma, descontando o FCFE pelo modelo do custo de capital próprio, que reflete o retorno e o risco esperado pelos investidores ou acionista.

Já o FCFF será sempre descontado pelo método do custo médio ponderado de capital, *weighted average cost of capital* (WACC), que irá justamente ponderar os interesses de cada parte envolvida na companhia (POVOA, 2004, p.192).

Assim, para que se possa definir o fluxo de caixa a ser utilizado, precisa-se de bases para tal, por isso, Martelanc *et al.* (2005, p.12) defendem que a projeção do fluxo de caixa inicia-se com base na projeção da receita e demais contas das demonstrações de resultados do exercício (DRE) da entidade que será analisada.

Os direcionadores de valor tais como: taxa de crescimento em vendas, margem de lucro operacional, alíquota de imposto de renda, investimento em capital de giro, investimentos em ativos permanentes, etc. também são fatores que influenciam na criação de valor para o acionista, na visão do fluxo de caixa descontado e merecem a devida atenção (RAPPAPORT, 2004, p.76).

A montagem do fluxo de caixa pode ser determinada, então, com os seguintes parâmetros:

- (=) Lucro Antes de Juros e Imposto de Renda (LAJI)
- (-) Imposto sobre o LAJI (Imposto de renda sobre o resultado operacional)
- = Lucro Operacional (NOPAT)
- (+) Depreciação
- (-)  $\Delta$ Necessidades de investimentos em ativos fixos (Imobilizados)
- (-)  $\Delta$ Capital de giro
- (=) Fluxo de Caixa Livre para a Empresa (FCFF)
- (-) Pagamento de juros e dívidas
- (+) Imposto de renda sobre os juros (Benefício fiscal)
- (-) Amortização de empréstimos
- (+) Novos empréstimos contraídos
- (=) Fluxo de Caixa Livre para o Acionista (FCFE)

### **Fórmula 1 - Montagem do fluxo de caixa**

A variação das necessidades de investimentos em ativos fixos (imobilizados) pode ser extraída das contas contábeis das empresas, e Damodaran (2003, p.614) complementa que, ao estimar as despesas em capital físico para ser utilizado nas projeções de fluxo de caixa futuros, devem ser examinadas as despesas de capital no decorrer do tempo e normalizá-las pela média, ou observando normas do setor.

Por outro lado, a variação do capital de giro necessário para a continuidade das operações da companhia pode ser estimada, conforme Brasil (2005, p.50), mediante contas operacionais do ativo, (contas a receber de clientes e estoques) e as necessidades do passivo (contas a pagar, fornecedores, salários e contribuições a pagar, fretes a pagar, etc.), exceto as contas do passivo exigível.

O valor dos fluxos de caixa trazidos ao presente pode ser calculado da seguinte maneira:

$$\text{Valor} = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{\text{FCFE}_t}{(1 + \text{CCP})^t} + \text{VR} \quad \text{ou} \quad \text{Valor} = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{\text{FCFF}_t}{(1 + \text{WACC})^t} + \text{VR}$$

### **Fórmula 2 - Modelo do fluxo de caixa descontado para a empresa/acionista**

Em que:

$\text{FCFE}_1$  = Fluxo de caixa para o acionista no período t

$\text{FCFF}_1$  = Fluxo de caixa para a empresa no período t

n = Vida do ativo

t = Número de períodos do fluxo de caixa

CCP = Custo do capital próprio ou a taxa de desconto

WACC = Custo médio ponderado de capital

VR = Valor residual ou perpetuidade

## **2.1 Taxa de Desconto**

Determinados os fluxos de caixa previstos para o período da análise, é necessário encontrar a taxa de desconto que será empregada aos fluxos para a obtenção de seus valores presentes.

Nesse aspecto, uma definição de taxa de desconto ou custo de capital pode ser apresentada como: o retorno mínimo necessário para atrair capital a um investimento. Outra definição diz respeito ao custo do capital ser o valor do dinheiro no tempo para a conversão dos fluxos de caixa a valor presente (MARTELANC *et al.*, 2005, p.132).

Portanto, a taxa de desconto é o fator preponderante para que um investidor aceite ou não o investimento em um ativo, ponderando o retorno exigido pelo risco a ser assumido.

Segundo Rappaport (2004, p.70), "[...] a criação de valor resulta do investimento da empresa com taxas acima do custo de capital exigido pelo mercado de capitais [...]".



O processo de cálculo da taxa de desconto dos fluxos, assim como o tipo de fluxo de caixa, pode ser estimado por dois métodos: (a) Custo médio ponderado de capital ou (b) Custo do capital próprio.

## 2.2 Custo do Capital Próprio

O *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* ou custo do capital próprio é o principal modelo utilizado para o cálculo da taxa de desconto para o acionista. É importante salientar que não se pode aplicar o CAPM ao fluxo de caixa da empresa ou o custo médio ponderado de capital (CMPC) ao fluxo de caixa do acionista, portanto, esse modelo desconta apenas o fluxo de caixa para o acionista.

Martelanc et al. (2005, p.135) elucidam que o modelo tem por base o risco de duas partes: O risco diversificável e o risco não diversificável, ou seja, o primeiro é o risco pertinente à empresa e pode ser minimizado com a diversificação de portfólio, ao passo que o risco sistemático afeta todas as demais empresas e não pode ser minimizado com a diversificação. Conclui-se, desse modo, que o retorno esperado de um ativo por meio do CAPM será a soma de um ativo livre de risco com um prêmio pelo risco exigido pelo acionista.

Esse prêmio pelo risco é a diferença entre uma carteira referencial de mercado e o ativo livre de risco, ponderada com um fator beta que se refere à sensibilidade em relação do ativo com o mercado estudado.

O beta também pode ser determinado como o risco de mercado ou risco diversificável do ativo analisado ou, ainda, o coeficiente angular de uma regressão linear, que visa explicar a variação do ativo em questão em função da variação de outro ativo (POVOA, 2004, p.146)

A determinação do CAPM pode ser definida na seguinte fórmula matemática:

$$R_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$$

### **Fórmula 3 - Cálculo da taxa de desconto com o CAPM**

Em que:

$R_e$  = Retorno esperado das ações de uma empresa

$R_f$  = Retorno do ativo livre de risco

$R_m$  = Retorno esperado para a carteira do mercado

$\beta$  = Sensibilidade da ação em relação ao mercado de ações

Elucidando as variáveis do modelo, tem-se que:

A taxa do ativo livre de risco é aquela que possui o menor risco do mercado, ou seja, teoricamente não há quase riscos de a fonte emissora não honrar o compromisso, portanto, nesse caso, pode-se utilizar a taxa básica de juros da economia brasileira, SELIC, descontada da inflação prevista para o período, equivalente, então, à taxa de juros real da economia.

O prêmio pelo risco de mercado ou simplesmente  $(R_m - R_f)$  pode ser definido como "[...] a diferença entre a taxa de retorno esperado do portfólio de mercado e a taxa de retorno do ativo sem risco [...]" (MARTELANC et al., 2005, p.138). Para determinação do retorno esperado para o portfólio de mercado, podem ser utilizados os retornos históricos do mercado acionário.

Já o beta ou sensibilidade de um ativo em relação ao índice de mercado utilizado como base para a determinação do custo de capital pode ser obtido estatisticamente pela seguinte equação:

$$\beta_j = \frac{\text{Cov}(R_j, R_m)}{\sigma^2(R_m)}$$

#### **Fórmula 4 - Determinação do coeficiente beta**

Em que:

$\beta_j$  = Beta do ativo j.

$\text{Cov}(R_j, R_m)$  = Covariância entre os retornos do ativo j e a carteira de mercado.

$\sigma^2(R_m)$  = Variância dos retornos da carteira de mercado.

### **2.3 Custo Médio Ponderado de Capital**

O custo médio ponderado de capital ou *weighted average cost of capital* (WACC), como o próprio nome sugere, é a ponderação entre o custo de capital próprio e o custo do capital de terceiros na proporção relacionada ao capital investido da empresa.

Segundo Damodaran (2003, p.618), o custo de capital próprio ou custo do patrimônio líquido reflete a taxa de retorno exigida pelos investidores em ações da empresa, e o custo de capital de terceiros representa o custo de empréstimo atual, ajustado pelo benefício fiscal do imposto de renda sobre os juros do empréstimo, portanto, o WACC é utilizado para descontar o fluxo de caixa livre para a empresa.

Então, o WACC pode ser calculado da seguinte forma:

$$WACC = \frac{VM}{VM + VPD} \times CCP + \frac{VPD}{VM + VPD} + CD_{1-t}$$

### **Fórmula 5 - Cálculo do custo médio ponderado de capital (CMPC)**

Em que:

VM = Valor de mercado para o acionista; número de ações x preço da ação

VPD = Valor presente de toda a dívida, se ela fosse paga hoje<sup>1</sup>

VM + VPD = Valor da companhia

CCP = Custo do capital próprio, CAPM

CD<sub>1-t</sub> = Custo médio da dívida bruta<sup>2</sup>

Para a taxa de desconto por meio do WACC, entrar-se-á no conceito do *beta bottom up* ou *beta desalavancado*, que busca incluir no cálculo do beta a alavancagem financeira das empresas como fator determinante do risco diversificável, isso porque quanto mais alavancada for uma empresa, maior o risco do investimento em ações dessa companhia.

Partindo-se do pressuposto de que o beta estatístico é calculado com base em variáveis passadas, isso torna a regressão ainda menos confiável, porque as empresas sofrem constantes mudanças, e mercados emergentes são mais voláteis, trazendo ruídos às observações (POVOA, 2004, p.156).

Nesse sentido, surge a necessidade de uma avaliação mais refinada, porquanto, segundo a teoria do *bottom up beta*, empresas do mesmo setor tendem a possuir betas diferenciados apenas pela alavancagem financeira.

Para calcular o *bottom up beta*, parte-se do cálculo do *beta* estatístico da empresa que está sendo avaliada e outras empresas do setor (um número ideal para essa análise seria de cinco empresas), relacionadas com um índice que possa refletir o mercado das empresas em análise.

Num segundo momento, calcula-se o *beta* médio do setor ponderado pelo valor de mercado das empresas, isso para garantir representatividade às maiores empresas, ou seja: multiplicando-se cada *beta* estatístico pelo seu valor de mercado e dividindo-se a soma de todas pelos resultados encontrados pelo valor total de mercado das empresas do setor, encontra-se o *beta* do setor.

<sup>1</sup> Devido ao fato de o Mercado de dívidas brasileiro ser pouco líquido, utiliza-se o valor contábil.

<sup>2</sup> Descontado o ganho tributário da dívida (t - alíquota de imposto de renda).

Feito isso, encontrar-se-á a relação dívida/valor do setor com o mesmo método ponderado; ou seja, multiplicando-se cada relação D/VM pelo valor de mercado de cada empresa e dividindo-se a soma de todas as relações pelo valor total de mercado das companhias do setor.

Com o beta do setor, a relação D/VM do setor e a alíquota do imposto de renda, encontra-se o Beta desalavancado também do setor, pela fórmula:

$$\beta = \beta_d \times \left( 1 + \left( \left( \frac{D}{VM} \right) \times (1-t) \right) \right)$$

#### **Fórmula 6 - Cálculo do beta bottom up**

Em que:

$\beta$  = Beta da empresa

$\beta_d$  = Beta desalavancado, como se a empresa não possuísse dívida

D = Endividamento oneroso da companhia

VM = Valor de mercado, número de ações x preço

t = Alíquota do imposto de renda que propiciará o benefício fiscal

## **2.4 A Perpetuidade ou Valor Residual**

Para Póvoa (2004, p.109), o valor residual por meio da perpetuidade é "[...] aquele em que a empresa atinge seu estágio máximo de produtividade, tendo muito pouco a evoluir dali por diante. É o que se chama fase da maturidade: a única forma de crescer será investindo mais [...]". Entretanto, se houver maiores investimentos, haverá, também, uma queda na capacidade de geração de caixa.

Na realidade, o método da perpetuidade não se baseia no fato de que os fluxos de caixa na perpetuidade serão idênticos ou nulos e, sim, que os fluxos de caixa futuros resultantes não afetarão o valor da empresa, pois a taxa de retorno acaba sendo igual sobre o investimento e igual ao seu custo de capital (RAPPAPORT, 2004, p.62).

A avaliação da perpetuidade ou valor contínuo é essencial para qualquer situação, por possuir grande representatividade no valor total da empresa analisada (COPELAND, 2002, p.273).

O cálculo para determinação da perpetuidade é, então, apresentado abaixo:

$$VR = \frac{FC_{t+1}}{r - g}$$

### **Fórmula 7 - Cálculo do valor residual mediante a perpetuidade**

Em que:

VR = Valor presente da perpetuidade

$FC_{t+1}$  = Fluxo de caixa livre no primeiro ano após o horizonte de projeto

r = Taxa de desconto na perpetuidade

g = Taxa de crescimento dos fluxos de caixa na perpetuidade

A taxa de crescimento dos fluxos na perpetuidade, neste momento, merece especial atenção, destarte que poucas empresas conseguiram, na perpetuidade, atingir crescimentos por longos períodos superiores ao da economia, portanto, a melhor medida seria utilizar a taxa de crescimento de longo prazo do setor da empresa analisada mais a inflação (COPELAND, 2002, p.285).

Damodaran (2002, p.48) contribui com a idéia de utilização das taxas históricas de crescimento global como fator de uso no crescimento da perpetuidade.

Após a determinação do fluxo de caixa para os anos previstos, a taxa de desconto a ser utilizada e a perpetuidade da análise, chega-se à fase final da avaliação que consiste em encontrar o valor da empresa ou o seu "valor justo".

Nesse ponto, são realizados os ajustes necessários para encontrar o valor justo para a empresa por meio do método do fluxo de caixa descontado.

#### **(=) Fluxo de Caixa Livre para a Empresa (FCFF)**

(+) Disponibilidades ou caixa existente

(+) Valor das participações em outras empresas

#### **(=) Valor da empresa**

(-) Endividamento existente

(-) Opções sobre ações existentes

#### **(=) Valor para o acionista**

(/) Número de ações da empresa

#### **(=) Valor por ação**

### **Fórmula 08 - ajuste para valor por ação**

### 3 AVALIAÇÃO RELATIVA OU MÉTODO DOS MÚLTIPLOS

A metodologia baseia-se na idéia de que empresas semelhantes devem possuir preços semelhantes, no entanto, a comparação de preços de ações negociadas não é valida porque o que interessa é o valor de mercado e não o valor individual de cada ação (MARTELANC, et al., 2005, p.185).

Nessa modalidade de avaliação, o objetivo é verificar os ativos com base em ativos similares e, então, visualizar como o mercado está precificando essas empresas (DAMODARAN, 2004, p.630).

Porém, devido à própria simplicidade do uso da avaliação relativa, surgem problemas de avaliação, o próprio relacionamento com os fundamentos financeiros das empresas, muitas vezes, é ignorado, comprometendo toda a avaliação, ocasionando erros consideráveis (DAMODARAN, 2002, p.268).

Conforme Pasin (2004, p.2), a avaliação relativa é bastante intuitiva, apresentando alto grau de possibilidade de manipulação, apto a retornar qualquer valor para a empresa analisada.

Outro aspecto é que, na avaliação relativa, "[...] os valores de uma empresa levam em consideração suas especificidades e perspectivas futuras, e nem sempre tais características e perspectivas serão semelhantes às da empresa objeto da avaliação [...]]", comprometendo a avaliação pelos dos múltiplos.

Os principais múltiplos utilizados são:

- Múltiplos de lucro líquido;
- Múltiplos de EBITDA;
- Múltiplos de fluxo de caixa;
- Múltiplos de valor patrimonial;
- Múltiplos de receita;
- Múltiplos específicos.

### 4 SELEÇÃO DAS EMPRESAS E RESULTADOS OBTIDOS

O critério de seleção utilizado em nossa pesquisa inicialmente parte do grupo de empresas situadas no ramo do agronegócio, listadas em bolsa e que possuam maior representatividade tanto em termos de tamanho de empresa quanto de liquidez de suas ações.

Portanto, as empresas selecionadas foram:

- Sadia
- Perdigão
- Renar Maçãs
- Grupo Cosan

Os resultados obtidos neste trabalho partiram de uma premissa macroeconômica básica para todas as avaliações realizadas, visando sempre a projeções de longo prazo, nesta ocasião o ano de 2010, visto que a projeção dos fluxos estende-se até tal data.

A taxa livre de risco empregada nas avaliações teve como base projeções da taxa SELIC, de acordo com expectativas do mercado no longo prazo, retirando-se as mesmas expectativas para a inflação do período utilizado, encontrando-se, então, o valor de 8,11% (ou os juros reais do período da projeção), que representa a projeção da taxa SELIC, para 2010, de (11,6%), menos a expectativa de inflação do IPCA para o mesmo ano (3,5%).

Esses valores foram utilizados para todos os processos de avaliação encontrados neste trabalho.

Assim, também as taxas de crescimento da perpetuidade, que foram empregadas de acordo com o crescimento global dos últimos tempos, ficando em torno de 3,5% e, no cálculo da perpetuidade das análises, empregou-se a taxa de 3,5% em todas as avaliações.

A utilização dos prêmios de risco do mercado analisado também é um fator comum nas avaliações e muito importante, pois compõe o cálculo da taxa de desconto dos fluxos, por isso se optou pela utilização dos fluxos em moeda corrente do país.

Não se empregou a utilização do risco país nem a taxa dos títulos americanos; nesse tocante, aplicou-se a taxa de prêmio para países emergentes que tem sido estimada, segundo o mercado brasileiro, em torno de 8,5%.

No que tange à parte contábil das avaliações, o modelo empregado constrói todas as contas patrimoniais e seus demonstrativos, o balanço patrimonial é construído pelo modelo das utilizações de ativo e passivo projetados para os anos da avaliação e corrigidos pelas expectativas de inflação dos períodos, assim como dos crescimentos esperados para as companhias.

Portanto, o patrimônio líquido não é encontrado por diferença e, sim, projetado junto com as demais contas ativas e passivas e os dados extraídos das demonstrações de resultados dos exercícios analisados.

## 4.1 Sadia

Com a aplicação das premissas apresentadas acima e as taxas de crescimento das receitas da empresa de acordo com a perspectiva do setor de alimentos em que a empresa está inserida, chegou-se ao valor dito como "justo" de mercado para a empresa de R\$ 4.926.579 mil reais ou R\$ 7,21 reais por ação. Isso representa um potencial de valorização de 22,8%, visto que, em 31/05/2006, as ações eram negociadas na Bovespa a R\$ 5,87 reais.

Para se chegar a esses valores, foram utilizados os fluxos de caixa projetados para cada ano, descontando-os a uma taxa de 13,94%, encontrada por meio do custo médio ponderado de capital e utilização de um Beta Bottom up de 0,83 para essa ação.

O custo de capital próprio da empresa situa-se na faixa de 15,20% ao passo que o custo real da dívida encontra-se em 12,30%.

A perpetuidade trazida a valor presente pela taxa de desconto ficou estimada em R\$ 4.007.303 mil reais, conforme esperado, representando a maior parte da avaliação do valor da companhia.

M. de Cálculo: Determinação do Valor da Empresa (R\$ mil)	12/2005	12/2006	12/2007	12/2008	12/2009	31/12/2010
Fluxo de caixa operacional corrigido	-	557.804	508.346	639.644	965.344	1.378.585
Pagamento de IRPJ e contribuição social	-	55.913	68.710	158.879	265.695	425.449
Investimentos operacionais	-	525.000	420.000	290.000	255.000	170.000
Participações minoritárias	-	2.366	2.859	3.699	5.183	7.443
<b>Fluxo de caixa (R\$ mil)</b>	<b>-</b>	<b>(25.475)</b>	<b>16.777</b>	<b>187.065</b>	<b>439.466</b>	<b>775.693</b>
<b>VPL dos fluxos de caixa de 2006 até 2010 (R\$ mil)</b>	<b>1.393.526</b>					
<b>Perpetuidade a valor presente (R\$ mil)</b>	<b>4.007.303</b>					
<b>VPL - Perpetuidade (R\$ mil) - 2006YE</b>	<b>5.400.829</b>					
Caixa - 2006YE	2.623.581					
Valor do endividamento - 2006YE	3.099.194					
Endividamento líquido - 2006YE	475.613					
<b>Valor justo da empresa</b>	<b>4.925.216</b>					
<b>Valor de mercado</b>	<b>4.009.210</b>					
<b>Valor justo da ação</b>	<b>7,21</b>					
<b>Valor de mercado da ação em 31/05/2006</b>	<b>5,87</b>					
<b>Potencial de valorização/desvalorização</b>	<b>22,8%</b>					
Beta	0,83					
Taxa livre de risco	8,11					
Prêmio pelo risco de mercado	8,50					
Custo do capital/próprio	15,20					
Custo real da dívida	12,30					
WACC (%)	13,94					
Fator de desconto do fluxo de caixa		1,14	1,30	1,48	1,69	1,92
<b>Perpetuidade - último ano projetado</b>	<b>2010</b>					
<b>Taxa de crescimento do fluxo de caixa na perpetuidade</b>	<b>3,50</b>					

QUADRO 1 - DETERMINAÇÃO DO VALOR - SADIÁ

FONTE: O autor



## 4.2 Perdigão

Para a companhia Perdigão, encontrou-se um potencial de valorização de apenas 7,1%, pois seu valor "justo" ficou em R\$ 3.299.433 mil reais ou R\$ 24,63 por ação e, em 31/05/2006, suas ações fecharam o dia sendo negociadas a R\$ 23,00.

As projeções utilizadas para a Perdigão foram muito próximas às da Sadia, visto que são duas empresas concorrentes e atuantes na mesma atividade, exceto no mix de produtos congelados e prontos e, como pôde ser verificado nos múltiplos encontrados, ocorrem poucas variações entre as empresas.

Pelo *beta bottom up*, encontrou-se um valor de 0,69, resultando, então, um custo de capital próprio de 13,94% e um custo real da dívida de 12,35%, logo, uma taxa de desconto de 13,38% por meio do custo médio ponderado de capital.

Também pôde ser observado que, nesse momento, o custo de capital da Perdigão é menor que o da Sadia, visto que seu custo de capital próprio chega a 1,26 pontos percentuais abaixo da segunda.

A perpetuidade encontrada em valores presentes ficou em R\$ 3.336.096 mil reais.

M. de Cálculo: Determinação do Valor da Empresa (R\$ mil)	12/2005	12/2006	12/2007	12/2008	12/2009	31/12/2010
Fluxo de caixa operacional corrigido	-	314.003	316.421	496.752	729.540	993.279
Pagamento de IRPJ e contribuição social	-	38.924	42.957	112.921	206.222	281.821
Investimentos operacionais	-	390.000	350.000	265.000	185.000	115.000
<b>Fluxo de caixa (R\$ mil)</b>	<b>-</b>	<b>(114.921)</b>	<b>(76.536)</b>	<b>118.831</b>	<b>338.318</b>	<b>596.458</b>
<b>VPL dos fluxos de caixa de 2006 até 2010 (R\$ mil)</b>	<b>862.149</b>					
<b>Perpetuidade a valor presente (R\$ mil)</b>	<b>3.336.096</b>					
<b>VPL - Perpetuidade (R\$ mil) - 2006YE</b>	<b>4.198.245</b>					
Caixa - 2006YE	775.225					
Valor do encividamento - 2006YE	1.674.038					
Endividamento líquido - 2006YE	898.813					
<b>Valor justo da empresa</b>	<b>3.299.433</b>					
<b>Valor de mercado</b>	<b>3.081.011</b>					
<b>Valor justo da ação</b>	<b>24,63</b>					
<b>Valor de mercado da ação em 31/05/2006</b>	<b>23,00</b>					
<b>Potencial de valorização/desvalorização</b>	<b>7,1%</b>					
Beta	0,69					
Taxa livre de risco	8,11					
Prêmio pelo risco de mercado	8,50					
Custo do capital/próprio	13,94					
Custo real da dívida	12,35					
WACC (%)	13,38					
Fator de desconto do fluxo de caixa		1,13	1,29	1,46	1,65	1,87
<b>Perpetuidade - último ano projetado</b>	<b>2010</b>					
<b>Taxa de crescimento do fluxo de caixa na perpetuidade</b>	<b>3,50</b>					

QUADRO 2 - DETERMINAÇÃO DO VALOR - PERDIGÃO

FONTE: O autor

### 4.3 Renar Maçãs

Com um potencial de desvalorização de cerca de 9,1%, a Renar Maçãs foi a empresa de nossas avaliações que apresentou os piores resultados, com um valor "justo" encontrado de R\$ 24.735.008 reais ou R\$ 0,62 por ação projetado contra seu valor de fechamento, em 30/05/2006, de R\$ 0,68.

No caso dessa empresa, por ser de pequeno porte em relação às demais empresas do agronegócio brasileiro listadas na Bovespa e enquadrar-se nas empresas de baixa liquidez, encontrou-se um beta de 0,45. No entanto, é importante salientar que ela teve seu capital aberto recentemente e não existem outras empresas do setor que possam ser utilizadas para calcular seu *beta* com melhor precisão.

Com base nesses dados, sua taxa de desconto ficou em 13,20%, beneficiado pelo custo de capital próprio de 11,96%, por apresentar um beta baixo. Entretanto, por ser uma empresa com menor poder de negociação e, praticamente, seus empréstimos serem nacionalizados, seu custo real de dívida ficou na faixa de 14,70%, resultando na referida taxa de desconto para os fluxos.

M. de Cálculo: Determinação do Valor da Empresa (R\$ mil)	12/2005	12/2006	12/2007	12/2008	12/2009	31/12/2010
Fluxo de caixa operacional corrigido	-	(393.091)	1.780.096	4.212.071	6.229.532	8.023.790
Pagamento de IRPJ e contribuição social	-	0	0	0	2.088.725	2.384.480
Investimentos operacionais	-	212.000	420.000	620.000	315.000	112.000
<b>Fluxo de caixa (R\$ mil)</b>	<b>-</b>	<b>(605.091)</b>	<b>1.360.096</b>	<b>3.592.071</b>	<b>3.825.807</b>	<b>5.527.310</b>
<b>VPL dos fluxos de caixa de 2006 até 2010 (R\$ mil)</b>	<b>13.700.193</b>					
<b>Perpetuidade a valor presente (R\$ mil)</b>	<b>31.728.205</b>					
<b>VPL - Perpetuidade (R\$ mil) - 2006YE</b>	<b>45.428.397</b>					
Caixa - 2006YE	1.833.681					
Valor do endividamento - 2006YE	22.527.071					
Endividamento líquido - 2006YE	20.693.390					
<b>Valor justo da empresa</b>	<b>24.735.008</b>					
<b>Valor de mercado</b>	<b>27.200.000</b>					
<b>Valor justo da ação</b>	<b>0,62</b>					
<b>Valor de mercado da ação em 31/05/2006</b>	<b>0,68</b>					
<b>Potencial de valorização/desvalorização</b>	<b>-9,1%</b>					
Beta	0,45					
Taxa livre de risco	8,11					
Prêmio pelo risco de mercado	8,50					
Custo do capital/próprio	11,96					
Custo real da dívida	14,70					
WACC (%)	13,20					
Fator de desconto do fluxo de caixa		1,13	1,28	1,45	1,64	1,86
<b>Perpetuidade - último ano projetado</b>	<b>2010</b>					
<b>Taxa de crescimento do fluxo de caixa na perpetuidade</b>	<b>3,50</b>					

QUADRO 3 - DETERMINAÇÃO DO VALOR - RENAR MAÇÃS

FONTE: O autor

A perpetuidade em valor presente resultou no montante de R\$ 31.728.205 reais. Porém, com um endividamento líquido bastante alto, a empresa teve seu valor "justo" reduzido para R\$ 24.735.008 ou R\$ 0,62 por ação.

#### 4.4 Grupo Cosan

Encontrou-se um potencial de valorização para suas ações da ordem de 3,7%. Todavia, é importante salientar neste ponto que as ações da empresa, desde que tiveram seu capital aberto, respondem por uma invejável valorização de 197%.

O valor de mercado "justo" encontrado nesta avaliação ficou em R\$ 9.313.377 mil reais ou R\$ 148,81 por ação, enquanto seu valor de fechamento no dia 31/05/2006 foi de R\$ 143,50 ou R\$ 8.980.804 mil reais em valor de mercado.

Devido à consistência dos números de dados na série de cotações da ação também baixos, encontrou-se um beta de 0,77, valor este que, aplicado às demais funções, resultou em uma taxa de desconto de 14,66% pelo custo médio ponderado de capital. Fragmentando-o, tem-se que o custo do capital próprio está em 14,67%, e o custo real da dívida, na faixa de 14,57%.

M. de Cálculo: Determinação do Valor da Empresa (R\$ mil)	12/2005	12/2006	12/2007	12/2008	12/2009	31/12/2010
Fluxo de caixa operacional corrigido	-	344.437	829.078	1.481.271	2.216.938	2.724.841
Pagamento de IRPJ e contribuição social	-	99.167	350.509	638.461	926.150	1.044.351
Investimentos operacionais	-	390.000	290.000	220.000	170.000	70.000
Participações minoritárias	-	19.250	68.040	123.937	179.782	202.727
<b>Fluxo de caixa (R\$ mil)</b>	<b>-</b>	<b>(163.980)</b>	<b>120.529</b>	<b>498.873</b>	<b>941.006</b>	<b>1.407.763</b>
<b>VPL dos fluxos de caixa de 2006 até 2010 (R\$ mil)</b>	<b>2.804.191</b>					
<b>Perpetuidade a valor presente (R\$ mil)</b>	<b>6.587.119</b>					
<b>VPL - Perpetuidade (R\$ mil) - 2006YE</b>	<b>9.391.310</b>					
Caixa - 2006YE	758.640					
Valor do endividamento - 2006YE	836.573					
Endividamento líquido - 2006YE	77.933					
<b>Valor justo da empresa</b>	<b>9.313.377</b>					
<b>Valor de mercado</b>	<b>8.980.804</b>					
<b>Valor justo da ação</b>	<b>148,81</b>					
<b>Valor de mercado da ação em 31/05/2006</b>	<b>143,50</b>					
<b>Potencial de valorização/desvalorização</b>	<b>3,7%</b>					
Beta	0,77					
Taxa livre de risco	8,11					
Prêmio pelo risco de mercado	8,50					
Custo do capital/próprio	14,67					
Custo real da dívida	14,57					
WACC (%)	14,66					
Fator de desconto do fluxo de caixa		1,15	1,31	1,51	1,73	1,98
<b>Perpetuidade - último ano projetado</b>	<b>2010</b>					
<b>Taxa de crescimento do fluxo de caixa na perpetuidade</b>	<b>3,50</b>					

QUADRO 4 - DETERMINAÇÃO DO VALOR - GRUPO COSAN

FONTE: O autor

A perpetuidade responde por cerca de 71% do valor justo da avaliação, abaixo dos valores encontrados nas outras avaliações. Devido ao forte crescimento dos fluxos de caixa nos anos de avaliação, o valor presente da perpetuidade encontrado foi de R\$ 6.587.119 mil reais, ao passo que os fluxos de caixa retornados ao valor presente, descontados o endividamento líquido, respondem pelos demais 29% do valor "justo" da companhia.

#### 4.5 Múltiplos Obtidos

Com relação aos múltiplos obtidos, pode-se destacar a volatilidade nos resultados encontrados, devido à volatilidade nos lucros das companhias, como é o caso de Sadia e Perdigão que têm suas perspectivas altamente influenciadas para o ano de 2006, isso notável no múltiplo de P/L.

Com relação à companhia Renar Maçãs, conforme foi abordado nas bases do trabalho, alguns múltiplos perdem sua finalidade no caso de prejuízos nos lucros contábeis. Como se pode ver, a evidência, nessa empresa, deixa os valores negativos, porém, somente como modo de visualização, já que não se poderia obter retornos em anos negativos.

Comparando-se as duas empresas mais próximas, Sadia e Perdigão, pode-se observar, por meio dos múltiplos, que ambas operam com características próximas e bastante semelhantes, o que é bem evidenciado no múltiplo de Preço/Receitas. Ele também pode ser observado em Renar Maçãs, apesar de possuir um nicho de mercado completamente diferente.

No Grupo Cosan, devido à grande perspectiva de crescimento em suas receitas, fluxos de caixa e lucros tanto operacionais quanto líquidos, foi observada, pelos múltiplos, uma grande melhora em seus valores, no entanto ainda forte volatilidade nos resultados, o que pode prejudicar uma análise futura, ou a avaliação de outra empresa desse setor embasada em seus múltiplos.

PREÇO/LUCRO	PERDIGÃO	SADIA	COSAN	RENAR
2005	7,3	6,1	519,0	-3,5
2006E	37,7	20,2	51,8	-11,3
<b>VE/EBITDA</b>				
2005	6,6	5,5	39,5	-43,8
2006E	15,1	9,6	18,0	43,0
<b>PREÇO/RECEITAS (R\$/tonelada)</b>				
2005	485	481	4.385	525
2006E	533	501	2.923	456
<b>VE/Receitas (R\$/tonelada)</b>				
2005	731	542	4.773	893
2006E	701	561	2.948	803

QUADRO 5 - COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS MÚLTIPLOS ENCONTRADOS

FONTE: O autor

## CONCLUSÃO

A apresentação bibliográfica apresentada no desenvolvimento deste artigo visou demonstrar as principais metodologias de análise de empresas, alguns tópicos de geração de valor, principal causa da administração e gestão moderna e a explanação mais detalhada dos modelos embasados no fluxo de caixa descontado e dos múltiplos de mercado ou avaliação relativa.

A aplicação dos métodos de análise, por meio do fluxo de caixa descontado, proporcionou como resultado desta pesquisa, segundo as premissas macroeconômicas utilizadas e os fatores empregados na estimativa de receitas futuras, o encontro de um determinado valor para as ações das empresas escolhidas.

Esse valor foi estabelecido como "valor justo". Comparando-se o valor encontrado com os valores das ações dessas empresas negociadas na bolsa de valores, é possível balizar o potencial de alta ou baixa dessas ações e verificar o possível investimento em tais empresas ou não.

Tal fator pode ser utilizado em momentos de euforia nas bolsas, aproveitando excelentes oportunidades para compras ou vendas das ações, tendo em vista que, nesses movimentos, acabam-se refletindo o aspecto psicológico e o nervosismo dos participantes do mercado, ao invés da realidade dos fundamentos das companhias.

A taxa de desconto aplicada nas avaliações visa encontrar um ponto equilíbrio entre o médio e o longo prazo, para determinação dos fluxos em valores presentes, já que não é possível poluir a análise de longo prazo com fatores de curto prazo. Nesse tocante, o modelo de avaliação torna-se completamente dinâmico e necessita de acompanhamento detalhado da evolução dos fatores que podem influenciar as perspectivas de longo prazo de geração das empresas.

Esses fatores podem ser taxa de juros, crescimentos setoriais, aumento ou redução do crescimento do país, variações nas taxas de câmbio e expectativa de inflação, assim como as necessidades de investimentos das companhias para manutenção do crescimento dos níveis de receita e o risco admitido ou esperado pelos investidores.

Por outro lado, quanto à perpetuidade, foi verificado que ela representa grande parte do valor das empresas, e a utilização dos valores de entrada deve ser aplicada com cautela, pois pode comprometer todo o trabalho de avaliação.

Aspectos como crescimentos dos fluxos na perpetuidade, necessidade de investimentos, crescimento das receitas e a própria taxa de desconto são os fatores principais de atenção em relação ao valor residual ou perpetuidade.

Assim, o fluxo de caixa descontado é um método de avaliação bastante flexível, porém trabalhoso, que pode ser empregado com maior confiabilidade em relação aos demais apresentados, demandando, principalmente, conhecimento das companhias e das perspectivas do setor em que cada uma se enquadra, assim como as demais variáveis macroeconômicas.

A avaliação mediante múltiplos setoriais ou de mercados necessita que as empresas avaliadas possam ser comparadas, isto é, devam estar no mesmo setor e, de preferência, atuando na mesma atividade, pois se verifica grande divergência em empresas de mesmo setor.

Neste estudo, isso pôde ser observado pelo exemplo entre o Grupo Cosan, Sadia e Perdigão, que, apesar de atuantes no mesmo setor do agronegócio, possuem atividades completamente diferentes, o que é possível, também, verificando-se seus múltiplos específicos.

Entre as vantagens dessa metodologia de análise, elenca-se a facilidade quanto à obtenção dos múltiplos, porém a sua instabilidade e a grande quantidade de múltiplos existentes podem gerar confusão e dispersão da análise.

Quando aplicados corretamente na comparação, são visíveis os pontos fracos e fortes entre as empresas que estão sendo comparadas, abrindo uma oportunidade para que elas possam estar sempre buscando a comparação com as companhias líderes de setores e procurando aproximar-se ou, até mesmo, melhorar a rentabilidade dos proprietários. Desse modo, a avaliação relativa é bastante útil em processos de análise de mercado e de concorrentes, pois proporciona às empresas a possibilidade de encontrar pontos falhos na gestão de valores e, conseqüentemente, sua correção.

No que tange aos processos de avaliação de fusões ou aquisições, devido à falta ou dificuldade de informações, os múltiplos de mercado podem permitir uma melhor avaliação das companhias e, assim, proporcionar as melhores oportunidades de negócio.

Assim como nos processos de abertura de capital de empresas que estão colocando ações no mercado pela primeira vez, é possível estipular um preço justo por meio de outra(s) empresa(s) do mesmo setor que já possuam(m) ações negociadas.

## REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTOS DO MERCADO DE CAPITAIS - APIMEC. Disponível em: <<http://www.apimec.com.br/index.asp>>.
- BRASIL, Haroldo Guimarães. **Avaliação moderna de investimentos**. São Paulo: Globo, 2005.
- CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL - CNA. **Agronegócio cresce menos e insumos sobem**. Disponível em: <<http://www.cna.org.br/cna/publicacao>>. Acesso em: 20 set. 2005.
- COPELAND, Tom; KOLLER, Tim; MURRIN, Jack. **Avaliação de empresas: valuation**. 3.ed. São Paulo: Makron Books, 2002.
- DAMODARAN, Aswath. **Avaliação de investimentos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- \_\_\_\_\_. **A face oculta da avaliação: avaliação de empresas da velha tecnologia, da nova tecnologia e da nova economia**. São Paulo: Makron Books, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Finanças corporativas: teoria e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- MARTELANC, Roy; CAVALCANTE, Francisco; PASIN, Rodrigo. **Avaliação de empresas: um guia para fusões & aquisições e gestão de valor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- MARTINS, Eliseu (Org.). **Avaliação de empresas: da mensuração contábil à econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.
- PASIN, Rodrigo. **Avaliação relativa de empresas por meio da regressão de direcionadores de valor**. 2004. Dissertação (Mestrado em administração) - Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004.
- PÓVOA, Alexandre. **Valuation como precificar ações**. São Paulo: Globo, 2004.
- RAPPAPORT, Alfred. **Gerando valor para o acionista: um guia para administradores e investidores**. São Paulo: Atlas, 2004.





## INDEXADORES E ÍNDICES DE PREÇOS: UMA ABORDAGEM PRÁTICA

Márcio da Silva Assunção\*

Coordenador: Prof. Msc. Luís Roberto Antonik

### RESUMO

O valor do dinheiro, no tempo, é alterado pela perda de poder aquisitivo da moeda, a inflação. Os brasileiros viveram preocupados com essa variável macroeconômica durante décadas, o que trouxe grandes lições e um conhecimento extenso do assunto. Diversos institutos e índices de preços foram criados, os quais permitem ampla gama de opções no cálculo de números índices. Este artigo, didática e simplificada, visa trazer os conceitos e demonstrar a aplicação dos indexadores e índices de preços na construção de números índices para utilização na vida pessoal, análise empresarial ou elaboração de laudo pericial.

**Palavras-chave:** indexadores; inflação; índices de preços; números índices.

\*Acadêmico do 4º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

A inflação é uma das variáveis macroeconômicas mais importantes para a economia, por isso é tão difundida e comentada nos jornais, revistas, *internet*, TV, etc. Contudo, grande parte das pessoas desconhece como se obtiveram tais variáveis. Assim, o objetivo geral deste artigo é apresentar como os índices de preços são calculados e como aplicá-los.

No plano pessoal, cada família ou mesmo cada pessoa possui uma cesta de consumo própria, e a inflação impacta diferentemente sobre ela, o que se poderia mensurar mediante a criação de um número índice particularizado.

No plano empresarial, a perda do poder aquisitivo da moeda também impacta nas atividades diárias das organizações, tendo em vista que qualquer empresa possui uma base de custos, os insumos e produtos sofrem efeitos dos movimentos inflacionários, a força de trabalho tem direito a reajustes periódicos, sendo preciso o acompanhamento constante. Logo: como uma empresa pode construir um número índice? Como os gestores podem analisar a evolução dos preços dos fatores de produção e os resultados operacionais aplicando os números índices?

No plano social, muitos contratos de financiamento acabam por terminar executados judicialmente em virtude da má aplicação de índices de preços aos elementos contratuais. A dívida é corrigida por um índice e a prestação por outro. A perícia geralmente é chamada para dirimir as dúvidas e apresenta seus resultados pela aplicação dos indexadores e números índices.

Portanto, a finalidade deste trabalho é apresentar o conteúdo teórico necessário para qualquer pessoa criar um índice de preços para sua família, vida pessoal, empresa, análise de um financiamento, etc., assim como exemplificar aplicações práticas do indexador criado, ou seja, mostrar o conceito e aplicabilidade dos números índices.

A metodologia desenvolvida durante o projeto foi a descrição dos conceitos, fundamentos, formulário, exemplos e aplicações por meio da coleta de dados, da pesquisa bibliográfica em livros e periódicos impressos, bem como outros meios de mídia, como *internet* e televisão. Trata-se, então, de dados já disponíveis nos principais meios de comunicação. Logo, numa primeira etapa do trabalho, buscou-se pesquisar, coletar, selecionar e compilar as informações já existentes e trabalhadas por outros autores e instituições, sendo os institutos de pesquisa e estatística os maiores fornecedores dessa pesquisa.

Numa segunda etapa, procurou-se extrapolar os conceitos para exemplos práticos do cotidiano das pessoas, como os gastos com educação por uma família, no decorrer

dos anos, e também a aplicabilidade nas empresas, como a proposição de uma metodologia para a formulação de um número índice específico para uma empresa qualquer, e a utilização dos indexadores para análise pericial de contratos de financiamento de longo prazo.

Enfim, trata-se de trazer à tona a importância da utilização dessa ferramenta para a vida pessoal e empresarial, sendo do escopo deste trabalho divulgar, difundir e ampliar o conhecimento do assunto no meio acadêmico e empresarial. Para isso, de forma didática, simples e facilitada, esta pesquisa destina-se a ser um texto guia para ser utilizada na análise financeira por qualquer pessoa interessada.

Portanto, dada a importância do conhecimento da criação e manuseio dos índices de preços, neste trabalho teve-se o cuidado de transfigurar do aspecto acadêmico e científico para um conhecimento de mais fácil interpretação. Dessa forma, dentro do possível, evitou-se a linguagem técnica para que fossem cumpridos os objetivos propostos.

## 1 ÍNDICES DE PREÇOS, INDEXADORES E NÚMEROS ÍNDICES

Inflação é o aumento contínuo e generalizado do nível de preços dos bens produzidos numa economia. Por outro lado, a inflação também representa a perda do poder aquisitivo de uma moeda (LUQUE e VASCONCELLOS, 1992, p.315).

A população brasileira conviveu um longo período com inflação elevada, chegando a até 80% ao mês, durante a década de 1990, em que o índice anual chegou a mais de dois mil por cento.

O índice que mede a inflação é chamado de índice de preços, existindo no Brasil diversos institutos com metodologias diferentes na mensuração da inflação, sendo os principais o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo (FIPE-USP) e o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE).

Cada indexador baseia-se num índice de preços (CARMO, 1992, p.335). Assim, o melhor índice que refletiria os custos do setor imobiliário seria o Índice Nacional de Construção Civil (INCC), medido pela FGV. O índice oficial de inflação do Brasil, conforme determinado pelo governo federal, é o IPCA - Índice de Preços ao Consumidor Amplo, calculado pelo IBGE. O Índice de Preços ao Consumidor (IPC) da FIPE-USP mede a inflação em São Paulo. E o ICV - Índice do Custo de Vida calculado pelo DIEESE é muito utilizado para indexação salarial.

Pela grandeza territorial brasileira e diferenças locais e regionais, cada instituto define sua metodologia de cálculo e abrangência do índice de preços a ser medido, ou seja, determina o público ou setor da economia do qual se deseja medir a inflação. Ainda assim, a tarefa não é fácil. São milhares de produtos de uma cesta de consumo que melhor identifica aquele público ou setor.

Por exemplo, a cesta de consumo do IPCA abrange mais de 250 mil produtos classificados em grupos como Alimentação, Artigos de Residência, Habitação, Transportes e Comunicação, Vestuário, Saúde e Cuidados Pessoais e Despesas Pessoais, que compõem o consumo de famílias com renda entre 1 e 40 salários mínimos.

Uma vez determinado o público-alvo, sua cesta de consumo com quantidades para cada um dos itens, passa-se à pesquisa dos preços junto aos ofertantes. A coleta é efetuada semanalmente pelos institutos, para se compararem as médias aritméticas dos preços das quatro semanas de um mês com as de outro mês, sendo a variação dos preços, a inflação, dada pelo índice de preços ou índice de inflação.

O exemplo a seguir, extraído de Antonik e Assunção (2006, p.50), representado na figura 1, mostra uma cesta de consumo já quantificada em moeda, apresentando os valores semanais, sua média quadrissemanal e o percentual de inflação em relação ao mês anterior.

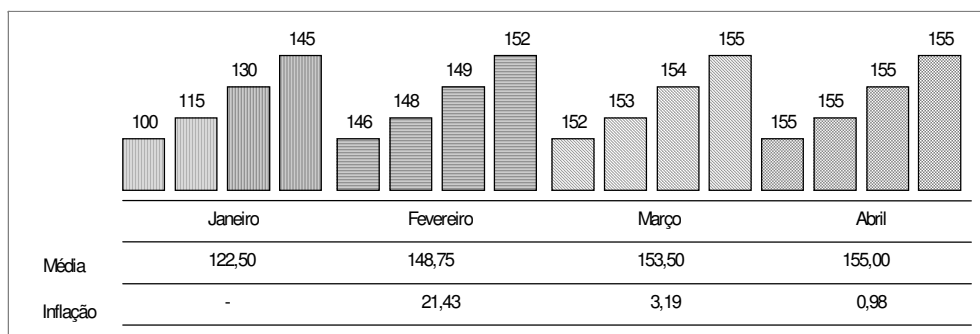


FIGURA 1 - MEDIDAS QUADRISSEMANAIS DE UMA CESTA DE CONSUMO

FONTE: Os Autores

Calcula-se o valor da média quadrissemanal da cesta de consumo pela média aritmética do valor da cesta:

$$\text{janeiro: } (100 + 115 + 130 + 145) / 4 = \text{R\$ } 122,50$$

$$\text{fevereiro: } (146 + 148 + 149 + 152) / 4 = \text{R\$ } 148,75$$

$$\text{março: } (152 + 153 + 154 + 155) / 4 = \text{R\$ } 153,50$$

$$\text{abril: } (155 + 155 + 155 + 155) / 4 = \text{R\$ } 155,00$$

Comparando-se as médias, obtém-se a inflação do mês, ou seja, a média de abril no valor de R\$ 155,00, quando comparada com a média de março no valor de R\$ 153,50, mostra uma variação nos preços de 0,98%.

$$\text{fevereiro: } (148,75 / 122,50) - 1 \times 100 = 21,43\%$$

$$\text{março: } (153,50 / 148,75) - 1 \times 100 = 3,19\%$$

$$\text{abril: } (155,00 / 153,50) - 1 \times 100 = 0,98\%$$

Pelos cálculos mostrados acima, nota-se que, muito embora os preços não tenham mais subido a partir da terceira semana de março, por força da metodologia, a inflação de abril, mesmo assim, foi de 0,98%.

Os números índices são calculados, a partir da acumulação dos índices de preços, adotando-se uma base e aplicando-se métodos estatísticos, sendo os mais conhecidos os índices de Laspeyres, Paasche e Fischer, este último uma média geométrica dos resultados dos dois anteriores. O Índice de Laspeyres utiliza como fator de ponderação os preços e quantidades da data base. Por outro lado, o Índice de Paasche utiliza como fator de ponderação os preços e as quantidades da época atual ou presente. Matematicamente, tem-se:

Índice de Laspeyres:	$IL = \frac{\sum_{i=0}^n P_n \times Q_0}{\sum_{i=0}^n P_0 \times Q_0} \times 100$	Sendo: Pn = preço atual Qn = quantidade atual
Índice de Paasche:	$IP = \frac{\sum_{i=0}^n P_n \times Q_n}{\sum_{i=0}^n P_0 \times Q_n} \times 100$	P0 = preços da data base Q0 = quantidade da data base
Índice de Fischer:	$IF = \sqrt{IL \times IP}$	

QUADRO 1 - NÚMEROS ÍNDICES  
FONTE: Carmo (1992)

Simplificadamente, suponha-se que dois produtos (arroz e feijão, por exemplo) compõem uma cesta de consumo. Os preços e quantidades são os indicados no quadro 2, a seguir.

PRODUTO	PREÇO (R\$)		QUANTIDADE (kg)	
	Data base (P0)	Data atual (Pn)	Data base (Q0)	Data atual (Qn)
Arroz	1,00	2,00	1,00	1,50
Feijão	2,00	3,00	1,00	2,00

QUADRO 2 - PREÇOS E QUANTIDADES DOS PRODUTOS DA CESTA  
FONTE: Os Autores

Então, aplicando as fórmulas de Laspeyres e Paasche, tem-se:

PRODUTO	LASPEYRES		PAASCHE	
	$P_n \times Q_0$	$P_0 \times Q_0$	$P_n \times Q_n$	$P_0 \times Q_n$
Arroz	2,00	1,00	3,00	1,50
Feijão	3,00	2,00	6,00	4,00
TOTAL ( $\Sigma$ )	5,00	3,00	9,00	5,50

QUADRO 3 - APLICANDO A FÓRMULA DOS NÚMEROS ÍNDICES

FONTE: Os Autores

Finalmente, calculando-se os números índices por cada método:

MÉTODO	NÚMERO ÍNDICE
Índice Laspeyres = $\Sigma (P_n \times Q_0) / \Sigma (P_0 \times Q_0) = 5,00 / 3,00 \times 100$	166,67
Índice Paasche = $\Sigma (P_n \times Q_n) / \Sigma (P_0 \times Q_n) = 9,00 / 5,50 \times 100$	163,64
Índice Fischer = $\sqrt{IL \times IP} = \sqrt{166,67 \times 163,64}$	165,15

QUADRO 4 - NÚMEROS ÍNDICES DE LASPEYRES, PAASCHE E FISCHER

FONTE: Os Autores

Deve-se observar que o Índice de Laspeyres tem a tendência de valorizar (exagerar) a alta, devido ao fato de considerar os preços e quantidades iguais aos da data base. O Índice de Paasche, ao contrário, tende a valorizar (exagerar) a baixa, porque considera as quantidades e preços iguais aos da época atual. O Índice de Fischer é uma ponderação dos dois outros índices. Conclui-se que, em se eliminando a base (100,00) dos números índices, a inflação da cesta de consumo no período analisado medida pelo método de Laspeyres foi de 66,67%, por Paasche chegou-se a 63,64% e por Fischer obteve-se 65,15%.

## 2 ABORDAGEM PRÁTICA DOS INDEXADORES E NÚMEROS ÍNDICES

Definidos e conhecidos os conceitos, passa-se para a aplicabilidade. Como a apresentação de exemplos é a maneira mais didática e de fácil visualização da aplicação dos indexadores e números índices, adotar-se-á essa prática.

Inicialmente, traz-se um exemplo aplicativo no âmbito pessoal. Em recente artigo no *site* Intelligentia, Antonik (2006) aborda que “investir na educação dos filhos, desde o momento do nascimento até os 23 anos, custa para uma família de classe média alta, em média, meio milhão de reais”.

Um pai não acreditou e, mesmo não sendo de classe média alta, resolveu fazer as contas. Seu filho, hoje com 23 anos, acabara de se formar numa faculdade paga e desde os cinco anos estudou em colégio particular, fez cursinho preparatório para o vestibular e ainda aulas de inglês.

Como havia guardado cópia das declarações do Imposto de Renda, nas quais informava os investimentos com educação, tinha todos os valores gastos durante os 18 anos de estudo do filho, os quais reproduzimos no quadro a seguir. No entanto, a confusão estava formada, pois houve quatro alterações de moeda durante o período, e a inflação, medida pelo INPC do IBGE, chegou a acumular mais de dois mil por cento em 1993. Como fazer os cálculos?

ANO	GASTOS COM EDUCAÇÃO (ACUMULADO ANUAL)	MOEDA VIGENTE NO INÍCIO DO ANO	ALTERAÇÃO DE MOEDA OCORRIDA DURANTE O ANO	INFLAÇÃO PELO INPC/IBGE (ACUMULADO ANUAL)
1988	190.000,00	Cz\$		993,29
1989	2.100.000,00	Cz\$	Cz\$ 1.000 = NCz\$ 1	1.863,56
1990	41.000,00	NCz\$	NCz\$ 1 = Cr\$ 1	1.585,18
1991	685.000,00	Cr\$		475,11
1992	3.950.000,00	Cr\$		1.149,05
1993	49.200.000,00	Cr\$	Cr\$ 1.000 = CR\$ 1	2.489,11
1994	1.200.000,00	CR\$	CR\$ 2.750 = R\$ 1	929,32
1995	6.000,00	R\$		21,98
1996	7.000,00	R\$		9,12
1997	7.400,00	R\$		4,34
1998	7.800,00	R\$		2,49
1999	7.000,00	R\$		8,43
2000	8.000,00	R\$		5,27
2001	9.500,00	R\$		9,44
2002	10.500,00	R\$		14,74
2003	12.000,00	R\$		10,38
2004	13.000,00	R\$		6,13
2005	13.800,00	R\$		5,05

QUADRO 5 - GASTOS ANUAIS COM EDUCAÇÃO, EM MOEDA CORRENTE

FONTE: Os Autores

Nesse exemplo, a aplicação de indexadores parece fornecer uma resolução mais fácil, devido às diversas alterações de moeda em conjunto com a alta inflação.

ANO	GASTOS COM EDUCAÇÃO (ACUMULADO ANUAL)	MOEDA VIGENTE NO INÍCIO DO ANO	INDEXADOR INPC/IBGE (1 + INFLAÇÃO)	ALTERAÇÃO DE MOEDA (DIVIDE POR)	GASTOS COM EDUCAÇÃO (ACUMULADO GERAL)
1988	190.000,00	Cz\$	10,9329	1	2.077.245,00
1989	2.100.000,00	Cz\$	19,6356	1.000	82.022,69
1990	41.000,00	NCz\$	16,8518	1	2.073.154,63
1991	685.000,00	C\$	5,7511	1	15.862.454,16
1992	3.950.000,00	C\$	12,4905	1	247.468.353,37
1993	49.200.000,00	C\$	25,8911	1.000	7.681.073,37
1994	1.200.000,00	CR\$	10,2932	2.750	33.241,66
1995	6.000,00	R\$	1,2198	1	47.867,52
1996	7.000,00	R\$	1,0912	1	59.869,81
1997	7.400,00	R\$	1,0434	1	70.189,42
1998	7.800,00	R\$	1,0249	1	79.929,25
1999	7.000,00	R\$	1,0843	1	94.257,62
2000	8.000,00	R\$	1,0527	1	107.648,65
2001	9.500,00	R\$	1,0944	1	128.209,54
2002	10.500,00	R\$	1,1474	1	159.155,35
2003	12.000,00	R\$	1,1038	1	188.927,94
2004	13.000,00	R\$	1,0613	1	214.312,62
2005	13.800,00	R\$	1,0505	1	239.626,27

QUADRO 6 – GASTOS ANUAIS COM EDUCAÇÃO, APLICANDO INDEXADORES

FONTE: Os Autores

Explicando as operações acima: os gastos com educação durante o ano de 1988 foram de Cz\$ 190.000,00. Durante esse ano, a inflação acumulada divulgada pelo INPC/IBGE foi de 993,29%, a qual representa um indexador de 10,9329 (obtido por  $1 + 993,29/100$ ). Assim, os gastos de 190 mil cruzados, multiplicados pelo indexador, na verdade, atualizados para 1989, foram de Cz\$ 2.077.245,00. A ele se somam os gastos do ano seguinte, 1989, ou seja, mais Cz\$ 2.100.000,00, totalizando Cz\$ 4.177.245,00. Aplicando-se sobre esse valor o indexador de 1989 (19,6356) e dividindo-se por mil em virtude da alteração de moeda, obtém-se o total atualizado de NCz\$ 82.022,69, ao qual adicionam-se NCz\$ 41 mil, e assim sucessivamente.

Chega-se ao gasto total acumulado em educação, até 2005, de 239.626,27 Reais. Como esse pai tem dois filhos, viu que chegaria bem próximo aos 500 mil Reais com investimentos na educação dos meninos.

Existem diversas maneiras para se aplicarem os indexadores. No exemplo acima, optou-se pela simplificação, considerando-se os gastos referenciados no início de cada ano, apesar de eles ocorrerem durante o ano. Um melhor detalhamento dos dados



possibilitaria resultados mais precisos o que, talvez, não seja necessário no exemplo anterior, mas certamente pode sê-lo numa análise empresarial.

A escolha correta do índice de preços também é importante, pois cada índice reflete a inflação de uma determinada cesta de consumo definida. Em muitos casos não existe um índice que se encaixe adequadamente a determinada empresa, podendo ela criar seu próprio número índice.

Supondo-se que uma gráfica, por exemplo, teria seus custos estribados somente em dois insumos: papel e tinta. Essa empresa quer medir a variação dos preços dos insumos para avaliar a inflação de seu custo produtivo. Para isso, resolveu adotar a metodologia de Fischer e efetuou, trimestralmente, durante um ano, a apuração dos valores envolvidos no cálculo, conforme detalhamento a seguir.

DATA	PAPEL		TINTA	
	Preço (R\$/ton.)	Quantidade (ton.)	Preço (R\$/litro)	Quantidade (litros)
1º trimestre	1.800,00	50	30,00	5.000
2º trimestre	1.920,00	60	45,00	7.000
3º trimestre	2.090,00	65	40,00	7.200
4º trimestre	2.090,00	80	50,00	9.000

QUADRO 7 - PREÇOS E QUANTIDADES DE PAPEL E TINTA GASTOS

FONTES: Os Autores

Adotando-se como data base o primeiro trimestre, aplicam-se as fórmulas de Laspeyres e Paasche.

Portanto,

Papel:  $P_0 = R\$ 1.800,00$        $Q_0 = 50 \text{ ton}$       (essa é a base adotada)

$P_n = R\$ 1.920,00$        $Q_n = 60 \text{ ton}$

Tinta:  $P_0 = R\$ 30,00$        $Q_0 = 5.000 \text{ litros}$  (essa é a base adotada)

$P_n = R\$ 45,00$        $Q_n = 7.000 \text{ litros}$

PRODUTO	LASPEYRES		PAASCHE	
	$P_n \times Q_0$	$P_0 \times Q_0$	$P_n \times Q_n$	$P_0 \times Q_n$
Papel	96.000	90.000	115.200	108.000
Tinta	225.000	150.000	315.000	210.000
Total ( $\Sigma$ )	321.000	240.000	430.200	318.000
Número Índice	$\Sigma (P_n \times Q_0) / \Sigma (P_0 \times Q_0) \times 100 = 133,75$		$\Sigma (P_n \times Q_n) / \Sigma (P_0 \times Q_n) \times 100 = 135,28$	
$\text{Índice Fischer} = \sqrt{IL \times IP} = \sqrt{133,75 \times 135,28} = 134,51$				

QUADRO 8 - APLICANDO A FÓRMULA DOS NÚMEROS ÍNDICES - INFLAÇÃO DO 2º TRIMESTRE EM RELAÇÃO AO 1º TRIMESTRE

FONTES: Os Autores

Ou seja, a empresa teve aumento de 34,51% nos custos do 2º trimestre em relação ao 1º trimestre. Se sua receita não aumentou na mesma proporção, é bom se preocupar. Seguindo os cálculos, passa-se para a análise dos próximos trimestres. Não se esqueça de que a base continua sendo o 1º trimestre.

PRODUTO	LASPEYRES		PAASCHE	
	$P_n \times Q_0$	$P_0 \times Q_0$	$P_n \times Q_n$	$P_0 \times Q_n$
Papel	104.500	90.000	135.850	117.000
Tinta	200.000	150.000	288.000	216.000
Total ( $\Sigma$ )	304.500	240.000	423.850	333.000
Número Índice	$\Sigma (P_n \times Q_0) / \Sigma (P_0 \times Q_0) \times 100 = 126,88$		$\Sigma (P_n \times Q_n) / \Sigma (P_0 \times Q_n) \times 100 = 127,28$	
Índice Fischer = $\sqrt{IL \times IP} = \sqrt{126,88 \times 127,28} = 127,08$				

QUADRO 9 - APLICANDO A FÓRMULA DOS NÚMEROS ÍNDICES - INFLAÇÃO DO 3º TRIMESTRE EM RELAÇÃO AO 1º TRIMESTRE

FONTE: Os Autores

O número índice obtido no 3º trimestre é inferior ao obtido no 2º trimestre. O que isso quer dizer?

Demonstra que houve deflação de custos no período, ou seja, os custos reduziram-se no terceiro trimestre. Comparando-se os valores totais (somatório) dos custos, percebe-se que são realmente menores, em decorrência da redução do preço da tinta. Entretanto, os custos aumentaram 27,08% em relação ao 1º trimestre, que é a base adotada. Por fim, calcula-se o último trimestre.

PRODUTO	LASPEYRES		PAASCHE	
	$P_n \times Q_0$	$P_0 \times Q_0$	$P_n \times Q_n$	$P_0 \times Q_n$
Papel	104.500	90.000	167.200	144.000
Tinta	250.000	150.000	450.000	270.000
Total ( $\Sigma$ )	354.500	240.000	617.200	414.000
Número Índice	$\Sigma (P_n \times Q_0) / \Sigma (P_0 \times Q_0) \times 100 = 147,71$		$\Sigma (P_n \times Q_n) / \Sigma (P_0 \times Q_n) \times 100 = 149,08$	
Índice Fischer = $\sqrt{IL \times IP} = \sqrt{147,71 \times 149,08} = 148,39$				

QUADRO 10 - APLICANDO A FÓRMULA DOS NÚMEROS ÍNDICES - INFLAÇÃO DO 4º TRIMESTRE EM RELAÇÃO AO 1º TRIMESTRE

FONTE: Os Autores

E resumindo, tem-se:

DATA	NÚMERO ÍNDICE E INFLAÇÃO DE CUSTOS DA EMPRESA		
	Número Índice por Fischer	(%)	
		Inflação em Relação à Base Adotada (1º Trimestre)	Inflação em Relação ao Trimestre Anterior
1º trimestre	100,00	-	-
2º trimestre	134,31	34,31	34,31
3º trimestre	127,08	27,08	-7,23
4º trimestre	148,39	48,39	21,31

QUADRO 11 - RESUMO PARA ANÁLISE DO NÚMERO ÍNDICE

FONTES: Os Autores

Analisando-se o quadro anterior, verifica-se que, apesar de os custos aumentarem durante o ano, chegando ao adicional de 48,39% no quarto trimestre, houve períodos em que se gastou menos que no trimestre anterior, como no 3º trimestre. Essa análise pode ajudar a empresa no gerenciamento de seu capital de giro, por exemplo, e pode ser estendida a outros setores, como mão-de-obra, custos administrativos e receitas. Certamente, um bom gestor precisa conhecer como está variando cada elemento de sua empresa. O uso de números índices, quando bem aplicado, é uma ferramenta muito importante no auxílio à tomada de decisões empresariais.

Os principais institutos de estatística que calculam os índices de preços já divulgam, também, o número índice. A Fundação Getúlio Vargas, por exemplo, adotou como base para o IGP-M o mês seguinte ao início do Plano Real, em agosto de 1994, momento em que a base passou a ser 100,00.

Assim, o número índice do IGP-M, em dezembro de 2005, chegou a 335,006, indicando que a inflação acumulada no período de agosto de 1994 a dezembro de 2005 foi de 225,006%, ou seja, o número índice menos a base.

Supondo-se que se tenha aplicado R\$ 1,00 em agosto de 1994, num investimento reajustado pelo IGP-M, ter-se-ia R\$ 3,35 em dezembro de 2005. Por outro lado, os números índices ajudam a verificar a variação real dos valores. Por haver inflação, há perda do valor da moeda.

O um Real de hoje não tem o mesmo poder de compra amanhã. Logo, a manipulação dos números índices é de grande utilidade e muito simples. A acumulação é feita simplesmente adicionando-se a inflação mês a mês ao número índice anterior.

Sendo 0,92% o índice do IGP-M de janeiro de 2006, basta adicionar um ao índice na forma unitária (dividido por cem, ou seja,  $1 + 0,92/100 = 1,0092$ ) e multiplicá-lo pelo número índice anterior (335,006 vezes 1,0092 igual a 338,088) para se obter o número índice atual. A conta inversa permite a desindexação do índice, ou seja, dividir 338,088 por 1,0092 é igual ao índice anterior: 335,006.

Os analistas financeiros precisam estar atentos ao impacto da inflação, quando da análise de balanços patrimoniais das empresas, pois a contabilidade indica os valores em moeda corrente, sem se preocupar com a perda de valor dela.

Um exemplo simples ajuda a demonstrar. As Receitas Operacionais Brutas da PETROBRAS, segundo a Demonstração de Resultados apurada em 31/12/2004 e publicadas no seu *site* na *internet* (PETROBRAS, p.20), alcançaram o valor de R\$ 150.403 milhões.

Em 2003, a mesma receita foi de R\$ 131.988 milhões. Nominalmente, um crescimento de 13,95%. Sabendo-se que o número índice médio do IGP-M de 2004 foi de 315,04 e de 2003 foi de 288,04, pode-se avaliar a variação real das receitas da maior empresa brasileira.

Transformando as receitas em unidades de IGP-M's, tem-se:

Em 31/12/2004: Receita = R\$ 150.403 milhões /315,04 = 477,41 IGP-M's

Em 31/12/2003: Receita = R\$ 131.988 milhões /288,04 = 458,23 IGP-M's

$$\text{Variação Real} = \left( \frac{\text{Receita 2004}}{\text{Receita 2003}} - 1 \right) \times 100 = \left( \frac{477,41}{458,23} - 1 \right) \times 100 = 4,19\%$$

Portanto, a PETROBRAS obteve crescimento real de 4,19% em sua receita bruta em 2004. Ou seja, eliminando-se os efeitos da inflação, que foi em média de 9,37% no período (taxa obtida com base nos números índices médios do IGP-M:  $[(315,04/288,04) - 1] \times 100$ ), a empresa ainda conseguiu elevar suas receitas brutas acima da inflação.

Ao invés do IGP-M, poder-se-ia utilizar outro índice de preços ou, mesmo, a transformação para dólares, desde que se mantivesse a coerência com o objetivo da análise e as atividades da empresa, porquanto o dólar, por exemplo, sofre impactos do comércio da moeda que podem deturpar os cálculos.

Os peritos, ao analisarem contratos de financiamento da habitação, deparam-se com a aplicação quase obrigatória dos indexadores para procederem à evolução da dívida e valores pagos pelo mutuário, sendo freqüente a verificação de que o valor total pago já supera a dívida atualizada.

Uma dívida contratada de um financiamento de um imóvel pactuado em janeiro de 1990, no valor de 448.744,38 cruzados novos, atualizado pelo INPC do IBGE até dezembro de 2005, estaria no valor de R\$ 132.177,57. Além das três mudanças de moeda no período, o perito teve de considerar uma inflação acumulada de 234.337.962,06%, medida pelo INPC.

O mutuário pagou todas as 120 parcelas do contrato, iniciadas após seis meses de carência do início do contrato e finalizadas em julho de 2000. Nessa data, o valor

total pago apurado pelo perito era de R\$ 113.660,52, inferior ao valor da dívida atualizada até dezembro de 2005.

Entretanto, para emitir seu parecer, o perito não pode comparar dois valores de datas diferentes. A dívida está atualizada para dezembro de 2005 e o valor total pago somente até a última prestação quitada, em julho de 2000. Então, resolveu o perito criar um número índice com base, no valor de 100, em julho de 2000, construindo o quadro a seguir.

MÊS	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	INPC	Nº Ind.	INPC	Nº Ind.	INPC	Nº Ind.	INPC	Nº Ind.	INPC	Nº Ind.	INPC	Nº Ind.
JAN			0,77	103,46	1,07	113,56	2,47	132,10	0,83	143,49	0,57	151,90
FEV			0,49	103,96	0,31	113,91	1,46	134,03	0,39	144,05	0,44	152,56
MAR			0,48	104,46	0,62	114,62	1,37	135,87	0,57	144,87	0,73	153,68
ABR			0,84	105,34	0,68	115,40	1,38	137,74	0,41	145,46	0,91	155,08
MAIO			0,57	105,94	0,09	115,50	0,99	139,11	0,40	146,04	0,70	156,16
JUN			0,60	106,57	0,61	116,21	-0,06	139,02	0,50	146,77	-0,11	155,99
JUL		100,00	1,11	107,76	1,15	117,54	0,04	139,08	0,73	147,85	0,03	156,04
AGO	1,21	101,21	0,79	108,61	0,86	118,55	0,18	139,33	0,50	148,58	0,00	156,04
SET	0,43	101,65	0,44	109,09	0,83	119,54	0,82	140,47	0,17	148,84	0,15	156,27
OUT	0,16	101,81	0,94	110,11	1,57	121,41	0,39	141,02	0,17	149,09	0,58	157,18
NOV	0,29	102,10	1,29	111,53	3,39	125,53	0,37	141,54	0,44	149,75	0,54	158,03
DEZ	0,55	102,66	0,74	112,36	2,70	128,92	0,54	142,31	0,86	151,03	0,40	158,66

QUADRO 12 - NÚMERO ÍNDICE INPC/IBGE COM BASE EM JULHO DE 2000

FONTE: Os Autores

Agora, o perito sabe que houve variação de 58,66%, de julho de 2000 a dezembro de 2005. Aplicando o indexador ( $1 + 58,66/100 = 1,5866$ ) sobre o valor total pago apurado em julho/2000, R\$ 113.660,52, este representa R\$ 180.333,78, em dezembro de 2005. Portanto, finalmente, podem ser comparados os dois valores já que estão na mesma data. Conclui o perito que o valor total pago (R\$ 180.333,78) supera o valor da dívida (R\$ 132.177,57).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os índices de preços disponíveis pelos institutos de pesquisa são uma ferramenta muito útil para a aplicação pessoal e profissional. O conhecimento de como manipulá-los é fundamental. Uma aplicação financeira, um investimento em novas máquinas, a análise de um financiamento ou como está evoluindo um negócio envolvem a aplicação de índices de preços.

Não se podem desprezar os efeitos da inflação. Não considerar seu impacto poderá ser a diferença entre o erro e o acerto.

O conhecimento dos diversos índices calculados pela FGV, IBGE, USP, DIEESE, entre outros, é importante para a escolha de qual deles reflete a inflação a ser medida. O período e local de apuração, o público envolvido, sua cesta de consumo variam para cada índice, por isso a inflação medida por um índice difere de outro.

Mesmo estudantes de administração e economia desconhecem as particularidades de cada índice de preços. Trazer à tona a importância do assunto e sua aplicabilidade é dever da academia, de forma a tornar seus estudantes fomentadores do uso correto e extenso do que se ensina na faculdade.

Criar um número índice é fácil, mas ainda pouco utilizado na prática. Nem mesmo os administradores de grandes empresas se preocupam na apuração desses indicadores, que poderiam auxiliar no processo de tomada de decisão, evitando equívocos e até decisões que levam a empresa à falência.

Assim, este artigo traz algumas pequenas e fáceis aplicações dos indexadores e números índices com base em índices de preços existentes ou que podem ser criados com a aplicação das metodologias desenvolvidas por Laspeyres, Paasche e Fischer.

Os exemplos são simples, mas podem e devem ser estendidos de acordo com sua aplicação específica, tendo sido o objetivo principal deste trabalho apresentar os conceitos e como qualquer pessoa pode utilizar tais índices para a análise financeira.

Portanto, diante da extensão do assunto, optou-se pela simplicidade, sabendo-se que não se encerra com o autor o conhecimento difundido. Ao leitor cabe divulgar e aplicar o conhecimento adquirido, buscar novas fontes de consulta e aplicações práticas, e fazer do uso dos índices de preços, indexadores e números índices uma ferramenta útil em sua vida, trabalho e negócio.

## REFERÊNCIAS

ANTONIK, Luis Roberto. **Filhos**: investimento para toda a vida. Disponível em: <<http://www.fae.edu/intelligentia/noticias/lerNoticia.asp?InglIdNoticia=27366>>. Acesso em: 27 fev. 2006.

ANTONIK, Luis Roberto; ASSUNÇÃO, Márcio da Silva. **Instrumentos financeiros para tomada de decisão empresarial**. Curitiba: UniFAE - Centro Universitário, 2006. 300p.

CARMO, Heron Carlos Esvael do. Como medir a inflação: os números-índices de preços. In: PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de (Org.). **Manual de economia**: equipe de professores da USP. São Paulo: Saraiva, 1992. p.335-350.

LUQUE, Carlos Antonio; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. Considerações sobre o problema da inflação. In: PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de (Org.). **Manual de economia**: equipe de professores da USP. São Paulo: Saraiva, 1992. p.315-334.

PETROBRÁS. **Análise financeira e demonstrações contábeis 2004**. Disponível em: <[http://www2.petrobras.com.br/ri/port/ConhecaPetrobras/RelatorioAnual/pdf/Petrobras\\_DF\\_2004.pdf](http://www2.petrobras.com.br/ri/port/ConhecaPetrobras/RelatorioAnual/pdf/Petrobras_DF_2004.pdf)>. Acesso em: 28 fev. 2006.

## Fontes Consultadas

FONSECA, Jairo S. da, MARTINS, Gilberto de A., TOLEDO, Geraldo L. **Estatística aplicada**. São Paulo: Atlas, 1995.

HOFFMANN, Rodolfo. **Estatística para economistas**. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

SARTORIS, Alexandre. **Estatística e introdução a econometria**. São Paulo: Saraiva, 2003.





## DINÂMICA INTERNA REGIONAL - UM PROCESSO DE MENSURAÇÃO

Elis Bianca Azevedo\*

Orientador: Prof. Dr. Mário Romero Pellegrini de Souza

### RESUMO

Este trabalho tem por objetivo mostrar um processo de mensuração para o crescimento econômico regional, que atenda ao mesmo tempo quatro requisitos básicos: i) se enquadre dentro de uma classificação teórica previamente estipulada; ii) leve em conta os modelos macroeconômicos modernos que tratam de crescimento endógeno; iii) utilize na sua concepção e aplicação o maior número de variáveis influentes no processo do crescimento econômico regional; iv) inclua no modelo uma variável explicativa denominada “dinâmica interna regional”. A partir do estudo dos fatores determinantes do crescimento econômico regional, fez-se a proposição e o teste de um modelo, com elementos de modelagem macroeconômica e de economia regional. O teste do modelo foi realizado com dados obtidos para o Estado do Paraná.

**Palavras-chave:** crescimento econômico regional; processo de mensuração; crescimento econômico endógeno; dinâmica interna das regiões.

\* Acadêmica do 2º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

Atualmente, o desenvolvimento constitui a aspiração primordial dos povos do mundo inteiro. O desenvolvimento de uma região implica a capacidade de internalizar regionalmente o próprio crescimento. Em linguagem econômica, equivale à capacidade de reter e reinvestir na região uma proporção significativa do excedente gerado pelo crescimento econômico. Implica, também, uma capacidade crescente da região para transformar em endógenas algumas das variáveis exógenas do crescimento regional. De modo simplificado, pode-se dizer que o desenvolvimento implica expansão, mais transformações nos planos econômico, social e cultural. Nesta pesquisa, analisando as variáveis que explicam, ou determinam, o desenvolvimento regional, será demonstrada a correlação entre a dinâmica interna regional com o crescimento e desenvolvimento na região do Paraná.

## 1 DESENVOLVIMENTO REGIONAL

### 1.1 Interpretação do Desenvolvimento Regional

A proposta de interpretação do desenvolvimento econômico regional ao longo desta pesquisa pretende se situar em um ponto médio entre a tendência à normalização, presente na maior parte dos trabalhos sobre o tema, e a necessária especificidade para que a análise resulte coerente. O planejamento do desenvolvimento econômico regional pode ser dividido em termos de organização econômica, de estilos de desenvolvimento e dos conceitos hoje dominantes sobre o desenvolvimento econômico (BOISIER, 1980).

O setor público e o privado devem ter um papel reconhecido no desenvolvimento regional, podendo, indistintamente, gerar políticas públicas, ou seja, tomar decisões que afetem parâmetros e variáveis macroeconômicas.

A consequência mais importante de o sistema ser misto ou capitalista híbrido é a necessidade de se considerar a lógica da expansão e reprodução do sistema em termos espaciais.

Países em desenvolvimento costumam ter uma organização econômica correspondente a sistemas capitalistas mistos, com modalidades diversas de inserção na economia internacional, com áreas mais ou menos significativas de propriedade social, estatal na maioria dos casos, e comunitária em alguns (BOISIER, 1980).

A industrialização, como motor do processo geral do desenvolvimento e da modernização social, parece ser, mais do que o processamento de recursos naturais, um elemento do conjunto de características básicas do paradigma regional dominante que é, por sua vez, uma expressão parcial do estilo global (BOISIER, 1980).

Como consequência lógica, as políticas de industrialização regional foram prioritárias nos planos nacionais e estaduais de desenvolvimento e trouxeram, atrelada a elas, a segunda característica do paradigma dominante, qual seja, a urbanização. A dificuldade de evitar a falta de sincronia entre os padrões de industrialização e da urbanização provocou situações de urbanização prematuras e de hiperurbanização, que acabaram estimulando e retroalimentando a industrialização urbana como forma de diminuir os problemas ocupacionais (FRIEDMANN e LACKINGTON, 1976, citados por BOISIER, 1980). A terceira característica do paradigma dominante é a centralização nos processos de decisão. Esse é um fenômeno resultante de um quadro muito complexo de fatores, no qual se misturam elementos históricos, culturais, tecnológicos e ideológicos.

Um centralismo exagerado, além do indispensável nível de atividade do Estado na sociedade contemporânea e acima do não menos indispensável grau de integridade que deriva da escala técnica em muitas decisões, tem tendência a gerar certos efeitos negativos, alguns dos quais apresentam significado particular em relação ao desenvolvimento regional (BOISIER, 1980).

A proposta alternativa, ora formulada, tem Sistema, Estilo e Estratégia como limites para o quadro do desenvolvimento regional e é alicerçada, conforme referenciado, em um trabalho desenvolvido por Boisier, na década de 1980. No raciocínio desenvolvido por ele, qualquer concepção de desenvolvimento estará engessada ou na Estratégia, ou mais geralmente no Estilo e quase sempre no Sistema. Desse modo, devem ser procurados mecanismos mais eficientes para acelerar o crescimento regional em sistemas capitalistas mistos, com estilos de desenvolvimento nos quais a alocação de recursos, por parte do Estado, é sempre parcial e o crescimento econômico faz concessões limitadas à justiça social.

A maioria das teorias vigentes supõe como dadas certas atitudes da sociedade e como neutras certas ações públicas. Isso leva a que se enfatize a dinâmica do crescimento, de forma mecânica, mais que os fatores que dão início ao processo.

Dessa maneira, como ilustra Boisier (1980), a teoria da base de exportação poderá indicar acertadamente potencialidades do desenvolvimento, sempre que estiverem presentes determinadas condições institucionais e sociais. Porém, se não estiver presente um ator, público ou privado, capaz de compreender, usar e transformar aquelas vantagens, o processo não será deflagrado.

A teoria da base exportação, desenvolvida desde o final dos anos de 1940, coloca as exportações (X1) como o principal fator explicativo do crescimento regional. Entretanto, percebeu-se que elas tendem a explicar, cada vez menos, o crescimento regional à medida que a economia regional se diversifica e a sua área aumenta. No mundo, como um todo, não existem exportações, mas há flutuações no nível de renda (TIEBOUT, 1977).

Assim, outras variáveis surgem, além das exportações, para explicar o desempenho das economias locais e regionais, como os investimentos locais (X2) e os gastos do Governo Federal na área (X3). Desse modo, o conceito da base exportação evoluiu para o de base econômica. Em outras palavras, o crescimento do produto regional (Y) passou da relação simples  $Y = f(X1)$ , para uma função mais complexa do tipo  $Y = f(X1, X2, X3)$ .

A generalização do conceito anterior para a maioria das teorias de desenvolvimento regional conduz à conclusão de que as teorias convencionais se tornam limitadas, quando se pretende empregá-las para dar racionalidade ao esboço de políticas e ao planejamento delas.

A interpretação do desenvolvimento regional proposta se apóia em uma análise de interdependência ao invés de uma causalidade linear, mais usual nas explicações teóricas do desenvolvimento regional, dando, portanto, uma ênfase maior à interação dos vários fatores e ao papel de cada um deles. Embora os recursos naturais sejam um elemento determinante da existência ou ausência de desenvolvimento, para efeito da análise que se seguirá, esse elemento será considerado exógeno, mesmo que o conhecimento que se pudesse ter dele e da tecnologia de exploração venha a ser considerado uma variável endógena ao desenvolvimento.

O desenvolvimento de uma região, em longo prazo, é explicado pela interação de três tipos de processos ou forças, quais sejam, o uso dos recursos naturais, os efeitos indiretos das políticas macroeconômicas e setoriais e um conjunto de elementos políticos, institucionais e sociais agrupados sob a denominação “capacidade de organização social da região” (BOISIER, 1980).

A capacidade da região para reter e reinvestir uma proporção significativa do excedente gerado pelo crescimento econômico, ou seja, a capacidade de internalizar regionalmente o próprio crescimento é dependente da capacidade de organização social da região, nos termos propostos por Boisier (1980) e é denominada, nos termos sugeridos neste estudo, “dinâmica interna regional”. Sem a presença desse elemento, pode-se gerar um processo de crescimento econômico agregado na região, porém “não se produzirá o passo qualitativo do crescimento ao desenvolvimento” (BOISIER, 1980).

A existência, na região, de estruturas políticas, sociais e burocráticas capazes de permitir a internalização do crescimento define, portanto, o que se convencionou chamar de capacidade de organização social da região, ou, especificamente nesta tese, de dinâmica interna regional. Mais objetivamente, essa capacidade deverá referir-se à: i) qualidade, capacidade e identidade da autoridade política da região, que vai negociar o controle regional sobre as variáveis exógenas determinantes de seu crescimento; ii) qualidade da tecnocracia regional, que dará uma fundamentação racional ao processo de gestão regional; iii) existência de uma classe empresarial dinâmica e identificada com a região; iv) existência de uma estrutura social regional que permita à população dispor de canais de participação formais, adaptáveis aos canais, também formais, por meio dos quais passam os estímulos do crescimento.

## 1.2 Fatores de Crescimento Regional

Tradicionalmente, as análises da Economia Regional têm seguido duas direções: de um lado, a abordagem neoclássica seguindo a idéia de crescimento equilibrado, concorrência perfeita, retornos decrescentes e convergência das rendas regionais *per capita* no longo prazo; e, de outro, a abordagem alternativa do crescimento desequilibrado que enfatiza a existência de progresso técnico endógeno, retornos crescentes, imperfeições de mercado e desigualdades regionais crescentes.

A idéia subjacente no segundo enfoque é a de que a concentração das firmas em uma mesma localidade cria uma “atmosfera favorável” aos negócios, assim como economias externas à indústria que atraem novas atividades econômicas. Isso geraria retornos crescentes e as regiões com vantagens iniciais cresceriam mais do que as demais, ampliando as desigualdades regionais.

No entanto, em algumas regiões, tem-se observado uma tendência à redução das desigualdades regionais, levando ao que se convencionou chamar de despolarização das economias nacionais. Assim, autores como Storper (1997) afirmam que a dicotomia acima é falsa, ou seja, em um mesmo país pode haver lugar para concentração, tanto quanto para a desconcentração. Em outras palavras, as economias regionais podem apresentar tanto concorrência perfeita quanto concorrência imperfeita, divergência ou convergência, mobilidade ou imobilidade de fatores, retornos crescentes ou decrescentes.

De qualquer forma, uma diferença básica encontra-se, hoje, nas duas abordagens. Enquanto a primeira centrava-se, fundamentalmente, na acumulação de capital fixo, considerando o progresso técnico neutro, a segunda dedica uma grande atenção ao progresso técnico endógeno, às economias externas, à educação e ao capital

humano. As atividades humanas, fertilizadas por altos níveis educacionais, tendem a aumentar substancialmente a contribuição do capital fixo no produto total (ROMER, 1994). Em suma, a contribuição do capital fixo na geração do produto total fica subestimada, quando não se considera o relevante papel do capital humano e das economias externas. Desse modo, as relações humanas e as instituições colocam-se no centro do processo econômico moderno.

### 1.3 Novas Teorias de Crescimento

A nova teoria, que trata o progresso técnico como elemento ativo no processo de crescimento, afirma que ele exerce efeitos expansivos sobre o produto, ao elevar a produtividade dos fatores e retransmitir esses efeitos para as unidades produtivas. A teoria do “crescimento com progresso técnico endógeno” tomou impulso nos anos da década de 1980, em virtude do aumento das desigualdades de crescimento entre áreas desenvolvidas e subdesenvolvidas, isto é, por não haver uma tendência à convergência dos produtos *per capita* entre áreas com diferentes níveis de desenvolvimento iniciais. Pelo contrário, as desigualdades entre regiões ou países ricos e pobres tendem a aumentar. Como não existe perfeita mobilidade dos fatores de produção K e L entre países ou regiões, as desigualdades aumentam, em vez de ocorrer a convergência. Ao invés de explicar esse crescimento desigual, a função de produção neoclássica mostra uma parcela  $A(t)$  não explicada por K ou L, sendo atribuída ao progresso técnico exógeno.

### 1.4 Influências do Capital Intelectual no Crescimento e Desenvolvimento de uma Região

Ora, para se desencadear um determinado processo de mudança, ou melhor, para se desencadear as transformações qualitativas e quantitativas, é necessário atuar nos fatores capazes de precipitar tais transformações. (PINHO, 1976).

É quase consensual afirmar que o desenvolvimento das forças produtivas tem dependido, cada vez mais, da conjugação de esforços entre ciência e tecnologia. O atual momento do comércio internacional, em que a globalização é o carro-chefe dos líderes nacionais em suas campanhas políticas, estimula a competitividade entre as empresas em todo o mundo e, dessa maneira, incrementa a demanda por educação, como forma de preparar o trabalhador para esses novos desafios empresariais. (SOUZA, 1999).

A análise da casualidade do desenvolvimento levou os economistas a concentrarem sua atenção nos recursos humanos, que representam um dos fatores de produção de qualquer sistema econômico. (PINHO, 1976).

O grau de desenvolvimento ou de subdesenvolvimento de uma região pode ser avaliado em  $f(x)$  do seu potencial humano de alto nível. Segundo Harbison (1965), o potencial humano estratégico ou de alto nível inclui todas as pessoas com doze ou mais anos de instrução ou seu equivalente em especialização ou experiência.

Os estudos empíricos desenvolvidos por Benhabib e Spiegel (1994) tentam mostrar a inadequação da especificação de taxas de capital humano. No longo prazo e dependendo da amostra trabalhada, porém, as taxas não só podem como devem ser utilizadas. Ou seja, desde que os capitais físicos dos países considerados na amostra sejam mais homogêneos, as diferenças tendem a ser expressas em diferenciais e, então, a utilização das taxas permite um melhor dimensionamento desses diferenciais.

### 1.5 Importância da Variável Escolaridade no PIB

Na proposta apresentada por Lau et al. (1993), o modelo difere do modelo de Benhabib (1994), por utilizar como variável dependente a taxa de crescimento do produto interno bruto em vez da taxa de crescimento do produto interno bruto *per capita*.

### 1.6 Definição das Variáveis e Bases de Dados

A estimativa será feita pelo método dos mínimos quadrados ordinários, por meio de regressões lineares *cross-section* sobre a taxa de crescimento do produto interno bruto dos municípios paranaenses, no período de 1999 a 2003. A análise dos dados coletados apresenta o inconveniente da indisponibilidade dos dados necessários nos mesmos períodos de tempo. Por essa razão, houve uma adaptação, ou seja, os dados foram trabalhados para atender às necessidades da pesquisa.

As variáveis utilizadas no modelo são descritas abaixo:

**$Y(t)$  - produto interno bruto da região** - O PIB municipal foi obtido do site do governo do Estado, entre os anos de 1999 e 2003.

**$K(t)$  - estoque de capital físico da economia** - Utilizou-se uma *proxy* pelo consumo de energia elétrica total de cada região. Esse dado foi extraído do IPARDES, no qual se considerou o período compreendido entre 1999 e 2003.

**$L(t)$  - força de trabalho** - A estimativa da PEA foi obtida, também, por meio do IPARDES. No entanto, esse dado foi encontrado no período 1996 e 2000. Por se tratar de um dado de grande relevância na análise, foi trabalhado para adaptar-se aos períodos gerais de 1999 e 2003. Levou-se em consideração a PEA total da região.

***H(t) - estoque de capital humano da economia*** - Poderiam ser utilizadas aqui, como *proxies*, matrículas no primeiro e segundo grau, índice de analfabetismo, valor absoluto e o logaritmo médio dos anos de escolaridade da PEA e o IDH. Optou-se pela última, e os dados foram obtidos de publicações patrocinadas pelo IPARDES (LOURENÇO, 2005).

REGIÃO METROPOLITANA	PIB	ENERGIA ELÉTRICA	IDH	PEA
I Curitiba	0,42	0,11	0,11	0,20
II Ponta Grossa	0,61	0,03	0,12	0,03
III Londrina	0,42	0,13	0,11	0,10
IV Guarapuava	0,56	0,13	0,13	-0,52
V Maringá	0,48	0,10	0,11	0,03
VI Cascavel	0,52	0,17	0,12	-0,08

### 1.6.1 Resultados obtidos

Os resultados para a primeira regressão são os que se seguem:

#### RESUMO DOS RESULTADOS

Estatística de Regressão						
R múltiplo	0,93217					
R-quadrado	0,86893					
R-quadrado ajustado	0,67233					
Erro padrão	0,04274					
Observações	6					

ANOVA					
	gl	SQ	MQ	F	F de significação
Regressão	3	0,02423	0,00808	4,41977	0,19001
Resíduo	2	0,00365	0,00183		
TOTAL	5	0,02788			

	Coefficientes	Erro padrão	Stat t	Valor-P	95% inferiores	95% superiores
Interseção	-1,57049	1,24379	-1,26267	0,33399	-6,92208	3,78109
Energia Elétrica	-1,43897	0,49950	-2,88084	0,10233	-3,58814	0,71019
IDH	19,07867	10,87214	1,75482	0,22138	-27,70035	65,85769
PEA	0,44778	0,38013	1,17794	0,36000	-1,18781	2,08336

FONTE: IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social



Desde que “P-Valor” na tabela da ANOVA seja maior do que 0,05, para todos os parâmetros da regressão múltipla, deve-se aceitar a hipótese nula para os parâmetros obtidos na regressão em um nível de 95% de confiança e concluir que eles não são estatisticamente significativos, corroborando, dessa maneira, a hipótese inicial de uma divisão economicamente inadequada do Estado do Paraná, ao se admitir a divisão política como critério de regionalização.

Embora a estatística do  $R^2$  indique que o modelo explica 86,893% da variação em Y e que o  $R^2$  ajustado, mais sensível para comparações em modelos de múltiplas variáveis independentes, seja de 67,233%, com um erro padrão da estimativa mostrando que o desvio padrão dos resíduos é 0,04274, a estatística  $F < F_{tabelado}$  e o F de significação maior que o  $\alpha = 0,05$  adotado também sugerem heterocedasticidade ou violação dos pressupostos de homocedasticidade, voltando a sugerir, em última instância, a inadequação da divisão regional adotada.

Percebeu-se, também, a errônea divisão das regiões, além dos fatores já citados, quando, ao serem analisadas separadamente, verificou-se que essa divisão não estava agregando regiões de forma a manterem uma forte relação nas características de desenvolvimento. Ou seja, quando, por exemplo, um município constar na região de Curitiba e tiver sua economia focada na agricultura, não haverá uma forte relação, pois a economia curitibana gira em torno de pólos industriais. Exemplificando ainda melhor: a média do crescimento econômico, na região de Curitiba, apresentará desvios padrões exagerados, quando comparada, por exemplo, à Região Metropolitana e ao vale do Ribeira.

Como os valores obtidos para a primeira regressão não foram estatisticamente significativos, não faz sentido proceder-se à execução da segunda regressão, na qual se utilizaria o erro como variável dependente a ser explicada pelas “proxies” de outras variáveis explicativas, selecionadas no decorrer deste trabalho (SOUZA, 2003).

De qualquer forma, o presente estudo valida a necessidade de se proceder, previamente, a uma divisão econômica regional mais adequada, sugerindo-se, para tanto, que se identifiquem fatores comuns de desenvolvimento, mediante matrizes insumo-produto aplicadas às várias regiões do Estado. Fica, então, lançada, ao final deste estudo, a semente de uma nova pesquisa.

## CONCLUSÃO

Pelos resultados obtidos na análise da regressão, conclui-se que a divisão da região feita politicamente e não economicamente, como adotada em outras análises regionais, interfere negativamente no resultado. Há uma relação nos dados obtidos, mas, pelo fato de essa divisão não agregar os municípios de forma a terem características de desenvolvimento semelhantes, ou ainda, produções econômicas parecidas, os dados tornam-se estatisticamente não significativos, inviabilizando, dessa forma, a segunda parte deste estudo, em que se pretendia mostrar a importância da variável “dinâmica interna” no processo de desenvolvimento econômico regional.

Sugere-se, então, ser feita uma nova análise, em pesquisas futuras, em que se consiga agregar os municípios de uma forma que, economicamente, as regiões se mostrem consistentes.

## REFERÊNCIAS

- BENHABIB, Jess; SPIEGEL, Mark M. O papel de capital humano no desenvolvimento econômico. **Diário de Economia Monetárias**, São Paulo, v.34, 1994.
- BOISER, Sérgio. Política econômica, organização social e desenvolvimento regional. In: \_\_\_\_\_. **Técnicas de análise regional e con información limitada**. Santiago de Chile: IEPES, 1980. p.589-687.
- HARBISON, Frederick H. **O desenvolvimento do potencial humano de alto nível e o crescimento econômico: recursos humanos para o desenvolvimento**. Rio de Janeiro: USAID, 1965. p.1.
- IPARDES. INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Base de dados do Estado**. Curitiba: IPARDES, 2006. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/imp/index.php>> Acesso em: 20 fev. 2006.
- LAU, Lawrence et al. Educação e crescimento econômico. **Diário de Economia e Desenvolvimento**, n.41, p.70, 1993.
- LOURENÇO, Gilmar Mendes. Economia paranaense: rótulos históricos e encaixe recente na dinâmica brasileira. **Análise Conjuntural** - IPARDES, Curitiba, v.27, n.11-12, p.11-12, nov./dez. 2005.
- PINHO, Carlos Marques. **Economia da educação e desenvolvimento econômico**. São Paulo: Pioneira, 1976. 103p.
- ROMER, P. M. **Lucros crescentes e crescimento a longo prazo**. 1986.
- SOUZA, Mário Romero Pellegrini de. A importância da escolaridade no crescimento econômico. **Revista da FAE**, Curitiba, 1999.

SOUZA, Mario Romero Pellegrini de. **Fatores determinantes do crescimento das regiões** - um processo de mensuração. 2003. 161f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção – ênfase em gestão de negócios) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2003.

STORPER, M. Estado e instituições como convenções. SEMINÁRIO INTERNACIONAL INSTITUIÇÕES, DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E REFORMA DO ESTADO. Rio de Janeiro, 1997.

TIEBOUT, C. As exportações e o crescimento econômico regional. In: SCHWARTZMAN, J. **Economia regional: textos escolhidos**. Belo Horizonte: CEDEPLAR, 1977. p.315-323.



## RELAÇÃO ENTRE ATIVIDADE ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL EM CURITIBA

Karla Cristina Tyskowski e Perla Aparecida Rodrigues da Silva\*  
Orientador: Prof. Dr. Christian Luiz da Silva

### RESUMO

Curitiba teve um novo impulso de investimento em meados da década de 1990. A dinâmica dos bairros está vinculada à atividade econômica. O novo fluxo de investimento interferiu economicamente e, portanto, na dinâmica dos bairros. O objetivo deste artigo é caracterizar os indicadores de desenvolvimento sustentável dos bairros de Curitiba. Observou-se que os bairros centrais de Curitiba têm o predomínio dos serviços e, neles, há maior número de equipamentos urbanos, a exemplo dos hospitais e atividades como as de intermediação financeira. Em compensação, há maior incidência de doenças e ocorrências policiais. Nas regiões mais afastadas, fica o comércio e, na periferia, a indústria. Quanto mais se afasta da região central, maior a presença do Estado nas áreas da saúde, educação e proteção ambiental, como praças e parques. Considerando-se a configuração dos bairros e atividades econômicas, demandam-se aplicações específicas das ações públicas e privadas para atender a cada realidade.

**Palavras-chave:** economia urbana; desenvolvimento sustentável local; Curitiba.

\* Colaboração das acadêmicas do 1º e 3º ano do Curso de Ciências Econômicas. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## 1 INTRODUÇÃO

O novo fluxo de investimento em Curitiba, a partir de 1995, tornou presente uma nova dinâmica econômica no município. O crescimento de 7% da população e 11% dos domicílios, entre 1996 e 2000, representa, no município, a dinâmica econômica e demográfica do período após a entrada do novo ciclo de investimento industrial (SILVA, 2005).

Firkowski (2004, p.97) descreve, de forma elementar, porém precisa, pequenas transformações na dinâmica da cidade, quais sejam: “Entre os elementos capazes de contribuir para a compreensão das transformações em curso, alguns se manifestam, em Curitiba, concretamente, no espaço com obras como os novos espaços industriais, os hipermercados, os hotéis, etc.; outros se fazem presentes pelas novas demandas por serviços, centros de compras ‘24 horas’, além de alterações no cotidiano, recém-incorporadas à vida do curitibano”.

O novo perfil produtivo da região metropolitana influenciou diretamente a dinâmica espacial de Curitiba (BITTENCOURT, 2003). O planejamento urbano e o plano diretor devem considerar tais elementos, como mencionado na lei do plano diretor de Curitiba (PLANO DIRETOR DE CURITIBA, 2004). Dessa forma, torna-se necessário conhecer melhor as limitações e demandas de cada região e quanto estão associadas a sua dinâmica econômica e espacial.

A estrutura econômica foi segmentada somente em comércio, indústria, serviços e agropecuária, mas há, também, indicação de outros estabelecimentos não identificados. A fonte das informações é diversa, mas se concentra, basicamente, em dados da Prefeitura Municipal de Curitiba (IPPUC e Secretaria de Finanças) e IBGE.

A hipótese é que a concentração econômica em um tipo de atividade caracteriza a dinâmica local da região e influencia em todas as dimensões. Para isso, primeiro se classificaram os bairros pelas atividades econômicas predominantes, quais sejam: indústria, comércio ou serviço. Ainda, foi contemplado o setor agropecuário e outros, mas estes não são relevantes e, portanto, não foram considerados.

Demais detalhes metodológicos foram tratados na terceira seção. Na segunda seção, contudo, será discutida a base conceitual do desenvolvimento sustentável local. A quarta seção apresenta os resultados da pesquisa e a quinta seção as considerações finais.

## 2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL LOCAL

Após a inclusão do desenvolvimento sustentável, na pauta de discussão dos fóruns mundiais da década de 1970, o tema era tratado, até meados de 1980, como uma composição das dimensões econômica, social e ambiental Bellen (2005, p.23-39). Até então, ao se estudar o desenvolvimento, estava-se ocupando em avaliar como os recursos são utilizados (ambiental), como se transformam (econômico) e como os ganhos são distribuídos (social).

Sachs (1986) inseriu mais duas dimensões do desenvolvimento nessa discussão: a espacial e a cultural. O autor argumentou que era preciso não somente respeitar e observar a relação urbana vs. rural, mas, principalmente, procurar manter os valores culturais nesse processo. O desenvolvimento perderia o sentido se ocorresse o crescimento, em detrimento da manutenção das raízes da sociedade, ou seja, das bases culturais (FURTADO, 1988).

Essas dimensões permitem avaliar a interação do homem em todos os aspectos: homem em sociedade (econômico e social), homem e recursos naturais (ambiente e espacial), homem e história (cultura). Entender o homem, nesse contexto mais amplo, e a sua interação histórica com o processo de desenvolvimento, tornou-se questão corriqueira nos discursos sobre a sustentabilidade (SILVA, 2006).

Alguns modelos de desenvolvimento local tentam ser replicados a diversos locais, sem se compreender que, por mais que coincidam os indicadores, as pessoas são diferentes. Vontade, capacidade e liderança são constituídas de forma distinta e podem implicar resultados diferentes ao mesmo modelo.

Nesse sentido, a construção de um projeto de desenvolvimento local não pode passar despercebida das pessoas. Como cita Silva (2005b), o desenvolvimento sustentável é de todas as pessoas, por todas as pessoas e para todas as pessoas. O conceito de desenvolvimento sustentável é participativo e, como ressaltam Bell e Morse (2003, p.4), sem pessoas não há desenvolvimento sustentável.

Essas pessoas, contudo, vivem realidades diferentes e são expostas a uma dinâmica econômica, social, cultural, ambiental e espacial distintas, mesmo que os resultados (indicadores) coincidam ou sejam próximos dos de outros locais.

As ações podem ser públicas ou privadas, mas seguramente estarão mais fundamentadas e com maior capacidade de avaliação dos resultados práticos. Alguns ganhos podem ainda ser explorados, como: a maior participação comunitária e a construção de indicadores contínuos e evolutivos.

Ambas as questões são fundamentais para o desenvolvimento local e, ao mesmo tempo, são gargalos para o pleno amadurecimento de uma região. Ao instigar a comunidade com informações e acompanhar continuamente o que está acontecendo, poder-se-á inculcar na população a necessidade de pensar no local, tendo a compreensão global (ULTRAMARI, 2003).

Nesse contexto, a inter-relação e interdependência das dimensões que constituem um processo de desenvolvimento sustentável tornam a sua análise muito rica e diversificada. A compreensão do corpo analítico do desenvolvimento sustentável como único é, portanto, uma forma de se estabelecer uma ótica multidisciplinar de observar um determinado processo no decorrer do tempo.

Esse processo é resultado da interação social em um determinado espaço, com bases culturais “cultivadas”, com finalidades econômicas, obedecendo-se às instituições reconhecidas naquela sociedade e considerando-se a manutenção do estoque ambiental existente (SILVA, 2005b).

Apesar de o processo ter como base a interação social, parte de objetivos individuais que se consolidam no coletivo, mas se alteram particularmente conforme os anseios de cada pessoa. Nesse sentido, o desenvolvimento sustentável ocorrerá se tais dimensões avançarem, atendendo às restrições existentes, de forma harmoniosa e se adequando aos objetivos individuais.

Considerando-se o exposto, pode-se conceituar Desenvolvimento Sustentável como um processo de transformação que ocorre de forma harmoniosa nas dimensões espacial, social, ambiental, cultural e econômica do individual para o global. Essas dimensões são inter-relacionadas por meio de instituições que estabelecem as regras de interações e, também, influenciam o comportamento da sociedade local.

Para operacionalizar esse conceito, deve-se, portanto, proceder à delimitação espacial. Por mais que o espaço seja estabelecido na prática tão somente por uma linha imaginária, as relações regionais, nacionais e internacionais se intensificam a partir de uma estrutura local.

A questão espacial delimita também os recursos ambientais e o espaço de inter-relação da sociedade, sob sua estrutura cultural e social, bem como seus limitantes econômicos. Há duas formas de definir espacialmente a análise: por indicadores prévios que identifiquem o perfil econômico, social e cultural da sociedade; ou por verificação empírica de ações comunitárias empreendidas. Isso reforça a opção metodológica pela análise do microlocal, já que o espaço se define pela região, integrado por características comuns e constituintes de uma vitalidade econômica única.



A ordem cultural fortalece as raízes de formação crítica da sociedade. A fim de se compreender essa influência, deve-se aperceber sobre o cultivo das raízes da comunidade em estudo quanto ao inter-relacionamento dos agentes. Isso permite estabelecer as bases de interação e interdependência dos agentes envolvidos, no processo de desenvolvimento de uma determinada região e, também, estabelece os condicionantes comportamentais e ideológicos dos participantes desse processo.

Definido espaço e base cultural, devem-se compreender as questões econômica, social e ambiental. A econômica é avaliada pelas atividades presentes na região e pela demanda potencial existente. A obtenção de informações sobre a demanda permite que se avaliem atividades potenciais e vinculadas com a sua base cultural e limitações regionais.

Estreitamente vinculada à questão econômica e cultural, delimitada pelo espaço, a condição humana é um elemento determinante das diretrizes para um desenvolvimento sustentável. Saúde, renda, educação, habitação, alimentação e sustentação jurídica são elementos-base da formação do cidadão ou agente envolvido no processo de desenvolvimento sustentável.

Destarte, a condição humana deve ser observada tanto em termos de indivíduos quanto de coletividade, principalmente no aspecto que tange à distribuição equitativa desse item.

Mesmo que individualmente possa haver um aspecto de condição humana estabelecido para um indivíduo- padrão, as distorções dessa mediana podem ser complicadores importantes para o desenvolvimento de uma região. A obtenção dessa informação parte dos indicadores locais sobre as diferentes abordagens constituintes da condição humana e observada, inicialmente, de forma não integrada.

A base de identificação local (espacial, cultural, econômica, ambiental e social/ condição humana) é a primeira etapa para se compreender o inter-relacionamento das variáveis e estipular um modelo de desenvolvimento sustentável aplicável e adaptativo ao conjunto de elementos daquela região. A próxima seção apresentará os pressupostos do método aplicado neste estudo.

### **3 METODOLOGIA**

As informações coletadas envolvem as 5 dimensões do desenvolvimento sustentável para Curitiba. A coleta envolveu 141 indicadores com informações por bairro para o município e foi utilizado o mesmo critério de classificação que em Silva, Silva e Lourenço (2006). Esses indicadores foram classificados nas dimensões do

desenvolvimento sustentável e segmentados em três níveis (primário, secundário e terciário). O quadro 1 mostra a estrutura dessa classificação e identifica quantos indicadores foram agrupados por dimensão.

NÚMERO DE INDICADORES POR DIMENSÃO	CLASSIFICAÇÃO		
	Primária	Secundária	Terciária
9	Dimensão espacial	Geográfica Infra-estrutural Populacional	Área Transporte População
87	Dimensão social	Populacional	Faixa etária Sexo
		Educação	Escolaridade Analfabetismo Estabelecimentos públicos Estabelecimentos particulares Dinâmica escolar Atividade de apoio à comunidade
		Habitação Saúde	Moradia Estabelecimentos públicos Estabelecimentos particulares Atividade de apoio à comunidade Expectativa de vida Saneamento Coleta de lixo Doenças infecciosas
		Segurança	Mortalidade Criminalidade
8	Dimensão ambiental	Área verde	Área Entretenimento Atividade de apoio à comunidade
28	Dimensão econômica	Atividade	Estabelecimentos Atividade de apoio à comunidade
		Renda	Salários
9	Dimensão cultural	Esporte e lazer Recreação e lazer Cultura e lazer Religião	Atividade de apoio à comunidade Atividade de apoio à comunidade Atividade de apoio à comunidade Ateísmo Tipos de religião

QUADRO 1 - CLASSIFICAÇÃO DOS INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

FONTE: Silva, Silva e Lourenço (2006)

Para avaliar o perfil dos bairros a partir do setor econômico predominante, primeiro foi necessário agrupar essas informações conforme a predominância da atividade econômica nos bairros. Antes, contudo, cabe salientar que, em 2004, Curitiba possuía quase 122 mil empresas formais, predominando as relacionadas ao comércio e serviço (gráfico 1).

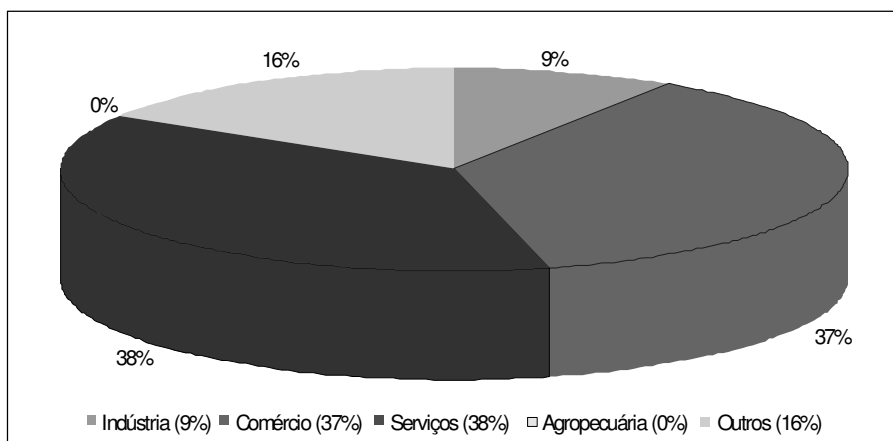


GRÁFICO 1 - DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS FORMAIS DE CURITIBA POR SETOR ECONÔMICO - 2004  
 FONTE: Secretaria Municipal de Finanças de Curitiba (SMF)

Tendo a constituição dos setores econômicos por bairro, estabeleceu-se uma estatística descritiva para avaliar as médias e demais informações de cada setor. A indústria representa, em média, 11% na composição dos setores, comércio 38% e serviços 36% (tabela 1).

TABELA 1 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA COMPOSIÇÃO DOS SETORES ECONÔMICOS DE CURITIBA POR BAIRRO - 2004

ESTATÍSTICA DESCRITIVA - SETORES ECONÔMICOS CURITIBA 2004	INDÚSTRIA	COMÉRCIO	SERVIÇOS	AGROPECUÁRIA	OUTROS
Média	0,1100	0,3759	0,3604	0,0014	0,1522
Erro-padrão	0,0064	0,0095	0,0141	0,0002	0,0052
Mediana	0,0981	0,3828	0,3435	0,0011	0,1532
Desvio-padrão	0,0558	0,0831	0,1230	0,0020	0,0454
Variância da amostra	0,0031	0,0069	0,0151	0,0000	0,0021
Curtose	7,0333	4,4148	8,6753	11,7207	3,2415
Assimetria	2,0681	(1,0854)	1,8994	3,0300	(0,4067)
Intervalo	0,3571	0,5385	0,8745	0,0109	0,2712
Mínimo	-	-	0,1255	-	-
Máximo	0,3571	0,5385	1,0000	0,0109	0,2712
Soma	8,3610	28,5696	27,3901	0,1097	11,5695
Contagem	76,0000	76,0000	76,0000	76,0000	76,0000

FONTE DOS DADOS BRUTOS: Secretaria Municipal de Finanças (2004)

Agruparam-se os bairros cujos setores representavam de forma predominante mais que a média, estabelecendo-se como atividade econômica mais ativa do bairro. Essa avaliação resultou na classificação em 3 grupos: industrial, comercial ou de serviços. O quadro 2 mostra o posicionamento de cada bairro no respectivo grupo.

INDÚSTRIA	SERVIÇO	COMÉRCIO
Atuba	Água Verde	Abranches
Augusta	Ahú	Alto Boqueirão
Barreirinha	Alto da Glória	Bacacheri
Boqueirão	Alto da XV	Bairro Alto
Butiatuvinha	Batel	Boa Vista
Cachoeira	Bigorilho	Campina do Siqueira
Cajuru	Bom Retiro	Capão da Imbuia
Campo Comprido	Cabral	Capão Raso
Campo de Santana	Centro	Cascatinha
Caximba	Centro Cívico	Fanny
Cidade Industrial	Cristo Rei	Ganchinho
Fazendinha	Hugo Lange	Guabirotuba
Guaira	Jardim Botânico	Hauer
Jardim Social	Juvevê	Jardim das Américas
Lamenha Pequena	Mercês	Mossunguê
Lindóia	Parolin	Novo Mundo
Orleans	Prado Velho	Pilarzinho
Pinheirinho	Rebouças	Portão
Riviera	São Francisco	Santa Felicidade
Santa Cândida	São Lourenço	Santa Quitéria
Santo Inácio	São Miguel	Tatuquara
São Braz	Seminário	Vista Alegre
São João	Tarumã	
Sítio Cercado	Vila Izabel	
Taboão		
Tingüí		
Uberaba		
Umbará		
Xaxim		

QUADRO 2 - CLASSIFICAÇÃO DOS BAIRROS PELA PREDOMINÂNCIA SETORIAL ACIMA DA MÉDIA DE CURITIBA - 2004

FONTE DADOS BRUTOS: Secretaria Municipal de Finanças (2004)

Com a finalidade de determinar o perfil de cada bairro com a classificação pela atividade econômica, calculou-se, antes, a correlação entre a quantidade de estabelecimentos por bairro e os indicadores que compunham o quadro 2.

Como os perfis das demais dimensões do desenvolvimento sustentável foram agrupados pela predominância do setor econômico do bairro, considera-se como premissa que deveria existir correlação entre o número de estabelecimentos e o indicador utilizado para caracterizar os bairros daquele grupo.

Classificou-se a correlação em 3 níveis: baixíssima ou nula correlação, quando menor que 0,4; baixa correlação, quando entre 0,41 e 0,49; correlação média, quando entre 0,50 e 0,69; e média alta e alta correlação, quando maior que média.

Um critério foi ter pelo menos 1 indicador de cada dimensão (classificação secundária). Se houvesse, permaneceriam somente aqueles indicadores com correlação maior ou igual à média. Se não houvesse, seria selecionada pelo menos 1 que tivesse a maior correlação naquela dimensão, para manter a representatividade de todos os grupos. A única dimensão que se enquadrou nessa exceção foi a ambiental, cujos indicadores selecionados apresentaram correlação entre 0,26 e 0,29 com o número de estabelecimentos (quadro 3).

Selecionados os indicadores e classificados os bairros por setor econômico predominante, estabeleceu-se a estatística descritiva por dimensão para avaliar comparativamente por setor.

Saliente-se que uma limitação importante é a diferença do período de origem das informações. Enquanto o número total de estabelecimentos por setor econômico é de 2004, algumas informações são censitárias, ou seja, de 2000.

A próxima seção discutirá comparativamente, por dimensão do desenvolvimento sustentável, a estatística descritiva das variáveis, conforme o setor econômico.

INDICADOR	CLASSIFICAÇÃO PRIMÁRIA	CLASSIFICAÇÃO SECUNDÁRIA	CORRELAÇÃO COM ESTABELECIMENTO CURITIBA - 2004
Soma Equipamentos (2001 a 2005)	Espacial	Infra-estrutura	0,56
Transportes - Total de linhas em 2000	Espacial	Infra-estrutura	0,80
Transportes - Linhas - RIT (Rede Integrada de Transporte) em 2000	Espacial	Infra-estrutura	0,54
Faixa etária 60 a 64 anos (2000)	Social	Populacional	0,47
Faixa etária 65 a 69 anos (2000)	Social	Populacional	0,53
Faixa etária 70 a 74 anos (2000)	Social	Populacional	0,62
Faixa etária 75 a 79 anos (2000)	Social	Populacional	0,67
Faixa etária 80 anos ou mais (2000)	Social	Populacional	0,76
População residente da cor amarela_2000	Social	Populacional	0,58
Escolas particulares em 2001	Social	Educação	0,65
Total de estabelecimentos de ensino	Social	Educação	0,64
Domicílios particulares permanentes (2000)	Social	Habitação	0,45
Número total de unidades de saúde em Curitiba 2004 e 2005	Social	Saúde	0,54
Hospitais (2004)	Social	Saúde	0,55
Unidades de atendimento Saza Lattes (2004)	Social	Saúde	0,47
Unidades municipais de saúde especializadas (2005)	Social	Saúde	0,46
Total de domicílios com ligação de água na rede / canalização interna em 2000	Social	Saúde	0,44
Total de domicílios com rede de esgoto ou fossa séptica em 2000	Social	Saúde	0,46
Total de domicílios particulares permanentes com lixo coletado em 2000	Social	Saúde	0,44
Total de domicílios part. permanentes, com lixo coletado por serv. limpeza em 2000	Social	Saúde	0,45
Coefficiente de incidência de AIDS por 100.000 habitantes (média 1997 a 2001)	Social	Saúde	0,64
Taxa de ocorrências atendidas pela Polícia Militar do Paraná por 10.000 habitantes (média 1999 e 2000) (valor empírico)	Social	Segurança	0,72
Número de acidentes de trânsito, com vítimas, atendidos pelo SIATE em 2000	Social	Segurança	0,74
Largos (2005)	Ambiental	Área Verde	0,29
Parques (2005)	Ambiental	Área verde	0,26
Praças (2005)	Ambiental	Área verde	0,27
Total de estabelecimentos de indústria em Curitiba 2004	Econômica	Atividade	0,62
Total de estabelecimentos de comércio em Curitiba 2004	Econômica	Atividade	0,85
Total de estabelecimentos de serviços em Curitiba 2004	Econômica	Atividade	0,90
Total de outros estabelecimentos em Curitiba 2004	Econômica	Atividade	0,90
Feira do litoral (2003)	Econômica	Atividade	0,59
Feiras especiais (2003)	Econômica	Atividade	0,83
Total das pessoas responsáveis pelos domicílios part. permanentes - 2000	Econômica	Renda	0,44
Museu (2002)	Cultural	Cultura e lazer	0,78
Teatro (2002)	Cultural	Cultura e lazer	0,81
População residente outra religião (2000)	Cultural	Religião	0,56

QUADRO 3 - CORRELAÇÃO ENTRE NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS E INDICADORES SELECIONADOS, CLASSIFICADOS POR DIMENSÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

FONTE DOS DADOS BRUTOS: IPPUC, IBGE, Secretaria Municipal de Finanças

NOTA: Classificação conforme quadro 1. Ano da informação entre parênteses.

## 4 INTER-RELAÇÕES DE ATIVIDADE ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Com base na seleção das variáveis representativas por dimensão econômica, estabeleceu-se a estatística descritiva por setor econômico. As estatísticas calculadas foram: média, erro-padrão, mediana (concentração da maioria das observações), moda (item com maior número de repetição das observações), desvio-padrão, variância da amostra, intervalo (diferença entre maior e menor observação), soma, contador (número de observações). Essas estatísticas mostram o comportamento padrão de cada setor econômico, considerando as observações por bairro. As dimensões avaliadas foram: espacial (infra-estrutura e demografia), social (educação e habitação, saúde, saneamento, segurança), ambiental, econômico e cultural. Utilizando-se o critério de identificação dos bairros por concentração de atividade econômica, verificou-se que 22 bairros são predominantemente comerciais, industriais e 24 de serviços (quadro 2).

O limite espacial analisado foi o município de Curitiba por bairro. As duas principais variáveis para essa dimensão foram infra-estrutura e demografia. A primeira estabelece a influência do Estado como agente de transformação local por meio do fornecimento de equipamentos urbanos e transporte, incluindo a interligação com a rede integrada de transporte.

Há uma maior concentração de equipamentos urbanos nas zonas industriais, apesar de se observar que há um desvio-padrão maior nesses bairros, caracterizando alguns com significativo número de equipamentos, e outros com menos que nas regiões comerciais e de serviços. Isso se ressalta pelo intervalo.

Enquanto o intervalo do setor industrial é de 254, nos bairros comerciais e de serviços é de 70 e 144, respectivamente. Há, contudo, uma demanda relativamente distribuída entre os bairros, independente por tipo de setor econômico predominante, alterando, em realidade, o tipo de equipamento demandado.

Enquanto em bairros industriais e comerciais se demanda por mais escolas públicas e unidades de saúde (tabela 4 e 5 - Apêndice A), nos bairros predominantemente de serviços há mais equipamentos culturais, como centro esportivo, museu e teatro (tabela 11 - Apêndice A).

A linha de transporte é um fator predominante dos bairros comerciais e, principalmente, de serviços. Esses dois setores apresentam maior fluxo de pessoas, já que a localização é determinante para efetivação da transação econômica e, portanto, da atividade que desenvolvem.

Por outro lado, os bairros industriais necessitam de transportes para realizar a produção, o que a torna mais específica. Cabe salientar, ainda, a elevada média e

significativo intervalo nos bairros predominantemente de serviços, em razão do viés Centro, que está nesse grupo (tabela 1 - Apêndice A).

Em termos de demografia, também se observa o aumento da concentração de idosos, quanto maior a idade, nos bairros pertencentes ao grupo de serviços, neste caso influenciado pelo centro e bairros residências. Isso significa que, quanto maior a faixa etária, mais se destaca a atividade de serviços e as demandas para essa faixa etária. Os bairros em que predominam serviços são os mais centrais e onde se localizam bancos, atendimento hospitalar, e outras atividades mais utilizadas pelos idosos (tabelas 2 e 3 - Apêndice A).

A dimensão social envolve educação, habitação, saúde, saneamento e segurança. A educação acontece em duas realidades. As escolas particulares estão mais presentes nas regiões em que predominam os serviços, ou seja, nas regiões centrais. Nesses bairros, há também maior concentração da renda.

Quando observado o total de estabelecimentos de ensino, incluem-se, significativamente, os públicos. Nota-se que, enquanto a média de escolas particulares é 11, nos bairros em que predominam serviços e do total de estabelecimentos de ensino, a média é 13 (apenas 2 a mais); essa diferença é significativa nos bairros predominantemente industriais e comerciais.

A média do total de estabelecimentos é 12 nos bairros predominantemente comerciais, enquanto a média de escolas particulares é 7. Para os bairros predominantemente industriais, esses números são, respectivamente, 11 e 5. Tal fato se deve à maior desconcentração regional do ensino público, justamente por ser o propósito da atividade pública. Há mais escolas públicas nas regiões em que a demanda é maior. A demanda é maior onde a renda é menor, regiões mais industriais e comerciais.

A média de domicílios particulares permanentes é maior nos bairros industriais, seguida dos comerciais. Habita-se mais na periferia, próximo das indústrias e onde se gera um comércio local mais expressivo. Nota-se, contudo, que o intervalo entre o menor e o maior número de domicílios em um bairro é significativo nas regiões predominantemente industriais. Há bairros com poucos domicílios, como Riviera com apenas 62, e outros significativamente populosos, como a Cidade Industrial com quase 44 mil.

A saúde tem unidades descentralizadas nos bairros predominantemente industriais e comerciais, principalmente as unidades de saúde e Sazza Lattes, os hospitais e as unidades especializadas nas regiões centrais, onde predomina a atividade de serviços. Outra informação interessante é o coeficiente de incidência de AIDS por 100 mil habitantes. Ele é significativamente maior nos bairros de serviços, em razão, principalmente, do centro. Nesse bairro o coeficiente é 194, enquanto nos demais a média é 34 (tabela 5 - Apêndice A).



Um importante indicador ambiental refere-se à ligação de água e esgoto. As regiões industriais, que são mais populosas e possuem o maior número de domicílios permanentes, têm um maior número de domicílios com canalização interna, rede de esgoto, lixo coletado e lixo coletado por serviço de limpeza. Em todos os bairros, a média de canalização interna e de serviço de lixo coletado por serviço de limpeza é muito próxima, ou seja, em torno de 96% dos domicílios permanentes.

O serviço de coleta de lixo, independentemente de ser por serviço de limpeza, também é similar para todos os bairros, e o coeficiente de domicílios permanentes atendidos é em torno de 98%. A rede de esgoto ou fossa séptica está presente em 95% dos domicílios dos bairros predominantemente de serviços e em torno de 90% nos bairros industriais e comerciais. Isso denota a maior concentração de alternativa de esgoto na região central e a necessidade de expansão para a periferia (tabela 6 - Apêndice A).

A segurança é representada pela taxa de ocorrências atendidas pela polícia militar do Paraná por 10 mil habitantes e número de acidentes de trânsito, com vítimas, atendidos pelo SIATE. O maior número de ocorrências policiais é nos bairros em que predominam serviços, principalmente o centro, com quase 9 mil atendimentos, que representa o maior número do município. Em média, a taxa de ocorrência nos demais bairros é 1,35 mil. O número de acidentes de trânsito é, em média, maior nas regiões industriais, mas com picos importantes nos bairros de serviços, como, também, no centro. No centro, o número de acidentes é 589, seguido do bairro Cidade Industrial com 452 acidentes (tabela 7 - Apêndice A).

A média de praças e parques é maior nas regiões mais populosas, ou seja, os bairros industriais. Já os largos são mais presentes nas regiões centrais, portanto naquelas em que predominam os serviços (tabela 8 - Apêndice A). As feiras também acontecem mais nas regiões centrais (tabela 10 - Apêndice A).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O município de Curitiba apresenta realidades bastante díspares em razão do próprio processo de ocupação do bairro e da atividade econômica. A dinâmica econômica está relacionada à condição socioeconômica e ambiental na região. As regiões centrais concentram mais serviços e, por consequência, atividades necessárias para toda a população. Serviços como hospitais, intermediação financeira e atividades culturais se concentram na região central, onde há maior renda média e também maior insegurança e problemas de saúde.

A maior oferta de serviços atrai a população mais idosa, que é mais numerosa nos bairros em que predomina essa atividade. Em compensação, os serviços de lixo coletado são maiores, o que mostra preocupação em sanar, primeiro, o problema nas regiões centrais. Nas regiões centrais também predominam as feiras e o maior número de largos.

As regiões comerciais são mais próximas do centro, mas já possuem características de zonas residenciais, como as dos bairros predominantemente industriais. As regiões industriais são mais populosas, e há um maior número de serviços públicos descentralizados.

As unidades de saúde e as escolas públicas estão mais presentes nessas regiões, cujos padrões dos domicílios, em termos de água e esgoto, são significativos também (acima de 96% dos domicílios). Os equipamentos públicos abertos, como parques e praças, estão mais presentes nos bairros mais afastados do centro, onde há predomínio das indústrias.

Tais características denotam a importância do planejamento urbano para o desenvolvimento do município. Pode-se inferir a necessidade de maior descentralização dos serviços públicos para os bairros comerciais e industriais no que se refere aos equipamentos urbanos, como unidades de saúde, escolas municipais e parques ou praças. Há necessidade, também, nesses bairros, de expandir o serviço de limpeza aos domicílios. Já nas regiões em que predomina o serviço, a principal demanda é segurança e a manutenção de infra-estrutura para expansão de serviços como hospitais e intermediação financeira.

A dinâmica de um determinado tipo de atividade na região cria demandas específicas que devem ser atendidas para o desenvolvimento sustentável local. A distribuição dessa expansão também deve ser planejada para que haja um crescimento equitativo no município, diminuindo os custos da concentração demográfica. Dessa forma, sugere-se como proposta de novo trabalho a discussão mais detalhada e interdependente dos indicadores de sustentabilidade por bairro de Curitiba, a fim de melhor caracterizá-los e avaliá-los quanto ao processo de desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

- BELL, S.; MORSE, S. **Measuring sustainability: learning from doing**. London: Earthscan, 2003.
- BELLEN, H. M. V. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
- BITTENCOURT, J. T. Perfil produtivo e dinâmica espacial da Região Metropolitana de Curitiba: uma leitura a partir do desenvolvimento regional e das mudanças no padrão de produção. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n.105, p.101-123, jul./dez. 2003.
- CURITIBA. Lei Federal n.10.257/01. **Plano diretor de Curitiba - Estatuto da Cidade** - para orientação e controle do desenvolvimento integrado do Município, 2004.
- FIRKOWSKI, O. L. C. de F. Internacionalização e novos conteúdos de Curitiba. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n.107, p.93-107, jul./dez. 2004.
- FURTADO, C. Desenvolvimento. In: CAIDEN, G.; CARAVANTES, G. **Reconsideração do conceito de desenvolvimento**. Caxias do Sul: EDUCS, 1988.
- SACHS, I. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986.
- SILVA, C.L. (Coord.). **Desenvolvimento econômico de Curitiba: perfil, territorialidade e tendências**. Curitiba: Centro Universitário Franciscano do Paraná/ Companhia de Desenvolvimento de Curitiba, 2005. Relatório técnico de pesquisa.
- SILVA, C. L. Desenvolvimento sustentável: um conceito multidisciplinar. In: SILVA, C. L.; MENDES, J. T. G. (Org.). **Reflexões sobre o Desenvolvimento Sustentável: agentes e interações sob a ótica multidisciplinar**. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 2005.
- SILVA, C. L.; SILVA, H. P; LOURENÇO, M. In: SILVA, C. L. **Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico integrado e adaptativo**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- ULTRAMARI, C. A respeito do conceito de sustentabilidade. In: IEL-PR. **Monografias premiadas no 3º concurso de monografia sobre a relação universidade/empresa**. Curitiba: IPARDES: IEL-PR, 2003.

## Fontes Consultadas

- ARTHUR, W. B.; DURLAUF, S. N.; LANE, D. A. **The economy as an evolving complex system II**. Massachusetts: Perseus Books, 1997.
- CHAUÍ, M. **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. 4.ed. São Paulo: Cortez, 1989.
- CLAYTON, A. M. H.; RADCLIFFE, N. **Sustainability: a system approach**. Colorado/USA: Westview, 1996.
- DRESNER, S. **The principles of sustainability**. London: Eastscan, 2002.
- FERREIRA, L. da C.; VIOLA, E. (Org.). **Incertezas de sustentabilidade na globalização**. Campinas: Unicamp, 1996.

FOLADORI, G. **Limites do desenvolvimento sustentável**. Campinas: Unicamp, 2001.

FOLADORI, G. Avanços e limites da sustentabilidade social. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n.102, p.103-113, jan./jun. 2002.

GUEDES, F. C. **Economia e complexidade**: as metamorfoses da ciência à crítica da razão econômica. Lisboa: Globo, 1999.

VIANA, G.; SILVA, M.; DINIZ, N. (Org.). **O desafio da sustentabilidade**: um debate socioambiental no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

**APÊNDICE A - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS  
PARA DIMENSÕES ESPACIAL, SOCIAL, ECONÔMICA,  
AMBIENTAL E CULTURAL POR SETOR ECONÔMICO**



TABELA 1 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO ESPACIAL/INFRA-ESTRUTURA POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ESPACIAL	SOMA EQUIPAMENTOS (2001 A 2005)			TRANSPORTE TOTAL DE LINHAS (2000)			TRANSPORTES LINHAS - RIT (REDE INTEGRADA DE TRANSPORTE) (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	35	47	36	23	19	39	14	13	12
Erro-padrão	4	9	6	3	3	7	2	2	2
Mediana	27	33	30	21	13	32	12	8	11
Modo	26	32	40	39	8	45	18	8	14
Desvio-padrão	19	50	29	13	15	35	11	12	8
Variância da amostra	374	2.496	854	169	232	1.237	127	156	64
Intervalo	70	254	144	56	67	177	51	58	38
Mínimo	4	5	7	4	2	2	2	2	2
Máximo	74	259	151	60	69	179	53	60	40
Soma	761	1.372	856	504	548	932	307	391	292
Contagem	22	29	24	22	29	24	22	29	24

TABELA 2 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO ESPACIAL/ DEMOGRAFIA POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ESPACIAL - DEMOGRAFIA	FAIXA ETÁRIA 60 A 64 ANOS (2000)			FAIXA ETÁRIA 65 A 69 ANOS (2000)			FAIXA ETÁRIA 70 A 74 ANOS (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	590	636	489	459	469	424	326	330	369
Erro-padrão	79	137	81	58	99	71	40	68	64
Mediana	469	341	357	413	272	289	302	219	254
Modo	ND	ND	ND	219	ND	234	238	ND	175
Desvio-padrão	373	738	395	273	535	349	189	364	312
Variância da amostra	138.976	544.240	156.162	74.741	286.525	121.531	35.709	132.683	97.629
Intervalo	1.246	2.943	1.538	950	2.126	1.306	666	1.321	1.236
Mínimo	57	5	63	51	4	66	38	4	25
Máximo	1.303	2.948	1.601	1.001	2.130	1.372	704	1.325	1.261
Soma	12.976	18.430	11.737	10.105	13.594	10.178	7.172	9.556	8.864
Contagem	22	29	24	22	29	24	22	29	24
ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ESPACIAL - DEMOGRAFIA	FAIXA ETÁRIA 75 A 79 ANOS (2000)			FAIXA ETÁRIA 80 ANOS OU MAIS (2000)			POPULAÇÃO RESIDENTE DA COR AMARELA (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	197	192	257	170	169	263	226	184	269
Erro-padrão	24	38	46	20	34	49	45	45	84
Mediana	183	103	188	155	99	201	162	109	131
Modo	ND	81	138	331	4	ND	ND	ND	ND
Desvio-padrão	113	205	224	95	183	241	209	244	412
Variância da amostra	12.822	42.157	49.974	9.039	33.565	58.075	43.707	59.308	170.145
Intervalo	397	760	899	318	674	1.070	769	1.019	1.790
Mínimo	25	1	15	23	4	22	3	1	-
Máximo	422	761	914	341	678	1.092	772	1.020	1.790
Soma	4.331	5.567	6.174	3.731	4.895	6.309	4.981	5.336	6.464
Contagem	22	29	24	22	29	24	22	29	24

NOTA: ND = não disponível.

TABELA 3 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO ESPACIAL/DEMOGRAFIA POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ESPACIAL - DEMOGRAFIA	FAIXA ETÁRIA 80 ANOS OU MAIS (2000)			POPULAÇÃO RESIDENTE DA COR AMARELA (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	170	169	263	226	184	269
Erro-padrão	20	34	49	45	45	84
Mediana	155	99	201	162	109	131
Modo	331	4	ND	ND	ND	ND
Desvio-padrão	95	183	241	209	244	412
Variância da amostra	9.039	33.565	58.075	43.707	59.308	170.145
Intervalo	318	674	1.070	769	1.019	1.790
Mínimo	23	4	22	3	1	-
Máximo	341	678	1.092	772	1.020	1.790
Soma	3.731	4.895	6.309	4.981	5.336	6.464
Contagem	22	29	24	22	29	24

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 4 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO SOCIAL/EDUCAÇÃO E HABITAÇÃO POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO SOCIAL- EDUCAÇÃO E HABITAÇÃO	ESCOLAS PARTICULARES (2001)			TOTAL DE ESTABELECIMENTOS DE ENSINO			DOMÍCIOS PARTICULARES PERMANENTES (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	7	5	11	12	11	13	6.414	7.992	4.436
Erro-padrão	1	1	2	2	2	2	920	1.907	839
Mediana	6	3	9	10	5	10	5.346	3.643	3.245
Modo	2	-	6	10	2	5	ND	ND	ND
Desvio-padrão	6	7	10	8	13	11	4.314	10.270	4.108
Variância da amostra	37	50	102	64	172	125	18.608.474	-	-
Intervalo	20	33	41	29	50	46	13.853	43.828	16.156
Mínimo	-	-	-	1	-	-	586	62	1.024
Máximo	20	33	41	30	50	46	14.439	43.890	17.180
Soma	156	136	256	253	316	301	141.104	231.777	106.460
Contagem	22	29	24	22	29	24	22	29	24

NOTA: ND = Não disponível.



TABELA 5 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO SOCIAL / SAÚDE POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO SOCIAL - SAÚDE	NÚMERO TOTAL DE UNIDADES DE SAÚDE EM CURITIBA (2004 E 2005)			HOSPITAIS (2004)			UNIDADES DE ATENDIMENTO SAZALATTES (2004)			COEFICIENTE DE INCIDÊNCIA DE AIDS POR 100.000 HABITANTES (MÉDIA 1997 A 2001)			UNIDADES MUNICIPAIS DE SAÚDE-ESPECIALIZADAS (2004)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	2,1	3,0	2,9	0,5	0,3	2,2	0,3	0,1	0,1	37,9	26,7	48,1	0,0	0,1	0,1
Erro-padrão	0,3	0,7	0,7	0,2	0,1	0,6	0,1	0,0	0,1	4,2	2,9	7,8	0,0	0,1	0,1
Mediana	2,0	2,0	1,5	-	-	1,0	-	-	-	33,3	25,9	39,8	-	-	-
Modo	1,0	2,0	1,0	-	-	1,0	-	-	-	ND	-	ND	-	-	-
Desvio-padrão	1,6	3,7	3,3	0,7	0,6	2,8	0,5	0,3	0,4	19,6	15,8	38,1	0,2	0,4	0,4
Variação da amostra	2,6	13,5	11,2	0,5	0,3	8,0	0,2	0,1	0,2	384,9	249,3	1.453,1	0,0	0,1	0,1
Intervalo	6,0	16,0	13,0	2,0	2,0	9,0	1,0	1,0	2,0	92,7	62,9	194,3	1,0	1,0	1,0
Mínimo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-
Máximo	6,0	16,0	13,0	2,0	2,0	9,0	1,0	1,0	2,0	98,2	62,9	194,3	1,0	1,0	1,0
Soma	46,0	88,0	69,0	11,0	8,0	53,0	7,0	2,0	3,0	834,2	773,7	1.153,9	1,0	4,0	4,0
Contagem	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	29,0

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 6 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO SOCIAL/ SANEAMENTO POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO SOCIAL - SANEAMENTO	TOTAL DE DOMÍCIOS COM LIGAÇÃO DE ÁGUA NA REDE/CANALIZAÇÃO INTERNA (2000)			TOTAL DE DOMÍCIOS COM REDE DE ESGOTO OU FOSSA SÉPTICA (2000)			TOTAL DE DOMÍCIOS PARTICULARES PERMANENTES COM LIXO COLETADO (2000)			TOTAL DE DOMÍCIOS PARTICULARES PERMANENTES COM LIXO COLETADO POR SERVIÇO DE LIMPEZA (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	6.186,3	7.743,1	4.216,2	5.888,3	7.123,3	4.234,3	6.303,5	7.856,0	4.270,0	6.197,1	7.643,2	4.202,2
Erro-padrão	890,1	1.874,2	823,3	852,6	1.732,6	826,6	909,2	1.883,5	826,2	891,6	1.812,9	820,0
Mediana	5.200,5	3.567,0	3.198,0	5.125,5	3.272,0	2.943,0	5.222,0	3.582,0	3.191,5	5.205,5	3.576,0	3.182,0
Modo	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	1.674,0	ND
Desvio-padrão	4.174,9	10.092,6	4.033,1	3.999,1	9.330,5	4.049,3	4.264,4	10.143,2	4.047,7	4.182,1	9.762,6	4.017,2
Intervalo	13.034,0	43.166,0	15.925,0	12.523,0	38.856,0	16.015,0	13.622,0	43.283,0	16.033,0	12.821,0	41.224,0	16.450,0
Mínimo	579,0	27,0	1.007,0	561,0	2,0	1.005,0	583,0	46,0	1.010,0	580,0	46,0	412,0
Máximo	13.613,0	43.193,0	16.932,0	13.084,0	38.858,0	17.020,0	14.205,0	43.329,0	17.043,0	13.401,0	41.270,0	16.862,0
Soma	136.089,0	224.550,0	101.189,0	129.543,0	206.576,0	101.623,0	138.677,0	227.823,0	102.480,0	136.337,0	221.654,0	100.853,0
Contagem	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 7 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO SOCIAL/SEGURANÇA POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO SOCIAL - SEGURANÇA	TAXA DE OCORRÊNCIAS ATENDIDAS PELA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ POR 10.000 HABITANTES (MÉDIA 1999 E 2000) (VALOR EMPÍRICO)			NÚMERO DE ACIDENTES DE TRÂNSITO, COM VÍTIMAS, ATENDIDOS PELO SIATE, NO ANO DE 2000		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	1.241,3	1.019,7	2.178,4	88,9	102,1	99,0
Erro-padrão	107,6	65,8	346,0	11,7	24,7	23,5
Mediana	1.203,9	1.011,0	1.905,7	81,0	41,0	75,0
Modo	ND	ND	ND	ND	24,0	81,0
Desvio-padrão	504,6	354,4	1.694,9	55,0	132,8	115,2
Variância da amostra	254.652,4	125.604,6	2.872.658,3	3.021,4	17.647,5	13.280,7
Intervalo	2.942,5	1.248,6	8.916,2	203,0	452,0	589,0
Mínimo	27,3	394,1	4,1	2,0	-	-
Máximo	2.969,8	1.642,7	8.920,2	205,0	452,0	589,0
Soma	27.309,5	29.571,6	52.281,6	1.955,0	2.961,0	2.377,0
Contagem	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 8 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO AMBIENTAL POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO AMBIENTAL	LARGOS (2005)			PARQUES (2005)			Praças (2005)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	0,2	0,6	1,4	0,2	0,3	0,1	4,6	7,3	4,8
Erro-padrão	0,1	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,9	2,0	1,0
Mediana	-	-	-	-	-	-	3,5	5,0	4,0
Modo	-	-	-	-	-	-	-	2,0	5,0
Desvio-padrão	0,6	1,2	1,9	0,4	0,7	0,3	4,3	10,6	5,1
Variância da amostra	0,4	1,5	3,6	0,2	0,4	0,1	18,2	112,3	26,3
Curtose	5,6	5,2	(0,0)	(0,1)	9,2	4,2	0,1	16,6	8,4
Assimetria	2,6	2,3	1,1	1,4	2,8	2,4	1,0	3,7	2,6
Intervalo	2,0	5,0	6,0	1,0	3,0	1,0	14,0	56,0	24,0
Mínimo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Máximo	2,0	5,0	6,0	1,0	3,0	1,0	14,0	56,0	24,0
Soma	5,0	17,0	34,0	5,0	9,0	3,0	101,0	211,0	115,0
Contagem	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0	22,0	29,0	24,0

TABELA 9 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO ECONÔMICA ESTABELECIMENTOS POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ECONÔMICA	TOTAL DE ESTABELECIMENTOS DE INDÚSTRIA EM CURITIBA (2004)			TOTAL DE ESTABELECIMENTOS DE COMÉRCIO EM CURITIBA (2004)			TOTAL DE ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS EM CURITIBA (2004)			TOTAL DE OUTROS ESTABELECIMENTOS EM CURITIBA (2004)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	134	172	131	631	510	659	488	351	1.040	249	191	358
Erro-padrão	18	43	28	89	121	197	69	79	361	38	48	132
Mediana	114	80	88	591	232	374	465	171	444	210	75	220
Modo	45	N/D	N/D	671	N/D	N/D	N/D	324	N/D	93	N/D	N/D
Desvio-padrão	82	231	138	416	653	964	326	426	1.718	179	257	647
Variação da amostra	6.744	53.354	18.928	173.430	425.974	928.372	106.249	181.631	2.950.585	32.160	66.255	418.829
Curtose	(1)	4	10	1	2	17	1	3	19	(0)	5	21
Assimetria	0	2	3	1	2	4	1	2	4	1	2	4
Intervalo	276	879	669	1.682	2.542	4.848	1.335	1.672	8.668	637	1.091	3.303
Mínimo	7	1	-	35	1	-	11	1	1	19	-	-
Máximo	283	880	669	1.717	2.543	4.848	1.346	1.673	8.669	656	1.091	3.303
Soma	2.955	4.984	3.149	13.871	14.789	15.827	10.727	10.193	24.957	5.472	5.543	8.597
Contagem	22	29	24	22	29	24	22	29	24	22	29	24

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 10 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO ECONÔMICA/FEIRAS E RESPONSÁVEIS ECONÔMICOS POR SETOR ECONÔMICO

ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO ECONÔMICA	FEIRA DO LITORAL (2003)			FEIRAS ESPECIAIS (2003)			TOTAL DAS PESSOAS RESPONSÁVEIS PELOS DOMÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	-	-	0,08	-	-	0,29	6.328	7.905,93	4.278
Erro-padrão	-	-	0,06	-	-	0,29	912	1.890,92	825
Mediana	-	-	-	-	-	-	5.225	3.627,00	3.196
Desvio-padrão	-	-	0,28	-	-	1,43	4.279	10.182,89	4.042
Variação da amostra	-	-	0,08	-	-	2,04	18.309,263	103.691.342,92	-
Curtose	N/D	N/D	9,12	N/D	N/D	24,00	(1)	4,48	5
Assimetria	N/D	N/D	3,22	N/D	N/D	4,90	1	2,06	2
Intervalo	-	-	1,00	-	-	7,00	13.715	43.432,00	16.035
Mínimo	-	-	-	-	-	-	586	62,00	1.010
Máximo	-	-	1,00	-	-	7,00	14.301	43.494,00	17.045
Soma	-	-	2,00	-	-	7,00	139.215	229.272,00	102.676
Contagem	22,00	29,00	24,00	22,00	29,00	24,00	22	29,00	24

NOTA: ND = Não disponível.

TABELA 11 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DE INDICADORES SELECIONADOS PARA DIMENSÃO CULTURAL POR SETOR ECONÔMICO

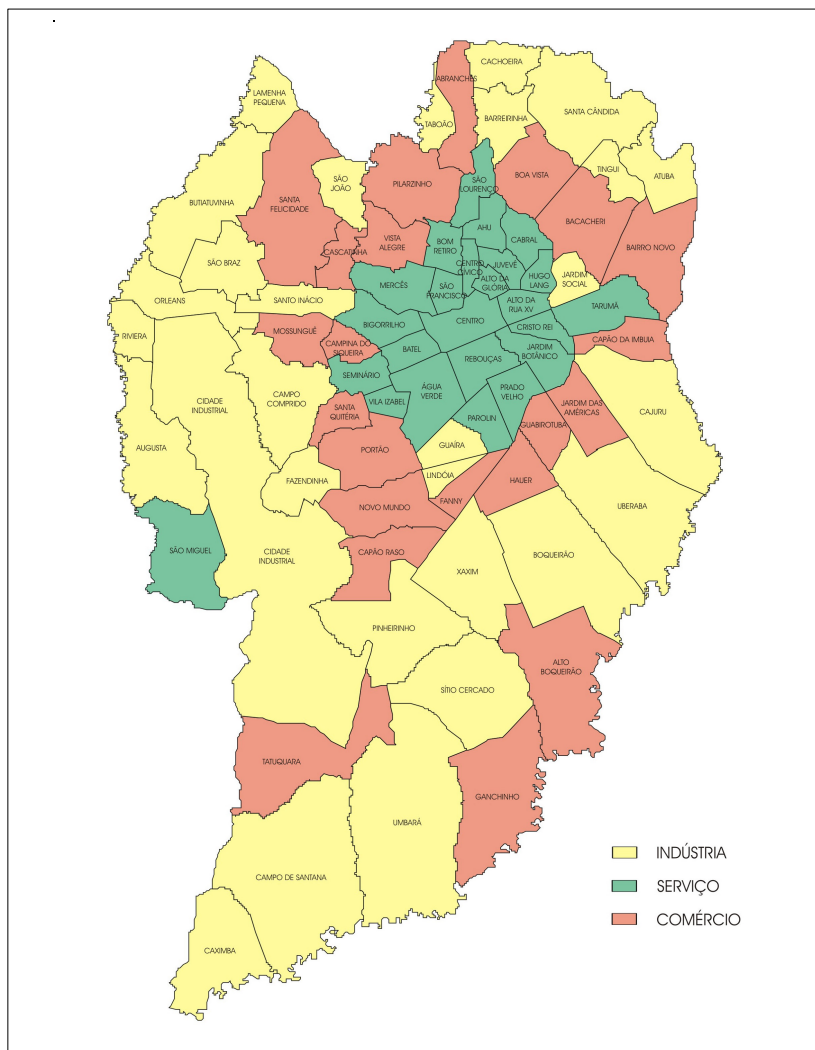
ESTATÍSTICA DESCRITIVA DIMENSÃO CULTURAL	MUSEU (2002)			TEATRO (2002)			POPULAÇÃO RESIDENTE OUTRA RELIGIÃO (2000)		
	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço	Comércio	Indústria	Serviço
Média	0,14	-	0,96	0,05	0,10	1,00	787	936,70	846,73
Erro-padrão	0,08	-	0,51	0,05	0,06	0,80	121	199,96	191,61
Mediana	-	-	-	-	-	-	602	590,92	522,33
Modo	-	-	-	-	-	-	ND	ND	ND
Desvio-padrão	0,36	-	2,51	0,22	0,31	3,92	568	1.076,80	938,68
Variância da amostra	0,13	-	6,30	0,05	0,10	15,39	322.229	1.159.505,31	881.112,51
Curtose	3,14	-	17,83	21,00	5,96	21,61	0	3,84	5,73
Assimetria	2,20	-	4,08	4,58	2,75	4,59	1	1,94	2,39
Intervalo	1,00	-	12,00	1,00	1,00	19,00	2.052	4.519,61	3.999,25
Mínimo	-	-	-	-	-	-	91	15,27	-
Máximo	1,00	-	12,00	1,00	1,00	19,00	2.144	4.534,88	3.999,25
Soma	3,00	-	23,00	1,00	3,00	24,00	17.315	27.164,39	20.321,60
Contagem	21	29	24	21	29	24	22	29	24

NOTA: ND = Não disponível.

## **APÊNDICE B - DISTRIBUIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS - CURITIBA**







CLASSIFICAÇÃO DOS BAIRROS PELA PREDOMINÂNCIA SETORIAL ACIMA DA MÉDIA DE CURITIBA - 2004  
 FONTE DOS DADOS BRUTOS: Secretaria Municipal de Finanças



## DESENVOLVIMENTO LOCAL: A EXPERIÊNCIA DOS MUNICÍPIOS DE CAMPINA GRANDE DO SUL E COLOMBO

José Eduardo Onian Santana\*  
Orientador: Prof. Dr. Antoninho Caron

### RESUMO

A explosão populacional, nos últimos anos, tem sido tema de debates e estudos em vários lugares do mundo e em muitas instituições de pesquisa e estudo. O grande crescimento populacional tem trazido uma série de desafios para a administração pública em todas as suas esferas de governo. Esses desafios não são um privilégio somente dos grandes centros urbanos, mas também das chamadas cidades-satélites ou a “região metropolitana”, que enfrentam o dilema de absorver a mão-de-obra e proporcionar os direitos básicos e fundamentais ao cidadão previstos na constituição, como, educação, saúde, moradia, segurança, etc. Este trabalho analisou as condições sociais e os indicadores socioeconômicos dos municípios de Campina Grande do Sul e Colombo, localizados na Região Metropolitana de Curitiba e as soluções que os respectivos agentes executivos de cada município encontraram para aumentar o número de empresas, indústrias e comércios e a própria sustentabilidade da máquina pública.

**Palavras-chave:** desenvolvimento local; cultura local; indicadores socioeconômicos.

\*Acadêmico do 2º ano do Curso de Administração. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2005) da UNIFAE - Centro Universitário Franciscano.

## INTRODUÇÃO

O crescimento populacional tanto local quanto mundial é uma realidade que desafia os administradores públicos no nível federal, estadual e municipal em todo o mundo.

Sabe-se que continua uma tendência significativa de migração populacional das periferias para os grandes centros urbanos. Isso ocorre devido a uma série de fatores socioeconômicos, favoráveis ou desfavoráveis, não só no campo como também nas cidades.

A crescente necessidade de mão-de-obra especializada nas áreas rurais faz com que um número cada vez mais crescente de pessoas migre em direção às grandes cidades em busca de trabalho e renda melhor. Em paralelo a esse fenômeno está o crescimento da competição e da concorrência pelas escassas vagas de trabalho, seja na indústria, no comércio e nas prestadoras de serviços, nas cidades de grande, médio ou pequeno porte.

Observa-se, também, que o custo de vida nas grandes cidades tem aumentado gradativamente nos últimos anos, fazendo com que a população de baixa renda ou os que vêm de áreas rurais, ou de pequenas cidades, fugindo da pobreza de sua terra natal e buscando uma vida melhor, encontram, muitas vezes, uma realidade de ainda mais acentuada pobreza e competição na cidade grande.

Com isso, essas pessoas acabam por migrar para as regiões metropolitanas dos grandes centros, onde o custo de vida tende a ser menor. Muitas pessoas continuam trabalhando na cidade grande, mas residindo em cidades menores da região metropolitana, que se transformaram em cidades dormitório e geram um problema crônico de transporte, trabalho, moradia, saúde, segurança, educação. Além disso, existem algumas particularidades inerentes a cada município, no que tange aos aspectos culturais e geográficos.

Esses fatos induzem os administradores municipais das cidades metropolitanas a pensar e implementar programas e novas alternativas de desenvolvimento econômico que, de alguma forma, dinamizem o desenvolvimento local. Essas alternativas concentram-se no estímulo do empreendedorismo, atração de empresas que possam gerar na cidade trabalho, emprego e renda.

Neste estudo, aborda-se como tais fatos afetam a economia do município em questão, e quais as alternativas encontradas pela administração municipal para solucionar o problema de trabalho, emprego, renda, melhoria de qualidade de vida.

Percebe-se, por exemplo, em Campina Grande do Sul que, segundo estimativas, aproximadamente 79,21% da população economicamente ativa residente no município exerce sua atividade profissional em Curitiba ou em outro município próximo (Associação Comercial de Campina Grande do Sul).

Enquanto isso, no município de Colombo, esse número é de aproximadamente 89,94%, segundo estimativas. Essa situação não é um privilégio somente desses dois municípios, mas também de muitos outros que se enquadram no mesmo modelo do objeto em estudo.

Em conseqüência, os trabalhadores gastam seus recursos, em sua grande maioria, nas grandes metrópoles, fazendo com que o capital e os impostos girem fora do município em que moram, deixando os investimentos em infra-estrutura, saúde e educação “nas costas” da administração pública de onde residem.

No entanto, os recursos públicos municipais são insuficientes para atenderem a uma demanda tão crescente de benefícios, causando um caos administrativo.

O objeto deste estudo é conhecer as ações da administração pública municipal e analisar os programas, projetos e idéias que criaram empregos e aumentaram a arrecadação de impostos, viabilizando, assim, a própria administração nos municípios de Colombo e Campina Grande do Sul, durante os anos de 1995 a 2005.

É importante frisar que, apesar dos esforços, este estudo não pode ter seu potencial pleno atingido devido à carência de informações, mais especificamente quanto aos números relativos a empregos gerados nos municípios estudados, onde ambos apresentaram deficiência desse tipo de informação, prejudicando a própria análise dos dados socioeconômicos.

No entanto, apesar dessa deficiência, obteve-se êxito na pesquisa com informações quantitativas e qualitativas relevantes para compreensão do fenômeno do desenvolvimento local de cidades periféricas a Curitiba, pertencentes à Região Metropolitana de Curitiba.

## **1 O MUNICÍPIO DE COLOMBO**

Com uma população que quase dobrou nos últimos 10 anos (quadro 1), Colombo encontra-se localizada na Região Metropolitana de Curitiba, fazendo divisa com Curitiba. É um município importante para a economia regional local.

Contando com algumas empresas de grande porte e muitas empresas de pequeno e médio porte da indústria (255 empresas), do comércio (1.256 empresas) e de serviços 3.292 empresas (ver quadro 2).

ANO	OFICIAL	ESTIMADO
1995	155.438	159.243
1996	159.698	163.608
1997	163.958	167.973
1998	168.218	172.338
1999	175.478	179.779
2000	183.329	187.214
2001	190.471	194.652
2002	197.849	202.090
2003	205.227	209.528
2004	212.605	219.966
2005	219.984	224.404

QUADRO 1 - NÚMERO DE HABITANTES DO MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR - 1995-2005

FONTES: IBGE - Prefeitura Municipal de Colombo-PR

Nos últimos 10 anos, estiveram na sua direção três diferentes administradores, que não pouparam esforços para atrair empreendedores para o município.

Vemos a seguir quais foram os prefeitos de Colombo e seus principais enfoques de governo no tangente à geração de empregos.

### 1.1 Prefeito Edson Strapasson - 1993-1996

Durante a administração do prefeito Edson Strapasson, o município teve um considerado crescimento. Com o apoio da Embrapa, foram desenvolvidos novos métodos e técnicas de adubagem para o plantio da uva, fruta símbolo do município. Com isso os produtores de uva melhoraram a qualidade e quantidade da produção da fruta.

As festas regionais, Festa do Vinho, Festa da Uva, assim como a Festa do Caqui, em Campina Grande do Sul, geram receita e estão se tornando uma tradição a cada ano, com um crescente número de participantes, que podem comprar produtos 100% naturais, com a qualidade que só o produto artesanal pode oferecer.

As festas regionais, onde se reúnem os produtores de uma certa cultura, também são opções muito interessantes, e podem ser exploradas com um potencial ainda maior.

Em 1996, houve um aumento na migração de pessoas para o município de Colombo, com cerca de 4 alvarás por dia. Os problemas com relação ao aumento da população são um ponto comum, pelo que se pôde constatar, em toda a RMC. Uma possível alternativa seria a negociação de acordos de parceria de interesses recíprocos entre a capital e a RMC, em que se repassassem, de alguma forma, recursos ou mesmo benefícios aos municípios da RMC.

## 1.2 Prefeito Izabete Cristina Pavin - 1997-2004

Durante oito anos na direção da administração do município, a prefeita “Bete” realizou investimentos na indústria local. Em 1998, o número de indústrias aumentou em 21%, graças a incentivos fiscais e a um bom plano de captação industrial e comercial.

A prefeitura também ajudou a organizar cooperativas para que pudessem comercializar, com maior poder de mercado, os produtos naturais e artesanais produzidos pelos agricultores e vinicultores do município. Essa iniciativa valorizou os produtos e gerou renda.

Com a crescente demanda por produtos naturais e artesanais, um possível mercado poderia ser trabalhado nesse sentido, criando cooperativas de médio e grande porte que industrializariam os seus produtos, com a qualidade do “artesanal”.

Atualmente, os produtos cultivados naturalmente, vinho, queijo, frutas e verduras, não são comprados pelos supermercados, uma situação que pode ser mudada para ajudar o dinheiro a girar no município.

Em 1999, foi criado o “Circuito Italiano Ecológico”, uma parceria da prefeitura com a Emater. Isso evitou o êxodo rural e trouxe renda para o município. O turismo ecológico foi incentivado, mas não em seu pleno potencial, Essa alternativa pode trazer bons resultados ao município em curto e longo prazo, com a possível implantação de um programa contínuo de incentivo ao ecoturismo, que perdure por mais de um ou dois mandatos.

Em 1998, foi criado o Parque Grutas do Bacaitava, incentivando o ecoturismo. O município também enfrentou um grande crescimento populacional e não conseguiu dar trabalho para todos. Em 2004, mais de 52% da população economicamente ativa exerciam atividade profissional em outro município. Isto é, apenas 48% da População Economicamente Ativa conseguiam trabalho no município em que residiam.

Uma possível saída poderia ser o incentivo fiscal à pequena e média empresa de comércio e prestadoras de serviços que, embora não gerem muitos tributos e impostos, fazem com que as pessoas trabalhem e gastem o que ganham no município.

## 1.3 Prefeito José Antônio Camargo - 2005-2008

Por meio da Secretaria de Indústria, Comércio e Serviços e de forma planejada, a prefeitura oferece incentivos fiscais às empresas, como isenção do pagamento do ITBI (Imposto de Transmissão de Bens Imóveis), realização de serviços de terraplanagem, isenção do IPTU por até cinco anos a partir da instalação da atividade, transporte coletivo

de alta qualidade, escolas, creches e cursos profissionalizantes, farta mão-de-obra, órgão de apoio aos empresários, como SINE, SENAI, ACIC E SEBRAE, entre outros serviços.

Além disso, faz algumas exigências que tendem a beneficiar os munícipes como, por exemplo, gerar, no mínimo, 30 empregos fixos em um ano, a contar de sua instalação, não emitir poluentes ou outro elemento agressor ao meio ambiente e instalar-se de acordo com as normas municipais contidas no plano diretor.

O município possui a lei de incentivos fiscais para a instalação e ampliação de novos empreendimentos e, para ser beneficiado com essa lei, é necessário se enquadrar em alguns requisitos. De 2001 a 2005, a Prefeitura realizou três REFIS, em que os cidadãos colombenses e empreendedores puderam acertar suas dívidas de IPTU, Alvará de Licença e ISS, com descontos e facilidades.

O incentivo a instalação de novas empresas e indústrias se dá por meio de lei específica, como a exemplo do seguinte:

#### **DECRETO Nº 1244/01**

Aprova o loteamento denominado Centro Industrial Graciosa, neste município.

A Prefeita do Município de Colombo, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, tendo em vista o contido no Processo Administrativo sob n.º 582/01, considerando que o loteamento Centro Industrial Graciosa, de propriedade de Graciosa Empreendimentos Ltda., com área total de 57.812,28 m<sup>2</sup> (cinquenta e sete mil, oitocentos e doze metros e vinte e oito centímetros quadrados) e área líquida de 32.119,06 m<sup>2</sup> (trinta e dois mil, cento e dezenove metros e seis centímetros quadrados), observou as normas estabelecidas para loteamentos e desmembramentos fixadas pela Lei Federal 6766/79, e pela Lei Municipal 88/81.

Em 14 de agosto de 2001.

Izabete Cristina Pavin  
Prefeita Municipal

Nota-se, também, que, devido à sua posição geográfica, situada entre a estrada da ribeira e a BR-116, Colombo leva vantagem na hora da escolha do local de instalação de empresas e indústrias, pela boa localização, e a incentivos fiscais, como o acima exposto.

É importante frisar que, apesar dos esforços, não se obtiveram informações suficientes sobre o número de empregos gerados pelo município em questão, e isso porque a própria administração municipal também carece dessas informações. No entanto, tem-se um levantamento oficial estimado.



ANO	COMÉRCIO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS	EMPREGOS
1995	230	63	658	-
1996	259	79	856	-
1997	289	86	1.298	-
1998	302	95	1.548	-
1999	352	118	1.798	-
2000	402	134	2.048	-
2001	533	148	2.298	-
2002	634	163	2.548	-
2003	859	185	2.632	-
2004	977	202	2.962	20.157
2005	1.256	255	3.292	22.583

QUADRO 2 - NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS E EMPREGOS GERADOS NO MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR - 1995-2005

FONTES: Associação Comercial de Colombo e Prefeitura Municipal

Os incentivos para que as empresas se instalem no município, bem como os relacionados à exploração da cultura local, nesse caso a cultura da uva, foram as iniciativas que mais deram certo e geraram empregos para a população e renda aos cofres públicos e à própria população. É necessário, também, salientar que a carência das informações relacionadas ao número de postos de trabalhos gerados no município impediu que este estudo atingisse seu pleno potencial.

## 2 O MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE DO SUL

A exemplo do que ocorreu com o município de Colombo, Campina Grande do Sul também teve sua população quase duplicada nos últimos 10 anos. É, também, um importante município para a economia regional, tendo um grande potencial hídrico potável, o que, por um lado, afasta alguns tipos de indústrias que expelem material impróprio para esse tipo de terreno, mas, por outro, é uma boa opção para empresas que querem sua marca “ecologicamente correta”.

HABITANTES	OFICIAL	ESTIMADO
1995	26.988	27.624
1996	28.526	29.198
1997	29.428	30.121
1998	31.284	32.021
1999	33.140	33.821
2000	35.117	36.759
2001	38.856	39.772
2002	43.569	44.596
2003	48.282	49.420
2004	52.995	54.244
2005	57.708	59.068

QUADRO 3 - NÚMERO DE HABITANTES DO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE DO SUL-PR - 1995-2005

FONTES: IBGE - Prefeitura de Campina Grande do Sul-PR

A seguir, um resumo das principais atitudes e iniciativas dos administradores do município de Campina Grande do Sul, que incentivaram e estimularam a economia e o crescimento.

## 2.1 Prefeito Antônio Marco Caron - 1993-1996

Com uma administração curta e um orçamento apertado, o Prefeito Antônio Marco Caron, durante o seu mandato, realizou investimentos, firmou parcerias, e o município teve um crescimento aceitável. Apesar disso, a demanda por moradias, por serviços públicos e por empregos cresceu mais do que sua oferta.

Um dos investimentos do governo municipal para a geração de empregos e renda foi na produção do caqui. Em parceria com a Emater-PR e com a UFPR, o município desenvolveu novas técnicas de adubação e plantio do caqui, fruta símbolo do município, aumentando a produtividade e a qualidade da lavoura.

O incentivo à Festa do Caqui, evento que proporciona a exposição e comercialização da fruta, surge como um mercado de oportunidades, gera renda e empregos durante o ano, mas ainda não demonstrou todo o seu potencial produtivo.

A tentativa de atrair indústrias para o município não teve muito sucesso, pelo fato de o município fazer divisa com a bacia do rio Iraí e com a represa do Capivari, o que “afastou” do município as indústrias.

Todavia, é uma oportunidade para empresas “ecologicamente corretas” se estabelecerem com responsabilidade social, usando isso no marketing da empresa. Outro nicho que foi pouco explorado foi o potencial ecológico da região, o que, nos anos seguintes, mudou.

## 2.2 Prefeito Elerian do Rocio Zanetti - 1997-2004

Durante os mandatos do Prefeito Elerian do Rocio Zanetti (Toco) houve muitas mudanças e problemas para a administração pública. Durante os anos de 1997-1998-1999, o município enfrentou um “Big-Bang” no crescimento populacional; em 1997, eram emitidos cerca de três alvarás por dia; em 1998, esse número subiu para cinco e, em 1999, continuou subindo, chegando a 5,8 por dia.

Em vista disso, o prefeito tomou a decisão de limitar a emissão de alvarás para trinta por mês, decisão que diminuiu o número de habitantes oficiais, mas aumentou as residências informais e irregulares.

Esse aumento na procura por residências na RMC se dá por conta da grande migração de pessoas de outras cidades e estados que vêm para a capital e, ao chegarem, deparam-se com um custo de vida elevado (aluguéis, impostos, etc.). A alternativa, então, é morar na RMC onde os custos são menores e as distâncias são aceitáveis.

Isso, porém, causa um grande problema para os municípios que compõem a RMC, pois eles se tornam cidades dormitórios, ou seja, as pessoas, trabalham e gastam sua renda em Curitiba e utilizam escolas, hospitais, redes de esgoto e outros serviços nos municípios onde moram.

Em 1998, junto com o governo estadual, foi iniciado um programa de incentivos fiscais para a indústria, (isenção de impostos municipais por cinco anos se a indústria criar cem empregos diretos; terraplanagem; venda do terreno com pagamento em longo prazo). Esses incentivos atraíram muitas indústrias, gerou 2568 empregos diretos no período de 1998 a 2001.

O incentivo e ajuda do município aos produtores de caqui aumentaram. A Festa do Caqui (Kakifest) atrai, por ano, um maior número de visitantes. Em 1997, foram 35 mil visitantes; em 1998, foram 41 mil visitantes; em 2001, foram 51 mil pessoas, sendo quase o número de habitantes do município.

Os negócios fechados por muitos produtores, durante a festa, garantem renda para quase todo o ano. Apesar de o município ser o maior produtor de caqui do Paraná, isso gera poucos impostos para o governo municipal, porém gera renda para a população. Uma alternativa possível seria um investimento para industrializar esse produto e vendê-lo para o mercado interno e externo.

O mercado do ecoturismo começou a ser explorado, mas ainda não atingiu seu pleno potencial. O turismo ecológico pode ser um bom mercado para ser trabalhado nos próximos anos.

Em 2002, foi criada a primeira faculdade de Campina Grande do Sul (FacSul). A educação particular pode, em longo prazo, ser um atrativo para as pessoas e empresas, o que geraria renda e maior arrecadação, como já são exemplos as RR.MM. de São Paulo e Rio de Janeiro.

### **2.3 Prefeita Nelize Cristiane Dalprá - 2005-2008**

Durante este primeiro ano de governo, a administração pública preocupou-se em organizar as estruturas de governo. Está buscando uma integração mais concreta com a capital, Curitiba, não só uma integração de transportes, mas também do comércio e indústria.

Uma possibilidade ainda pouco discutida é o incentivo para as prestadoras de serviços e comércio de modo geral, por parte do município, o que aumentaria a renda e faria as pessoas gastarem seu dinheiro no município.

Outras possibilidades de investimento são as parcerias que a administração municipal pode fazer com bancos e instituições financeiras para operarem as contas e os gastos públicos. Até o momento, houve pouco investimento em ecoturismo.

O incentivo à instalação de novas empresas e indústrias se dá mediante lei específica, como se exemplifica a seguir:

Autoriza o Executivo Municipal a doar área de terras com 6.158,00 m<sup>2</sup> (seis mil e cento e cinqüenta e oito) metros quadrados, para a implantação de indústria e dá outras providências.

Data de publicação no sistema: 22/10/2004 às 17:40:44

Campina Grande do Sul-PR - Lei Ordinária nº 30 de 20/12/1990

Autoriza o Executivo Municipal a doar área de terras com até 25.000,00 m<sup>2</sup> para a implantação de empresa e dá outras providências.

Data de publicação no sistema: 22/10/2004 às 09:17:02

Campina Grande do Sul-PR - Lei Ordinária nº 29 de 30/11/1998

Autoriza o Executivo Municipal a doar área de 6.050,00m<sup>2</sup>, para a implantação de indústria e dá outras providências.

Data de publicação no sistema: 22/10/2004 às 09:17:02

Campina Grande do Sul-PR - Lei Ordinária nº 37 de 30/12/1999

Dispõe sobre a concessão de benefícios para pagamento de débitos fiscais em atraso, estabelece normas para sua cobrança extrajudicial e dá outras providências.

Data de publicação no sistema: 19/10/2004 às 11:52:40

Campina Grande do Sul-PR - Lei Ordinária nº 3 de 19/02/2001

Assim como no município de Colombo, a prefeitura de Campina Grande do Sul também carece de informações mais precisas sobre o número de empregos gerados no município.

ANO	COMÉRCIO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS	EMPREGOS
1995	207	53	159	-
1996	259	65	170	-
1997	286	68	186	-
1998	304	75	203	-
1999	351	84	229	-
2000	458	89	265	-
2001	524	128	568	-
2002	610	101	856	-
2003	759	88	1.598	-
2004	802	105	1.982	10.259
2005	948	123	2.685	12.356

QUADRO 4 - NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS E EMPREGOS GERADOS NO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE DO SUL-PR - 1995-2005

FONTE: Associação Comercial e Prefeitura Municipal de Campina Grande do Su

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao serem analisados todos esses dados, concluiu-se que o investimento e o incentivo à cultura local são pontos fortes para a economia regional, organizando festas e eventos que prospectem os recursos naturais dos municípios em questão.

Também se constatou que existem muitas alternativas para o incentivo à indústria, que vão além da doação de terrenos e isenções fiscais, como, por exemplo, empresas que se instalem e cuidem da área natural, podendo, assim, usar isso como uma ótima estratégia de marketing.

Observou-se, ainda, que muitas empresas prestadoras de serviços estão se localizando em municípios periféricos a Curitiba, isto é, na Região Metropolitana, tirando proveito do diferencial do percentual de Imposto Sobre Serviços (ISS). Em geral, o ISS cobrado em Curitiba é mais alto, enquanto o ISS cobrado nos municípios vizinhos é menor. Então, muitas empresas registram sede em municípios próximos a Curitiba, mas, na realidade, exercem suas atividades na capital, geram trabalho e emprego nela, mas pagam tributos menores no município onde foram registradas.

### REFERÊNCIAS CONSULTADAS

BASSI, Eduardo. **Empresas locais e globalização**: guia de oportunidades estratégicas para o dirigente nacional. São Paulo: Cultura, 2000.

CARON, Antoninho. **Inovações tecnológicas nas pequenas e médias empresas industriais em tempos de globalização**. 2003. Tese (Doutorado, em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Florianópolis, 2003.

CASAROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luis Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1998.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Competitividade das aglomerações produtivas de Santa Catarina**. Florianópolis: FORUMCAT/BRDE/IEL, 2001.

CASSIOLATO, José; LASTRES, Helena Maria Martins. **Globalização & inovação localizada**: experiências de sistemas locais no Mercosul. Brasília: IBICT/MCT, 1999.

FARAH JR. Moisés Francisco. **Pequena empresa e competitividade**. Curitiba: Juruá, 2004.

FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais**: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

FRANCO, Augusto de. **Pobreza & desenvolvimento local**. Brasília : Arca Sociedade do Conhecimento, 2002.

FRANCO, Augusto de. **Além da renda**: a pobreza brasileira como insuficiência de desenvolvimento. Brasília: Millenium Instituto de Política, 2000.

FRANCO, Augusto de. **Capital social. Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy**. Brasília: Millenium Instituto de Política, 2001.

Legislações municipais de Campina Grande do Sul e Colombo.

MARTIN, Scott; GUIMARÃES, Nadya Araújo (Org.). **Competitividade e desenvolvimento**: atores e instituições locais. São Paulo: SENAC, 2001.

SILVA, Christian Luiz da. **Competitividade na cadeia de valor**. Curitiba: Juruá, 2002.

TEIXEIRA, Elenaldo Celso. **O local e o global**: limites e desafios da participação cidadã. 3.ed. Salvador: UFBA, 2002.