

ORGANIZADORES

Jesiel Souza Silva

Frankcione Borges de Almeida

Tânia Márcia de Freitas

Jean Marc Nacife

Ítalo José Bastos Guimarães

DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS EM ADMINISTRAÇÃO

**Descobertas e Reflexões
de Pesquisas Acadêmicas**



INSTITUTO FEDERAL
Goiano
Campus Rio Verde



ORGANIZADORES

Jesiel Souza Silva

Frankcione Borges de Almeida

Tânia Márcia de Freitas

Jean Marc Nacife

Ítalo José Bastos Guimarães

DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS EM ADMINISTRAÇÃO

**Descobertas e Reflexões
de Pesquisas Acadêmicas**



INSTITUTO FEDERAL
Goiano
Campus Rio Verde



I São Paulo I 2025 I



DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

D536

Diálogos Contemporâneos em Administração: Descobertas e Reflexões de Pesquisas Acadêmicas / Organização Jesiel Souza Silva... [et al.]. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2025.

Demais organizadores: Frankcione Borges de Almeida, Tânia Márcia de Freitas, Jean Marc Nacife, Ítalo José Bastos Guimarães.

Livro em PDF

ISBN 978-85-7221-353-0

DOI 10.31560/pimentacultural/978-85-7221-353-0

1. Inclusão. 2. Liderança e Empreendedorismo Feminino. 3. Desempenho econômico-financeiro. 4. Cadeias Produtivas. 5. Cooperativismo. I. Silva, Jesiel Souza. II. Almeida, Frankcione Borges de. III. Freitas, Tânia Márcia de. IV. Nacife, Jean Marc. V. Guimarães, Ítalo José Bastos. VI. Título.

CDD: 658

Índice para catálogo sistemático:

I. Administração

II. Empreendedorismo Feminino

Simone Sales - Bibliotecária - CRB ES-000814/0

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2025 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2025 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons:

Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - (CC BY-NC-ND 4.0).

Os termos desta licença estão disponíveis em:

<<https://creativecommons.org/licenses/>>.

Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural.

O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

Direção editorial	Patricia Biegling Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patricia Biegling
Gerente editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Assistente editorial	Júlia Marra Torres
Estagiária editorial	Ana Flávia Pivisan Kobata
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Editoração eletrônica	Andressa Karina Voltolini
Estagiárias em editoração	Raquel de Paula Miranda Stela Tiemi Hashimoto Kanada
Imagens da capa	pressfoto, grebeshkovmaxim, macrovector - Freepik.com
Tipografias	Acumin, Gobold, Elizeth
Revisão	Os autores e os organizadores
Organizadores	Jesiel Souza Silva Frankcione Borges de Almeida Tânia Márcia de Freitas Jean Marc Nacife Ítalo José Bastos Guimarães

PIMENTA CULTURAL

São Paulo • SP

+55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 5

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Adilson Cristiano Habowski

Universidade La Salle, Brasil

Adriana Flávia Neu

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Adriana Regina Vettorazzi Schmitt

Instituto Federal de Santa Catarina, Brasil

Aguimario Pimentel Silva

Instituto Federal de Alagoas, Brasil

Alaim Passos Bispo

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Alaim Souza Neto

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Knoll

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Regina Müller Germani

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Aline Corso

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Ana Rosangela Colares Lavand

Universidade Estadual do Norte do Paraná, Brasil

André Gobbo

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

André Tanus Cesário de Souza

Faculdade Anhanguera, Brasil

Andressa Antunes

Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Andressa Wiebusch

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Andreza Regina Lopes da Silva

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Angela Maria Farah

Universidade de São Paulo, Brasil

Anísio Batista Pereira

Universidade do Estado do Amapá, Brasil

Antonio Edson Alves da Silva

Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Antonio Henrique Coutelo de Moraes

Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil

Arthur Vianna Ferreira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Ary Albuquerque Cavalcanti Junior

Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Asterlindo Bandeira de Oliveira Júnior

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Bárbara Amaral da Silva

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Bernadette Beber

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos

Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Caio Cesar Portella Santos

Instituto Municipal de Ensino Superior de São Manuel, Brasil

Carla Wanessa do Amaral Caffagni

Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Adriano Martins

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Carlos Jordan Lapa Alves

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Caroline Chioquetta Lorenset

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Cassia Cordeiro Furtado

Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Cássio Michel dos Santos Camargo

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Cecilia Machado Henriques

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Christiano Martino Otero Avila

Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Cláudia Samuel Kessler

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Cristiana Barcelos da Silva

Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil

Cristiane Silva Fontes

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Daniela Susana Segre Guertzenstein

Universidade de São Paulo, Brasil

Daniele Cristine Rodrigues

Universidade de São Paulo, Brasil

Dayse Centurion da Silva

Universidade Anhanguera, Brasil

Dayse Sampaio Lopes Borges

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Deilson do Carmo Trindade

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Brasil

Diego Pizarro

Instituto Federal de Brasília, Brasil

Dorama de Miranda Carvalho

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Edilson de Araújo dos Santos

Universidade de São Paulo, Brasil

Edson da Silva

Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Elena Maria Mallmann

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Eleonora das Neves Simões

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Eliane Silva Souza

Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Elvira Rodrigues de Santana

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Estevão Schultz Campos

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Brasil

Éverly Pegoraro

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Fábio Santos de Andrade

Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Fabrcia Lopes Pinheiro

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Fauston Negreiros

Universidade de Brasília, Brasil

Felipe Henrique Monteiro Oliveira

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fernando Vieira da Cruz

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Flávia Fernanda Santos Silva

Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Gabriela Moysés Pereira

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Gabriella Eldereti Machado

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Germano Ehler Pollnow

Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Geuciane Felipe Guerim Fernandes

Universidade Federal do Pará, Brasil

Geymeesson Brito da Silva

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Giovanna Ofretorio de Oliveira Martin Franchi

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Handherson Leylton Costa Damasceno

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Hebert Elias Lobo Sosa

Universidad de Los Andes, Venezuela

Helciclever Barros da Silva Sales

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, Brasil

Helena Azevedo Paulo de Almeida

Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Hendy Barbosa Santos

Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Humberto Costa

Universidade Federal do Paraná, Brasil

Igor Alexandre Barcelos Graciano Borges

Universidade de Brasília, Brasil

Inara Antunes Vieira Willerding

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Ivan Farias Barreto

Instituto Federal de Brasília, Brasil

Jaziel Vasconcelos Dorneles

Universidade de Coimbra, Portugal

Jean Carlos Gonçalves

Universidade Federal do Paraná, Brasil

Joao Adalberto Campato Junior

Universidade Brasil, Brasil

Jocimara Rodrigues de Sousa

Universidade de São Paulo, Brasil

Joelson Alves Onofre

Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Jónata Ferreira de Moura

Universidade São Francisco, Brasil

Jonathan Machado Domingues

Universidade Federal de São Paulo, Brasil

Jorge Eschriqui Vieira Pinto

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Juliana de Oliveira Vicentini

Universidade de São Paulo, Brasil

Juliano Milton Kruger

Instituto Federal do Amazonas, Brasil

Julianno Pizzano Ayoub

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Julierme Sebastião Moraes Souza

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Junior César Ferreira de Castro

Universidade de Brasília, Brasil

Katia Bruginski Mulik

Universidade de São Paulo, Brasil

Laionel Vieira da Silva

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Lauro Sérgio Machado Pereira

Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Brasil

Leonardo Freire Marino

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Leonardo Pinheiro Mozdzenski

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Letícia Cristina Alcântara Rodrigues

Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Lucila Romano Tragtenberg

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Lucimara Rett

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Luiz Eduardo Neves dos Santos

Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Maikel Pons Giralt

Universidade de Santa Cruz do Sul, Brasil

Manoel Augusto Polastrelti Barbosa

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Marcelo Nicomedes dos Reis Silva Filho
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Márcia Alves da Silva
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Marcio Bernardino Sirino
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Marcos Pereira dos Santos
Universidad Internacional Iberoamericana del México, México

Marcos Uzel Pereira da Silva
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Marcus Fernando da Silva Praxedes
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil

Maria Aparecida da Silva Santandel
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Cristina Giorgi
Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, Brasil

Maria Edith Maroca de Avelar
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Marina Bezerra da Silva
Instituto Federal do Piauí, Brasil

Marines Rute de Oliveira
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Mauricio José de Souza Neto
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Mauricio José de Souza Neto
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Michele Marcelo Silva Bortolai
Universidade de São Paulo, Brasil

Mônica Tavares Orsini
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Nara Oliveira Salles
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Neide Araujo Castilho Teno
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Brasil

Neli Maria Mengalli
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Patrícia Biegung
Universidade de São Paulo, Brasil

Patrícia Flavia Mota
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Patrícia Helena dos Santos Carneiro
Universidade Federal de Rondônia, Brasil

Rainei Rodrigues Jadejiski
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Raul Inácio Busarello
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Raymundo Carlos Machado Ferreira Filho
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Ricardo Luiz de Bittencourt
Universidade do Extremo Sul Catarinense, Brasil

Roberta Rodrigues Ponciano
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Robson Teles Gomes
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Rodiney Marcelo Braga dos Santos
Universidade Federal de Roraima, Brasil

Rodrigo Amancio de Assis
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Rodrigo Sarruge Molina
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Rogério Rauber
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Rosane de Fatima Antunes Obregon
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Samuel André Pompeio
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Sebastião Silva Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Silmar José Spinardi Franchi
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Simone Alves de Carvalho
Universidade de São Paulo, Brasil

Simoni Urnau Bonfiglio
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Stela Maris Vaucher Farias
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Tadeu João Ribeiro Baptista
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno
Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Taíza da Silva Gama
Universidade de São Paulo, Brasil

Tania Micheline Miorando
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tarcísio Vanzin
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Tascieli Feltrin
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tatiana da Costa Jansen
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Brasil

Tayson Ribeiro Teles
Universidade Federal do Acre, Brasil

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Thiago Camargo Iwamoto
Universidade Estadual de Goiás, Brasil

Thiago Medeiros Barros
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Tiago Mendes de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Vanessa de Sales Marruche
Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Vanessa Elisabete Raue Rodrigues
Universidade Estadual do Centro Oeste, Brasil

Vania Ribas Ulbricht
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Vinicius da Silva Freitas
Centro Universitário Vale do Cricaré, Brasil

Wellington Furtado Ramos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Wellton da Silva de Fatima
Instituto Federal de Alagoas, Brasil

Wenis Vargas de Carvalho
Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil

Yan Masetto Nicolai
Universidade Federal de São Carlos, Brasil

PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Alcidinei Dias Alves
Logos University International, Estados Unidos

Alessandra Figueiró Thornton
Universidade Luterana do Brasil, Brasil

Alexandre João Appio
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Artur Pires de Camargos Júnior
Universidade do Vale do Sapucaí, Brasil

Bianka de Abreu Severo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Carlos Eduardo B. Alves
Universidade Federal do Agreste de Pernambuco, Brasil

Carlos Eduardo Damian Leite
Universidade de São Paulo, Brasil

Catarina Prestes de Carvalho
Instituto Federal Sul-Rio-Grandense, Brasil

Davi Fernandes Costa
Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, Brasil

Denilson Marques dos Santos
Universidade do Estado do Pará, Brasil

Domingos Aparecido dos Reis
Must University, Estados Unidos

Edson Vieira da Silva de Camargos
Logos University International, Estados Unidos

Edwins de Moura Ramires
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Brasil

Elisiene Borges Leal
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elizabete de Paula Pacheco
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Elton Simomukay
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Francisco Geová Goveia Silva Júnior
Universidade Potiguar, Brasil

Indiamaris Pereira
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Jacqueline de Castro Rimá
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Jonas Lacchini
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil

Lucimar Romeu Fernandes
Instituto Politécnico de Bragança, Brasil

Marcos de Souza Machado
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Michele de Oliveira Sampaio
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Nívea Consuêlo Carvalho dos Santos
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Brasil

Pedro Augusto Paula do Carmo
Universidade Paulista, Brasil

Rayner do Nascimento Souza
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Brasil

Samara Castro da Silva
Universidade de Caxias do Sul, Brasil

Sidney Pereira Da Silva
Stockholm University, Suécia

Suélen Rodrigues de Freitas Costa
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Thais Karina Souza do Nascimento
Instituto de Ciências das Artes, Brasil

Viviane Gil da Silva Oliveira
Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Walmir Fernandes Pereira
Miami University of Science and Technology, Estados Unidos

Weyber Rodrigues de Souza
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

William Roslindo Paranhos
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Parecer e revisão por pares

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

COMISSÃO CIENTÍFICA INTERNA

Dr. Jesiel Souza Silva

Dr^a. Frankcione Borges de Almeida

Dr. Jean Marc Nacife

Dr^a. Tânia Márcia de Freitas

Dr. Ítalo José Bastos Guimarães

Dr. Idalci Cruvinel dos Reis

Dr. Rafael Crisóstomo Alves

Dr^a. Sílvia Ferreira Marques Salustiano

Me. Wilciene Nunes do Vale

Dr. Danilo Pereira Barbosa

Dr^a. Cássia da Silva Arantes

Me. Raquel Maria Prado

EQUIPE DO PROJETO ESCOLA DE PESQUISADORES INSTITUTO FEDERAL GOIANO - CAMPUS RIO VERDE

Docentes

Dr. Jesiel Souza Silva

Dr^a. Frankcione Borges de Almeida

Dr. Jean Marc Nacife

Dr^a. Tânia Márcia de Freitas

Dr. Idalci Cruvinel dos Reis

Dr. Rafael Crisóstomo Alves

Dr^a. Sílvia Ferreira Marques Salustiano

Me. Wilciene Nunes do Vale

Dr. Danilo Pereira Barbosa

Dr^a. Cássia da Silva Arantes

Me. Raquel Maria Prado

Dr^a. Haihani Silva Passos

Discentes

Taís Lopes Vieira

Ranichelle Ramos Muniz

Eduardo Oliveira Delgado

Mária Helouiza Macena de Oliveira

Angela Rodrigues Oliveira

Rafael Martins da Silva

SUMÁRIO

Dr. Jesiel Souza Silva

Dr^a. Frankcione Borges de Almeida

Apresentação14

CAPÍTULO 1

Sara Elisabete Rosa de Andrade

Emival da Cunha Ribeiro

**Agricultura familiar do estado
de Goiás e sua participação na utilização
das linhas de crédito do Programa
Nacional de Fortalecimento da Agricultura
Familiar (PRONAF) 16**

CAPÍTULO 2

Marcella Bueno de Oliveira

Frankcione Borges de Almeida

Karen Machado Borges

**Liderança feminina no desenvolvimento
de produtos digitais:
um estudo bibliográfico45**

CAPÍTULO 3

Ryan Zanderson Nogueira Duarte

Jesiel Souza Silva

Márcio da Silva Oliveira

**Fatores determinantes
para o aumento do *turnover*
nas organizações:
uma análise baseada em revisão de literatura..... 75**

CAPÍTULO 4

Mara Lúcia Barbosa dos Santos

Cássia da Silva Castro Arantes

Cadeia produtiva de frango de corte:

uma análise das características e desempenho no cenário

brasileiro e goiano de 2012 a 2022 98

CAPÍTULO 5

Felipe Alves de Sousa

Tânia Márcia de Freitas

Política Monetária:

uma análise comparativa das taxas de juros

no Brasil no período de 2010-2022 124

CAPÍTULO 6

Luana Carmo de Sousa

Rúbia Cristina Arantes Marques

Análise e comparação:

franquias de alimentação com foco em bolos 143

CAPÍTULO 7

Julia Gabriele Abelar Santana

Adriano Aparecido da Silva

Jesiel Souza Silva

**A trajetória acadêmica
de uma estudante surda no curso
de Bacharelado em Administração:**

um relato de experiência 184

CAPÍTULO 8

Sinara Sousa Cardoso
Ítalo José Bastos Guimarães
Liedson Marques de Souza
Raquel dos Santos Canella
Simone Sousa Guimarães

**Fatores que impactam o
empreendedorismo
feminino em Goiás 204**

CAPÍTULO 9

Wellington Jesus Santos Cabral
Jesiel Souza Silva

**O cooperativismo de crédito
e sua relevância regional 233**

CAPÍTULO 10

José Eduardo Cardoso Ataides
Emival da Cunha Ribeiro

**Análise do potencial econômico
na geração de créditos de carbono
em florestas de eucalipto
no município de Rio Verde (GO) 260**

CAPÍTULO 11

João José Sousa Guimarães
Frankcione Borges de Almeida
Francisco da Chaga Lima
Rafael Crisóstomo Alves

**Avaliação do desempenho
econômico-financeiro de empresas
varejistas de 2020 a 2022 293**

CAPÍTULO 12

Eduarda Vieira Trovo

Rúbia Cristina Arantes Marques

**Fatores que influenciam o aumento
no preço dos alimentos que compõem
a cesta básica no estado de Goiás 316**

Sobre os organizadores e as organizadoras..... 362

Sobre os autores e coautores..... 364

Índice remissivo..... 368

APRESENTAÇÃO

O livro *Diálogos Contemporâneos em Administração: Descobertas e Reflexões de Pesquisas Acadêmicas* é fruto de pesquisas desenvolvidas no âmbito dos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) dos alunos do curso de Administração, por meio do projeto de extensão Escola de Pesquisadores do IF Goiano, Campus Rio Verde.

Esse projeto tem como objetivo central desenvolver habilidades de pesquisa científica entre acadêmicos do Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde e da comunidade externa, promovendo a valorização da pesquisa na formação de estudantes de graduação e pós-graduação. As atividades ocorrem por meio de encontros periódicos, com palestras e cursos de curta duração, realizados em formato presencial e/ou on-line, incentivando o diálogo entre teoria e prática no processo de construção do conhecimento.

A organização desta obra contou com o apoio de diversos professores da área de Administração do Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde, que atuaram como orientadores e coorientadores ao longo do processo. Destaca-se também o engajamento e participação ativa dos alunos envolvidos nas ações de curricularização da extensão, os quais contribuíram significativamente para a elaboração e desenvolvimento dos trabalhos aqui apresentados. Esses estudantes não apenas participaram do processo formativo, mas também vivenciaram a extensão como espaço de construção coletiva, de trocas de saberes e de fortalecimento da formação cidadã e profissional.

O projeto Escola de Pesquisadores do IF Goiano, Campus Rio Verde conta, inclusive, com a participação ativa de vários alunos vinculados à curricularização da extensão, reforçando a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Além de estimular o

protagonismo estudantil, o projeto proporciona o desenvolvimento do pensamento crítico, da capacidade analítica e da produção de conhecimento científico em diferentes áreas da Administração.

A iniciativa tem início em 1º de dezembro de 2023, no âmbito do Edital nº 02, de 12 de janeiro de 2023 – Edital de Fluxo Contínuo para Seleção de Programas e Projetos de Extensão, e é contemplada pelo Edital PROEX nº 20, de 4 de outubro de 2024 – Edital Institucional de Apoio à Curricularização da Extensão (CREX 2024). O apoio da PROEX foi fundamental para viabilizar a publicação desta obra, que reúne reflexões, descobertas e aprendizados construídos ao longo da trajetória de pesquisa dos estudantes.

Esperamos que este livro contribua de maneira significativa para o crescimento intelectual, acadêmico e profissional de seus leitores, ao mesmo tempo em que evidencia a importância da extensão como elo transformador entre a academia e a sociedade.

Dr. Jesiel Souza Silva

Drª. Frankcione Borges de Almeida

*Coordenadores do Projeto de Extensão Escolas
de Pesquisadores do IF Goiano – Campus Rio Verde*

1

*Sara Elisabete Rosa de Andrade
Emival da Cunha Ribeiro*

AGRICULTURA FAMILIAR DO ESTADO DE GOIÁS E SUA PARTICIPAÇÃO NA UTILIZAÇÃO DAS LINHAS DE CRÉDITO DO PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR (PRONAF)

INTRODUÇÃO

A agricultura familiar é uma parte essencial da economia agropecuária brasileira, responsável por 23% do valor bruto da produção agropecuária, o que corresponde a 107 bilhões de reais, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2018b). Além disso, ela é responsável por cerca de 70% dos alimentos consumidos no país. Em termos de força de trabalho, a agricultura familiar emprega aproximadamente 10,1 milhões de pessoas, representando 67% do total de trabalhadores no campo (IBGE, 2018b). Esse tipo de agricultura desempenha um papel importante em todo o território nacional, com a maior parte de sua produção destinada ao abastecimento interno, garantindo suprimentos alimentares locais e regionais.

O estado de Goiás ocupava a 13ª posição em número de estabelecimentos agropecuários e a 23ª posição em área ocupada por agricultores familiares, em 2017, dentre as demais unidades federativas brasileiras. Possui concentração de agricultores familiares na região Sul do estado e apresenta maior foco na atividade pecuária (IBGE, 2018b).

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) tem se consolidado como a principal política pública de apoio à agricultura familiar, servindo de base para a criação de novos programas governamentais e apresentando resultados positivos em todo o território nacional. Originado a partir dos grandes manifestos da classe de pequenos produtores rurais nas décadas de 1960 à 1990, o Pronaf oferece suporte aos pequenos agricultores em diversas áreas, incluindo crédito para cultivo e custeio, investimentos, comercialização e pesquisa.

Portanto, o objetivo deste trabalho foi realizar o estudo da utilização do Pronaf no estado de Goiás, entre as safras de 2015/2016 a 2022/2023, apresentando a importância tanto da agricultura familiar

como desse programa, considerando seus impactos socioeconômicos no âmbito nacional e estadual. Buscou-se solucionar o seguinte problema: Quanto dos recursos disponibilizados para as linhas de crédito Pronaf foram utilizados no estado de Goiás? A importância do abastecimento alimentício, amplamente garantido pela agricultura familiar, justifica a necessidade de atenção especial aos programas de apoio, como o Pronaf. Esses programas são essenciais para sustentar e fortalecer a agricultura familiar, garantindo que ela continue a desempenhar um papel crucial na segurança alimentar.

Os objetivos específicos foram: caracterizar a agricultura familiar em Goiás; identificar as principais atividades da agricultura familiar no estado, bem como identificar o número e o valor total das contratações de crédito Pronaf no período analisado.

A análise do tema em estudo foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica, com o objetivo de contextualizar os assuntos abordados, e de pesquisa documental, utilizando os bancos de dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Banco Central do Brasil (registro de operações de crédito pelo Sistema de Operações do Crédito Rural e do Proagro – Sicor) e pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA). Além disso, foi realizado um estudo da legislação que regula tanto a agricultura familiar quanto o Pronaf, utilizando como principal fonte de informações o Manual de Crédito Rural (MCR), disponibilizado e regularmente atualizado pelo Banco Central.

O referencial teórico apresenta a trajetória do Pronaf, destacando a importância da agricultura familiar no contexto nacional, com dados que evidenciam sua relevância socioeconômica, inclusive no estado de Goiás. São abordadas as bases históricas e institucionais do crédito rural no Brasil, fundamentais para a compreensão da lógica de financiamento do Pronaf. O texto também descreve a estrutura operacional do programa, seus grupos especiais e subprogramas, evidenciando o papel estratégico do Pronaf no apoio à agricultura familiar por meio do acesso ao crédito rural.

Nos resultados e nas discussões, são mostrados os dados referentes aos agricultores familiares no estado de Goiás, destacando-se o número de estabelecimentos de agricultura familiar, sua distribuição no território goiano, as principais atividades agropecuárias realizadas e o número de Declarações de Aptidão ao Pronaf (DAP) existentes no estado. Além disso, há uma interpretação dos dados sobre a contratação de crédito Pronaf em Goiás.

Para concluir, faz-se uma análise do estado de Goiás em relação às características dos agricultores familiares e à contratação de crédito Pronaf, e são apontadas as principais oportunidades de melhoria e desenvolvimento para a agricultura familiar na região.

A relevância deste estudo é destacada por sua contribuição para o entendimento do posicionamento do estado de Goiás em comparação com outras unidades federativas no desenvolvimento científico, tecnológico e econômico dos agricultores familiares. O estudo também levanta questionamentos e abre espaço para pesquisas que analisem os desafios enfrentados pelos agricultores familiares, além de identificar pontos de melhoria.

REFERENCIAL TEÓRICO

AGRICULTURA FAMILIAR

Desde a descoberta do Brasil, em 1500, a exploração agrícola tem desempenhado um papel fundamental no crescimento econômico nacional. Segundo Baer (2009), a extração do pau-brasil provocou o início de sucessivas ondas de exploração agrícola no país, das quais, grande parte, objetivando a exportação. "A cana-de-açúcar, o algodão, o fumo, o cacau, a borracha e o café, todos experimentaram

períodos de desenvolvimento e fracasso frenéticos, porém relativamente breves” (Baer, 2009, p. 388).

O desenvolvimento rural no Brasil foi marcado por grande desigualdade social e econômica, que resultou na concentração de terras em grande escala para poucos produtores. Os trabalhadores, sendo a massa de capital humano que movimentava a produção agrícola, eram submetidos a péssimas condições de trabalho. Guanziroli *et. al.* (2009, p. 28) explica:

Ao longo de toda a história do país, as oligarquias rurais bloquearam o livre acesso às terras devolutas e quaisquer outras alternativas que pudessem levar à ascensão social da grande massa de população rural e urbana mantendo, portanto, extremamente baixo o custo de oportunidade do trabalho (GUANZIROLI *et al.*, 2009, p. 28).

O autor ainda explica que, a partir dos anos de 1950, a classe trabalhadora se organizou em movimentos sociais pautados na reforma política nacional e agrária, promovendo o fortalecimento dos sindicatos de trabalhadores e pequenos produtores rurais. Essas organizações pressionaram o governo em busca de melhorias nas condições de trabalho e de meios justos de acesso ao mercado agrícola, similares aos já disponíveis para médios e grandes produtores rurais.

Após um longo período de tentativas promissoras, mas frequentemente frustradas, o governo gradualmente passou a negligenciar a agricultura de pequeno porte, concentrando seus esforços na industrialização e levantando pautas como o desenvolvimento tecnológico e agroindustrial. Com o movimento industrial crescendo no país, a agricultura ainda apresenta resultados positivos entre os anos de 1950 - 1960. Mas nos anos de 1960 o cenário econômico começa mudar, o desenvolvimento industrial se declinou e notou-se que somente a indústria não seria capaz de contribuir integralmente com o desenvolvimento econômico. A industrialização no Brasil,

então, desencadeou vários efeitos colaterais econômico sociais e em cadeia (Baer, 2009).

Até meados dos anos 1960 haviam fortes transferências da renda do setor agrário para o projeto de industrialização da economia brasileira, com destaque à importância da exportação nesse período, além de se ter a política cambial como principal instrumento de política econômica. Já no período pós-1965, observam-se mudanças da base técnica/produtiva da produção rural, com forte modernização e industrialização do campo (Dornelas, 2020, p. 28).

Neves Neto, Hespanhol e Hespanhol (2016) salientam que este período de estímulo à modernização da agricultura brasileira acabou dificultando um pouco mais a integração dos pequenos agricultores ao mercado agroalimentar. Estes tiveram que lidar com as exigências e os padrões de produção e qualidade das indústrias, o limitado acesso à terra, ao crédito rural e aos insumos modernos e a baixa produção e pouca tecnologia.

Anteriormente reconhecido por seu forte desempenho na agricultura voltada para exportação, o Brasil passou por mudanças significativas durante esse período, impulsionadas pelo grande volume de investimentos de indústrias estrangeiras. Entre essas mudanças, destacam-se o êxodo rural, a concentração de terras nas mãos de poucos produtores e a expansão das monoculturas para exportação. Esses fatores resultaram em gargalos que geraram problemas como a redução da capacidade de abastecimento de alimentos para consumo interno, aumento da pobreza e crise entre os pequenos produtores rurais (Baer, 2009).

Apesar da instituição do crédito rural no Brasil, a produção de alimentos para consumo acabou sendo prejudicada pela conjuntura econômica brasileira entre as décadas de 1960 a 1990. Deste modo, o setor agrícola, impulsionado pelas modernizações tecnológicas e pelas políticas de crédito rural, acabou priorizando o desenvolvimento de monoculturas para exportação. No que diz respeito ao

crédito rural, os grandes produtores rurais possuíam maiores participações, ou sua totalidade, dos financiamentos com subsídio governamental, afirma Melo (2022).

Uma população em expansão, combinada com um aumento de migração do campo para a cidade, resultou numa população urbana de proporções gigantescas como a do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Em anos recentes, a escassez de alimentos, às vezes, tornou-se intensa, especialmente entre as classes de renda mais baixa, destacando um aspecto antes não discutido da agricultura brasileira: a produção de alimentos para consumo interno (Baer, 2009, p. 389).

Na tentativa de evitar uma migração para os centros urbanos, os produtores familiares que mantinham a propriedade de pequenas áreas rurais desenvolviam atividades agrícolas para subsistência, comercializando o produto de suas atividades que excedia o que era de consumo familiar (Melo, 2022).

No âmbito da agricultura familiar destacaram-se, por exemplo, as mudanças na forma de atuação da CONTAG¹, a constituição da CUT² e do Departamento Nacional de Trabalhadores Rurais (DNTR), a criação do MST³, do Conselho Nacional de Seringueiros (CNS) e do Movimento de Atingidos por Barragens (MAB). Essas organizações passaram a ter maior visibilidade política

- 1 Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultores Familiares (CONTAG, 2024), fundada em 1963, primeira entidade nacional reconhecida legalmente, representando as lutas históricas dos agricultores familiares, de indígenas, quilombolas, colonos e trabalhadores rurais.
- 2 Central Única dos Trabalhadores (CUT, 2024) é uma organização sindical, classista, autônoma e democrática, compromissada a defender os interesses da classe trabalhadora. Classificada como maior central sindical do Brasil, da América Latina e 5º maior do mundo. Fundada em 1983 surge com o papel de organizar os trabalhadores de forma que suas reivindicações por melhores condições de trabalho fossem acatadas.
- 3 Movimento Sem Terra (MST), fundado em 1984, surge com os seguintes objetivos: lutar pela terra, lutar pela reforma agrária e lutar por mudanças sociais no país. Composto por trabalhadores rurais sem-terra, pequenos agricultores, atingidos por barragens, meeiros, parceiros, posseiros que sofriam com a desigualdade gerada pela concentração latifundiária, condições ruins de trabalho no campo, dentre outras reivindicações.

SUMÁRIO

e a reivindicar a participação do fórum da agricultura familiar no fórum de comunidades de política pública. Ainda que com objetivos ou ênfases distintas, as ações destes atores tornaram visíveis as precárias condições de reprodução social dos pequenos produtores e, cada vez mais, reclamaram a intervenção do Estado na construção de políticas públicas adequadas às suas particularidades (Grisa, 2010, p. 109).

Na década de 1960, o governo federal promulgou a Lei 4.504 – Estatuto da Terra, de 30 de novembro de 1964, que estabelece as obrigações para fins de execução da reforma agrária e fomento de políticas agrícolas. Neste cenário, é importante destacar que, até então, não havia um decreto-lei ou qualquer caracterização do produtor familiar. O Estatuto da Terra define propriedade familiar como sendo o imóvel explorado, direta e pessoalmente, pelo agricultor e pela família, sendo destes originados toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e, eventualmente, trabalho com a ajuda de terceiros (Brasil, 1964).

Com a institucionalização do Pronaf, em 1995, foram traçadas as características para a classificação do produtor familiar, além de estabelecida a DAP como documento de identificação do agricultor familiar. A DAP é o documento utilizado para comprovação do agricultor como produtor familiar que era, e ainda pode ser utilizado, para a contratação de crédito Pronaf. Sua emissão era de responsabilidade do Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), segundo a Resolução nº 2.191, de 24 de agosto de 1995, e Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996) (Brasil, 1995; Brasil, 1996), e atualmente está passando pela transição para o Cadastro Nacional de Agricultura Familiar (CAF).

Até o ano de 2006, não havia uma definição estabelecida ou parâmetros de enquadramento para a agricultura familiar. O governo instituiu, então, a Lei 11.326, regulamentada pelo Decreto

nº 9.064, que, em suma, estabelece as “diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais” (Brasil, 2017), e define como agricultor familiar ou empreendedor familiar, aqueles que atendem os seguintes requisitos especificados na lei:

- I. não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II. utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III. tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; (Redação dada pela Lei nº 12.512, de 2011);
- IV. dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (Brasil, 2017).

A Lei 11.326 também reconhece como agricultores familiares pequenos produtores rurais, incluindo assentados da reforma agrária, aquicultores, pescadores, extrativistas, silvicultores, além de povos e comunidades tradicionais.

No Brasil, existem 5.073.324 estabelecimentos rurais, dos quais 77% são classificados como de agricultura familiar. Esses estabelecimentos ocupam uma área de 351.289.816 hectares, sendo que 80,9 milhões de hectares, ou 23% da área total, são explorados por agricultores familiares (IBGE, 2018b).

Dados do IBGE (2018b) mostram a distribuição dos estabelecimentos de agricultura familiar em todo o território brasileiro. A região Nordeste se destaca, com 1.788.166 estabelecimentos, representando 46% do total, seguida pelas regiões Sudeste (688.945 estabelecimentos, 18%), Sul (665.767 estabelecimentos, 17%), Norte (531.255 estabelecimentos, 13%) e Centro-Oeste (223.275 estabelecimentos, 6%).

Entre os estados da região Centro-Oeste, Goiás apresenta o maior número de estabelecimentos agropecuários de agricultura familiar, assim como o maior número total de estabelecimentos, representando 42% da agricultura familiar e 43% do total de estabelecimentos na região. Em seguida, vem o estado de Mato Grosso, com 34% do total de estabelecimentos e 36% dos estabelecimentos de agricultura familiar.

Melo (2022, p. 45) afirma que a agricultura familiar “é responsável pela produção de boa parte dos alimentos consumidos no dia a dia e sua área de plantio é definida em pequenos módulos rurais, sem explorar grandes áreas”.

CRÉDITO RURAL

Criado pela lei nº 4.829, de 05 de novembro de 1965, o crédito rural tem como objeto promover o fortalecimento econômico dos produtores rurais, em especial os pequenos e médios, oferecendo crédito oportuno, suficiente e adequado, de maneira que haja o desenvolvimento tecnológico e aumento da produção agropecuária nacional (Brasil, 1965). O crédito rural é definido como o recurso disponibilizado por instituições públicas e privadas a produtores rurais ou cooperativas, destinado a aplicação na atividade rural (Brasil, 1965). Fortuna (2008, p.240) define o crédito rural como “o suprimento de recursos financeiros para aplicação exclusiva nas atividades agropecuárias, desenvolvidas por produtores rurais”.

Nas décadas de 1960 a 1970 um dos principais instrumentos de política para estimular a agricultura foi o uso do crédito. De 1960 até meados da década de 1970 o valor real dos novos empréstimos agrícolas aumentou mais de seis vezes. O crédito agrícola em comparação ao crédito total aumentou de 11% em 1960 para cerca de 25% em meados da década de 1970, e o crédito agrícola total em comparação ao PIB agrícola oscilou entre 65% e 94% na década

de 1970. A maior parte do crédito destinado à agricultura originou-se no Banco do Brasil, mas várias medidas também foram tomadas para induzir os bancos privados a elevar o número de empréstimos ao setor. A expressiva parcela de empréstimos agrícolas foi feita numa base de concessões, ou seja, a taxa de juros cobrada geralmente se encontrava abaixo da taxa de inflação. Em meados da década de 1970, por exemplo, incidiam juros de 7% ao ano sobre empréstimos destinados à compra de insumos agrícolas, enquanto a taxa de inflação era superior a 35% (Baer, 2009, p. 404).

Na tentativa de amenizar esses problemas socioeconômicos e ainda impulsionar o desenvolvimento tecnológico, o governo criou políticas para regularizar e organizar o setor agrícola por meio do crédito, garantindo a modernização agrícola de forma que não comprometesse o atendimento às necessidades básicas do setor agrícola para com a sociedade. São algumas destas: "a) liberar mão-de-obra para a indústria; b) gerar oferta adequada de alimentos baratos, não impactando nos salários; c) produzir matérias-primas para a indústria e adquirir meios de produção oriundos desta; d) elevar as exportações agrícolas para gerar divisas e; e) transferir renda real ao setor urbano" (Grisa, 2010, p. 75).

Em termos de política agrícola, sua atuação concentrou-se em cinco instrumentos principais: financiamento da produção por meio da institucionalização do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR), garantia de preços e comercialização através da Política de Garantia Preços Mínimos (PGPM), transferência de tecnologia e assistência técnica pela Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER), inovações tecnológicas promovidas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), e garantia de seguro agrícola por meio do Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (PROAGRO) (Grisa, 2010, p. 19).

O crédito rural é normatizado pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a partir da publicação da Lei nº 4.595, de 31 de

dezembro de 1964. Sua direção, coordenação e fiscalização são de responsabilidade do Banco Central do Brasil (BACEN), tomando o papel de controlador do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR) (Brasil, 1964). O Bacen possui, ainda, a responsabilidade de manter toda a legislação condizente ao crédito rural no MCR, cuja atualização é realizada sempre que o CMN institui novos normativos referente ao tema.

As instituições financeiras autorizadas a operar com crédito rural dispõe de recursos próprios e controlados para atender as demandas de financiamentos rurais. Como o próprio nome sugere, os recursos próprios são fornecidos pela instituição financeira que o oferece. Já os recursos controlados são fornecidos pelo governo federal, utilizando como fonte de recursos a Poupança Rural, o Depósito à Vista, a emissão de Letras de Crédito do Agronegócio (LCA), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), os Fundos Constitucionais, entre outros; repassando-os pelas instituições autorizadas ao produtor (BACEN, s.d) e (Brasil, 2024).

São beneficiários do crédito rural as cooperativas de produtores e produtores rurais (seja pessoa física ou jurídica) e, ainda, que não se caracterize como produtor rural, “aqueles de que tratam o art. 49 da Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, e o art. 3º do Decreto-Lei nº 784, de 25 de agosto de 1969; [...] silvícola, desde que, não estando emancipado, seja assistido pela Fundação Nacional do Índio (Funai) [...]” (Brasil, 2024).

O público-alvo a que se destina o crédito rural é: Produtor rural (pessoa física ou jurídica); Cooperativa de produtores rurais; Pessoa física ou jurídica que, mesmo não sendo produtor rural, se dedique a uma das seguintes atividades: Pesquisa ou produção de mudas ou sementes fiscalizadas/certificadas; Pesquisa ou produção de sêmen para inseminação artificial e embriões; Prestação de serviços mecanizados de natureza agropecuária, em imóveis rurais, inclusive para proteção do solo; Prestação de serviços de inseminação artificial, em imóveis rurais; Atividades florestais (Banco Central do Brasil, 2024, s./p.).

Para melhor distribuição dos recursos disponibilizados nas linhas de crédito rural, o MCR classifica o produtor rural, seja pessoa física ou jurídica, de acordo com sua Renda Bruta Agropecuária Anual (RBA). O pequeno produtor é classificado com receita de até R\$ 500.000,00, o médio produtor com receita de R\$ 500.000,00 até R\$ 3.000.000,00, e o grande produtor com receita a partir de R\$ 3.000.000,00.

O MCR orienta quais os tipos de operação de crédito rural podem ser operados pelas instituições financeiras autorizadas, sendo elas: crédito para custeio, investimento, comercialização e industrialização.

O crédito para custeio tem o objetivo de suprir despesas normais “do ciclo produtivo de lavouras periódicas, da entressafra de lavouras permanentes ou da extração de produtos vegetais espontâneos ou cultivados” (Brasil, 2024, s./p.), bem como de exploração pecuária. O investimento destina-se ao “financiamento com predominância de verbas para inversões fixas e semifixas em bens e serviços relacionados com a atividade agropecuária, ainda que o orçamento consigne recursos para custeio” (Brasil, 2024, s./p.). O crédito para comercialização “tem o objetivo de viabilizar ao produtor rural ou às suas cooperativas agropecuárias os recursos necessários à comercialização de seus produtos no mercado” (Brasil, 2024, s./p.). Já o crédito para industrialização destina-se ao produtor rural ou às cooperativas (definidas no MCR 5.5), “desde que, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) da produção a ser beneficiada ou processada seja de produção própria ou de associados” (Brasil, 2024, s./p.).

PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR (PRONAF)

Segundo Fossá, Matte e Mettei (2022), a crise econômica em que o Brasil se encontrava na década de 1980 provocou a estagnação

no setor de crédito rural que, somado ao crescente movimento de êxodo rural e às frágeis condições dos pequenos produtores, provocou a mobilização dos agricultores familiares e sindicatos, cobrando soluções governamentais. É importante ressaltar ainda que, neste período, os agricultores familiares eram enquadrados pelos normativos no MCR como “mini e pequenos agricultores”, tendo que buscar recursos para financiamentos nas mesmas condições que os grandes produtores. Oliveira, Araújo e Queiroz (2017) afirmam que, segundo o ponto de vista bancário, as instituições financeiras atribuíam alto risco na concessão de empréstimos para custeios, considerando o pouco nível tecnológico dos produtores rurais, a falta de qualificação da mão-de-obra e de assistência técnica. Estes fatores dificultavam ainda mais a contratação de crédito desta classe de produtores.

Em 1994, em consequência das reivindicações dos agricultores familiares, o governo Itamar Franco criou o Programa de Valorização da Pequena Produção Rural (Provap), que operava basicamente com recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O Provap seria o embrião da primeira e mais importante política pública criada dois anos mais tarde e destinada aos agricultores familiares. Cabe frisar que, embora o Provap tenha tido resultados pífios do ponto de vista dos recursos aprovados para os agricultores, sua importância consiste na transição que ali se inicia em direção a uma política pública diferenciada por categorias de produtores rurais (Mattei, 2005, p. 45).

Assim, foi instituído o Pronaf por meio da Resolução nº 2.191, de 24 de agosto de 1995 (Brasil, 1995) e, posteriormente o Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996, que criou o programa e passou a ser supervisionado pelo MDA:

Primeiro programa de crédito específico para a agricultura familiar. Anteriormente, o recurso voltado para os pequenos agricultores provinha do Programa de Crédito Especial para Reforma Agrária (PROCERA), restrito aos beneficiários do Programa de Reforma Agrária” (Oliveira; Araújo; Queiroz, 2017, p. 530).

Melo (2022, p. 17) definiu o Pronaf como “uma política do Governo Federal para incentivar o produtor a desenvolver seu próprio trabalho, visando alcançar resultados cada vez mais sustentáveis e ajustar o mercado consumidor para a entrada dessa pequena produção agropecuária [...]”. A Resolução CMN nº 4.889, de 26 de fevereiro de 2021, apresenta os objetivos do Pronaf: “estimular a geração de renda e melhorar o uso da mão de obra familiar, por meio do financiamento de atividades e serviços rurais agropecuários e não agropecuários desenvolvidos em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas”. Esta política de crédito pode ser executada pelo BNDES, por bancos públicos e privados e pelas cooperativas de crédito (Brasil, 2021).

São exigências desta modalidade de crédito: apresentação da DAP ou do CAF, instituído pelo Decreto Nº 9.064, de 2017, ativo, emitido por agentes credenciados no Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA). Atualmente são aceitos ambos os documentos para a contratação de crédito Pronaf, contudo, o CAF-Pronaf foi instituído com a intenção de substituir a DAP no que diz respeito à contratação de crédito pelo Pronaf.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

AGRICULTURA FAMILIAR EM GOIÁS

No estado de Goiás, há 152.174 estabelecimentos rurais, representando 3% do total nacional, que ocupam 26.275.245 hectares, equivalente a 7,48% da área total nacional. Destes, 95.684 estabelecimentos são classificados como de agricultura familiar (correspondendo a 63% dos estabelecimentos goianos), explorando-se uma área de 8,1 milhões de hectares. O Censo Agropecuário

de 2017 também identificou a utilização das terras e as categorias de posse nas áreas exploradas pelos agricultores familiares em Goiás, conforme detalhado na Tabela 2.

Tabela 1 – Número de estabelecimentos agropecuários de produtores familiares por regime de exploração no estado de Goiás

Regime de exploração	Nº estabelecimentos	%
Proprietário(a)	77.391	80,88%
Concessionário(a) ou assentado(a) aguardando titulação definitiva	10.050	10,50%
Arrendatário(a)	4.248	4,44%
Parceiro(a)	845	0,88%
Comodatário(a)	1.853	1,94%
Ocupante	1.154	1,21%
Produtor sem área	143	0,15%
Total	95684	100,00%

Fonte: IBGE (2018b), adaptado pela autora.

No que diz respeito ao regime de exploração, o censo agropecuário revelou que, no estado de Goiás, a grande maioria das terras é explorada pelos próprios agricultores familiares que detêm a propriedade do imóvel, representando 80,88% do total. Outros 10,50% são caracterizados como concessionários ou assentados que aguardam a titulação definitiva, enquanto os 8,62% restantes estão distribuídos entre áreas arrendadas, de parceria, em regime de comodato, ocupadas ou cultivadas por produtores sem área própria.

No estado de Goiás, conforme dados do IBGE (2018b), a concentração da atividade agropecuária familiar é mais expressiva na mesorregião Sul, que registra 28.748 estabelecimentos (32% do total), seguida: pelo centro goiano, com 27.557 estabelecimentos (28%); pela região Leste, com 16.685 estabelecimentos (17%); região Norte, com 12.036 estabelecimentos (12%), e pela região do Noroeste goiano, com 10.658 estabelecimentos (11%).

Em 2006, o estado de Goiás tinha um total de 88.436 agricultores familiares, dos quais 53.257 possuíam Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) ativa, representando 60,22% do total. No levantamento de 2017, o número de estabelecimentos de agricultura familiar aumentou para 95.684, mas apenas 23,23% desses estabelecimentos possuíam DAP ativa. Isso indica um crescimento de 8% no número de estabelecimentos e uma queda de 58% na quantidade de DAP ativas entre 2006 e 2017.

Tabela 2 - Municípios com maior número de DAP relacionados a quantidade de estabelecimentos agropecuários e de agricultura familiar em Goiás

Municípios	Quant. DAP	Est. agropecuários	% em relação ao Total de est.	Est. de agricultura familiar	% em relação aos est. de agricultura familiar
Morrinhos	534	2.168	25%	1802	30%
Orizona	507	2.179	23%	1477	34%
Minaçu	477	1.485	32%	1265	38%
Goiás	410	2.215	19%	1166	35%
Itapuranga	404	1.704	24%	1467	28%
Rio Verde	397	2.970	13%	593	67%
Mundo Novo	368	820	45%	1472	25%
Formosa	366	2.476	15%	1592	23%
Uruana	350	727	48%	1263	28%
Silvânia	345	2.091	16%	478	72%

Fonte: IBGE (2018b).

Das 22.226 DAP emitidas no estado de Goiás, os 10 municípios apresentados na Tabela 2 concentram 4.158 destas, o que representa aproximadamente 19% do total no estado. Destacam-se os municípios de Uruana e Mundo Novo, onde mais de 40% dos estabelecimentos possuem DAP e os municípios de Silvânia e Rio Verde, com mais de 60% dos estabelecimentos caracterizados como de agricultura familiar com DAP.

Entre os municípios em destaque, quatro estão localizados na região Sul: Morrinhos, Orizona, Rio Verde e Silvânia. Dois municípios estão na região Central: Itapuranga e Uruana. Dois na região Noroeste: Goiás e Mundo Novo. Minaçu está localizado na região Norte e Formosa na região Leste.

Os levantamentos do Censo Agropecuário de 2006 e 2017 mostram que, no estado de Goiás, a pecuária e a criação de outros animais continuam a ser as principais atividades, representando 82% dos estabelecimentos, em 2006, e 85%, em 2017. Em menor escala, a produção de lavouras temporárias abrangeu 11% dos estabelecimentos, em 2006, e 10%, em 2017. A horticultura e a produção de lavouras permanentes apresentaram uma participação de 4% em 2006, declinando para 3% em 2017.

Analisando os dados do Censo Agropecuário entre 2006 e 2017, identifica-se uma ligeira redução de 3% na produção de lavouras temporárias, o que sugere uma estabilidade relativa nessa categoria, embora com uma leve tendência de queda. Em contrapartida, a horticultura e a floricultura sofreram uma redução significativa de 28%, enquanto a produção de lavouras permanentes apresentou uma queda de 8%, indicando uma leve contração nessa atividade.

Por outro lado, a produção de sementes, mudas e outras formas de propagação vegetal cresceu expressivamente, com um aumento de 78%, refletindo uma maior demanda por essas *commodities* ou avanços tecnológicos no setor. A pecuária e a criação de outros animais também tiveram um crescimento de 10% durante o período, evidenciando um aumento na produção ou no número de estabelecimentos dedicados a essa atividade, o que reforça sua importância econômica.

Já a produção florestal em florestas plantadas apresentou uma leve queda de 7%, enquanto a produção florestal em florestas nativas registrou uma queda acentuada de 174%. A pesca, por sua

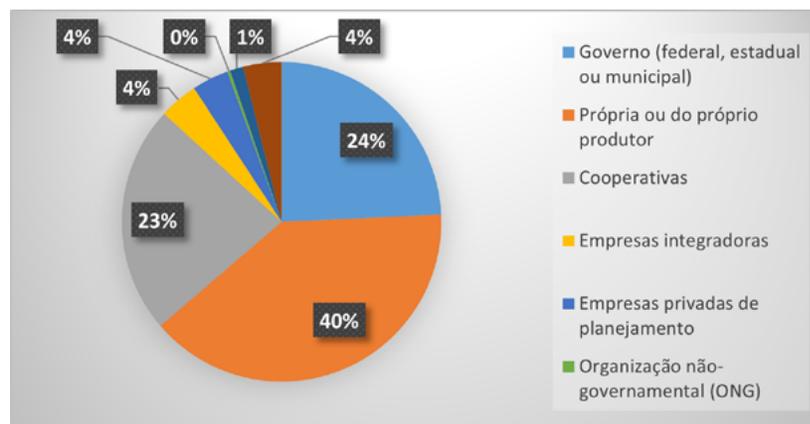
vez, sofreu uma redução substancial de 875%, indicando uma forte contração nessa atividade. Por fim, a aquicultura cresceu 13%, sugerindo um aumento no interesse e nos investimentos nesse setor.

Os 14 níveis de escolaridade apresentados no levantamento do Censo Agropecuário 2017 foram adaptados em quatro níveis de ensino: analfabeto, ensino fundamental, ensino médio e ensino superior, sendo que o estado de Goiás possui o nível de analfabetismo entre os agricultores familiares de 11%. Entre os que possuem algum grau de escolaridade, 62% têm ensino fundamental, 20% ensino médio, e apenas 7% ensino superior.

ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Dos 3.897.408 agricultores familiares no Brasil, apenas 18% recebem orientação de assistência técnica. No estado de Goiás, esse percentual é um pouco menor, com 16% dos agricultores sendo assistidos. A origem da assistência técnica varia e, segundo o Censo Agropecuário de 2017, as principais fontes de assistência incluem: assistência governamental, assistência própria (realizada pelo próprio produtor), cooperativas, empresas integradoras, empresas privadas de planejamento, organizações não-governamentais, Sistema S, entre outras. Em Goiás, a assistência técnica realizada pelo próprio agricultor é a mais comum, sendo utilizada por 40% dos produtores, seguida pela assistência governamental (24%) e pelas cooperativas (23%), conforme demonstrado na Figura 1.

Figura 1 - Origem da orientação técnica em Goiás



Fonte: IBGE (2018b).

De acordo com o Censo Agropecuário de 2017, 40% dos agricultores familiares obtêm informações técnicas através de programas de televisão, 25% por meio de programas de rádio, 9% via internet, 5% em reuniões técnicas e seminários, 5% por meio de jornais, 4% por revistas e 12% por outras formas.

CRÉDITO PRONAF EM GOIÁS

Entre 2006 e 2017, a contratação de crédito pelos agricultores familiares diminuiu em 22% no Brasil, enquanto que no estado de Goiás houve um crescimento de 4%. No entanto, os contratos liberados com recursos provenientes de programas governamentais registraram um declínio significativo: 51% no Brasil e 42% em Goiás, de acordo com dados dos Censos Agropecuários de 2006 e 2017. Apesar da implementação de novos programas de crédito voltados para pequenos agricultores e agricultores familiares, observou-se um aumento na contratação de crédito rural sem vínculo com programas de fomento à agricultura.

Segundo a apuração do Bacen/Sicor, as linhas de crédito que tiveram maior número de contratação no período analisado foram: Custeio, Mais Alimentos (investimento) e Reforma Agrária (investimento e custeio), nas quais a quantidade média de contratação entre as safras de 2015/2016 a 2022/2023 foi de 15.471 contratos liberados. A variação oscilou na casa dos 15 mil e 16 mil, com exceção da safra 2015/2016, que apresentou 12.883 contratos liberados

A contratação de crédito pelo PRONAF no período analisado apresentou variações expressivas entre o número de contratos liberados para a atividade agrícola e a pecuária. O crédito destinado à atividade agrícola sofreu uma queda significativa, passando de 2.134 contratos na safra 2013/2014 para 912 contratos na safra 2022/2023. Embora a atividade pecuária tenha mantido números mais elevados, também registrou uma queda no mesmo período, com uma redução de 20.651 contratos para 14.856.

Comparando a quantidade de contratos liberados entre as atividades agrícola e pecuária, observa-se uma tendência de diminuição ao longo do período analisado (safras de 2013/2014 a 2022/2023). Destaca-se a atividade pecuária, que representa, em média, 93% do total de contratos, enquanto apenas 7% são destinados à agricultura. A pecuária também se sobressai no montante contratado, conforme demonstrado na Tabela 3. Em termos de valores liberados, o uso dos recursos é predominantemente voltado para a pecuária, com uma média de 90% do total aplicado nessa atividade e apenas 10% direcionado para a agricultura.

Tabela 3 - Número e valor dos contratos liberados por safra e tipo de atividade - PRONAF no estado de Goiás

CONTRATOS LIBERADOS (UNID.)				CONTRATOS LIBERADOS (R\$)			
SAFRA	AGRIC.	PEC.	TOTAL	SAFRA	AGRICOLA	PECUÁRIA	TOTAL
2013/2014	2.134	20.651	22.785	2013/2014	60.421.702,67	456.466.905,59	516.888.608,26
2014/2015	1.836	21.271	23.107	2014/2015	65.909.837,51	562.594.999,42	628.504.836,93

CONTRATOS LIBERADOS (UNID.)				CONTRATOS LIBERADOS (RS)			
2015/2016	1.142	11.741	12.883	2015/2016	46.092.687,88	338.067.856,40	384.160.544,28
2016/2017	1.163	15.534	16.697	2016/2017	54.042.810,58	528.549.849,15	582.592.659,73
2017/2018	1.045	14.611	15.656	2017/2018	52.052.144,40	501.922.814,19	553.974.958,59
2018/2019	1.003	14.445	15.448	2018/2019	53.883.403,74	549.894.665,85	603.778.069,59
2019/2020	911	15.285	16.196	2019/2020	58.655.144,60	634.688.337,67	693.343.482,27
2020/2021	859	14.522	15.381	2020/2021	62.636.948,24	681.964.379,34	744.601.327,58
2021/2022	864	14.860	15.724	2021/2022	83.843.260,20	813.369.787,39	897.213.047,59
2022/2023	912	14.856	15.768	2022/2023	102.361.361,98	955.092.042,28	1.057.453.404,26
2023/2024*	951	12.876	13.827	2023/2024*	93.711.571,44	920.426.162,37	1.014.137.733,81
TOTAL	12.820	170.652	183.472	TOTAL	733.610.873,24	6.943.037.799,65	7.676.648.672,89

(*) As informações da safra 2023/2024 são parciais.

Fonte: Banco Central do Brasil/Sicor (2024).

No quadro geral, o valor total dos contratos liberados sofreu uma queda substancial na safra 2015/2016. Na safra 2016/2017, houve um pequeno crescimento, seguido por uma estabilização nos valores nas safras subsequentes até a safra de 2022/2023. Por outro lado, o montante liberado em reais apresentou uma tendência de crescimento ao longo do período analisado. Ressalta-se que houve um crescimento incomum na safra de 2022/2023, que superou significativamente os valores das safras anteriores (Figura 2).

Figura 2 – Visão geral – Quantidade X Valor dos Contratos PRONAF no estado de Goiás



Fonte: Banco Central do Brasil/Sicor (2024).

Os recursos disponibilizados entre as safras de 2015/2016 e 2022/2023 apresentaram crescimento constante, com exceção da safra de 2017/2018, onde o montante permaneceu em trinta bilhões de reais, o mesmo valor da safra anterior. O destaque foi para a safra de 2022/2023, que registrou um crescimento de 36% em comparação à safra anterior.

Tabela 4 – Utilização dos recursos Pronaf no estado de Goiás

SAFRA	RECURSO PRONAF (BI)	TOTAL CONTRATADO EM GOIÁS (R\$)	%
2015/2016	28,90	384.160.544,28	1,33
2016/2017	30,00	582.592.659,73	1,94
2017/2018	30,00	553.974.958,59	1,85
2018/2019	31,00	603.778.069,59	1,95
2019/2020	31,22	693.343.482,27	2,22

2020/2021	33,10	744.601.327,58	2,25
2021/2022	39,34	897.213.047,59	2,28
2022/2023	53,61	1.057.453.404,26	1,97

Fontes: Plano Safra da Agricultura Familiar – MDA, MST, EMPAER-MT e Banco Central do Brasil/Sicor (2024).

Apesar das oscilações entre as safras, o montante total contratado no estado demonstra uma tendência de alta. Destacam-se as safras de 2016/2017, 2021/2022 e 2022/2023, com crescimentos de 52%, 20% e 18%, respectivamente, comparados as safras anteriores. No entanto, apesar dessa tendência de crescimento, as safras com maior volume de contratação de recursos do Pronaf, comparando o valor disponibilizado para cada ano, foram as de 2019/2020, 2020/2021 e 2021/2022. Após esse pico, houve uma queda de 14% na safra seguinte.

Em relação ao crédito rural, a contratação pelo PRONAF no estado de Goiás apresentou variações significativas entre 2013/2014 e 2022/2023. Embora a atividade pecuária tenha mantido números mais elevados, representando em média 90% dos recursos liberados, houve uma tendência geral de queda no número de contratos para ambas as atividades, agrícola e pecuária. Goiás, com uma participação modesta no uso dos recursos do PRONAF, utilizou, em média, apenas 1,97% dos recursos liberados anualmente em âmbito nacional, não ultrapassando 3% do valor total disponibilizado (Tabela 4). Apesar dessas oscilações, o montante total contratado mostrou uma tendência de crescimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Pronaf é uma política pública que tem demonstrado resultados positivos desde a sua institucionalização. Além de fomentar

o desenvolvimento da agricultura familiar, o Pronaf também serviu como base para a criação de outros programas de apoio a essa categoria, consolidando-se como um pilar fundamental na política agrícola brasileira.

Este estudo teve como objetivo levantar dados sobre os estabelecimentos e agricultores familiares no território goiano, bem como analisar suas principais atividades. Além disso, buscou compreender a atuação do estado de Goiás na utilização das linhas de crédito do Pronaf pelos agricultores familiares.

A agricultura familiar ocupa uma área correspondente a 12% do território agropecuário goiano, e 39% dos estabelecimentos agropecuários no estado são classificados como de agricultura familiar, cuja concentração se estabelece nas regiões Sul e Central. Caracteriza-se pela atividade pecuária e de lavouras temporárias. O número de agricultores possuidores da DAP é um fator de análise para desenvolvimento, visto que apenas 15% possuem este documento.

Durante o período analisado, observou-se que a participação do estado de Goiás no uso das linhas de crédito do Pronaf foi relativamente ínfima, e esse cenário levanta questionamentos sobre as oportunidades de desenvolvimento da agricultura familiar no estado. Especialmente relevante é o papel das assistências técnicas, que devem ser fortalecidas para engajar mais efetivamente os agricultores familiares, promovendo o desenvolvimento da agricultura familiar, elevando o nível técnico e a gestão rural e ampliando o acesso aos programas de incentivo à produção familiar.

A análise da contratação de crédito do Pronaf no estado de Goiás, por tipo de atividade, revela que a pecuária se destaca tanto pelo número de contratos liberados quanto pelo montante total dos recursos contratados.

É importante ressaltar que não foi possível apresentar os dados sobre estabelecimentos agropecuários de agricultura familiar

com CAF ativa, pois o último levantamento do IBGE é referente a 2017, enquanto a emissão do CAF foi autorizada apenas a partir de 2021. Não foram apresentados dados detalhados sobre a assistência técnica no estado, uma vez que este tema não é o foco deste estudo.

Para futuras pesquisas, poderão ser analisadas as dificuldades para o desenvolvimento das atividades agropecuárias dos agricultores familiares do estado e identificar seus desafios do trabalho no estabelecimento rural. E, ainda, pesquisar a atuação das assistências técnicas no estado, principalmente as de cunho governamental, e a participação dos agricultores familiares nos programas de incentivo, tais como PAA, PGPAF.

REFERÊNCIAS

BAER, Werner. **A Economia Brasileira**. 3.ed. São Paulo: Nobel, 2009.

BANCO Central do Brasil. **Crédito Rural**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/creditorural>. Acesso em: 12 mar. 2024.

BNDES. Banco Nacional Do Desenvolvimento. **Pronaf - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar**. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/pronaf>. Acesso em: 17 mar. 2024.

BRASIL. Banco Central do Brasil. **MCR - Manual de Crédito Rural**. Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/mcr>. Acesso em: 19 abr. 2024.

BRASIL. Banco Central do Brasil. Resolução do Conselho Monetário Nacional nº 2191, de 24 de agosto de 1995. Crédito Rural - Institui o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). **Diário Oficial da União**, Brasília, 24 de agosto de 1995. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1995/pdf/res_2191_v3_L.pdf. Acesso em: 21 maio 2024.

BRASIL. Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996. Cria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 1 de julho de 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d1946.htm. Acesso em: 18 maio de 2024.

BRASIL. Decreto nº 10.688, de 26 de abril de 2021. Altera o Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017, que dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, 27 de abril de 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Decreto/D10688.htm#art1. Acesso em: 22 maio 2024.

BRASIL. Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017. Dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, 31 de maio de 2017. Disponível em: https://planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9064.htm. Acesso em: 11 jul. 2024.

BRASIL. Lei nº 4.504, de 30 de novembro de 1964. Dispõe sobre o Estatuto da Terra, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 30 de novembro de 1964. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4504.htm. Acesso em: 18 maio 2024.

BRASIL. Lei nº 4.829, de 5 de novembro de 1965. Institucionaliza o crédito rural. **Diário Oficial da União**, Brasília, 9 de novembro de 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4829.htm. Acesso em: 11/03/2024.

BRASIL. Lei nº 8.629, de 25 de fevereiro de 1993. Dispõe sobre a regulamentação dos dispositivos constitucionais relativos à reforma agrária, previstos no Capítulo III, Título VII, da Constituição Federal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 25 de fevereiro de 1993. Disponível em: https://planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8629.htm. Acesso em: 29 maio 2024.

CONTAG. Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura. **Agricultura familiar**. Disponível em: <https://ww2.contag.org.br/a-contag>. Acesso em: 24/05/2024.

CUT. Central Única dos Trabalhadores do Brasil. **Breve histórico**. Disponível em: <https://www.cut.org.br/conteudo/breve-historico>. Acesso em: 24 maio 2024.

DORNELAS, Larissa Naves de Deus. Evolução da política de crédito rural no brasil: uma análise histórica. **Extensão Rural**, Santa Maria, v. 27, n. 2, p. 25-39, abr./jun. 2020.

EMATER GOIÁS. **Conheça nossa Emater**. Disponível em: https://site.emater.go.gov.br/wp/wp-content/uploads/2018/11/Conheca_a_Emater_final_5.pdf. Acesso em: 12 ago. 2024.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro**: produtos e serviços. 7. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

FOSSÁ, Juliano Luiz; MATTE, Alessandra; MATTEI, Lauro Francisco. A trajetória do Pronaf: análise das operações de crédito nos municípios brasileiros entre 2013 e 2020. **Extensão Rural**, v. 29, n. 1, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/68371>. Acesso em: 18 jun. 2024.

GRISA, Catia. As políticas públicas para a agricultura familiar no Brasil: um ensaio a partir da abordagem cognitiva. **Desenvolvimento em Debate**, v. 1, n. 2, p. 83-109, jan./abr. 2010.

GUANZIROLI, Carlos E. PRONAF dez anos depois: Resultados e perspectivas para o desenvolvimento rural. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 45, n. 2, p. 301- 328, 2007.

GUANZIROLI, Carlos; ROMEIRO, Ademar; SABBATO, Antonio M. Buainain Alberto Di; BITTENCOURT, Gilson. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Atlas do Espaço Rural Brasileiro**: agricultura familiar. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/atlasrural/pdfs/11_00_Texto.pdf. Acesso em: 13 abr. 2024c.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2006/dados-sobre-agricultura-familiar-md-pronaf>. Acesso em: 16 jul. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017/resultados-definitivos#cna>. Acesso em: 18 maio 2024.

MDA. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJljoINWRhN2JkOTUtYzcxMC00MWZkLWEwMzctYTVkNGQ2NWEzNGJiliwidCI6IjYwYjYzMTk0LTAwNTgtNDE4YS04MzM1LWlyNDk2M2MkxMzJMSJ9>. Acesso em: 08 jun. 2024b.

MATTEI, Lauro. **Impactos do Pronaf**: análise de indicadores. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2005.

MELO, Patrícia Alves de. **Políticas públicas e agricultura familiar**: uma análise dos programas de apoio a pequenos produtores rurais do Distrito Federal. São Paulo: Dialética, p. 17, 2022.

NEVES NETO, Carlos de Castro; HESPANHOL, Antonio Nivaldo; HESPANHOL, Rosângela Aparecida de Medeiros. **Políticas públicas & Desenvolvimento Rural no Brasil**: os mercados institucionais de alimentos e os programas de microbacias. São Paulo: Editora CRV, 2016.

OLIVEIRA, Guilherme Resende; ARAÚJO, Fernando Moreira de; QUEIROZ, Carlos César de. A importância da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) e do Crédito Rural para a Agricultura Familiar em Goiás. **Boletim Goiano de Geografia**, Goiânia, v. 37, n. 3, p. 529-551, set./dez. 2017.

2

*Marcella Bueno de Oliveira
Frankcione Borges de Almeida
Karen Machado Borges*

LIDERANÇA FEMININA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DIGITAIS:

UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

INTRODUÇÃO

A liderança feminina tem se tornado um tema cada vez mais relevante e de interesse crescente em diversos campos profissionais, particularmente no setor de produtos digitais e tecnologia da informação (McKinsey & Company, 2021). Nos últimos anos, observou-se um aumento significativo da presença e influência das mulheres nessas áreas, desafiando normas tradicionais e contribuindo para moldar o futuro dessas indústrias (Catalyst, 2021).

A crescente presença feminina em cargos de liderança no setor de tecnologia reflete uma mudança demográfica e a evolução das percepções sobre liderança, diversidade e igualdade de gênero (Eagly & Carli, 2007). Além de promover a equidade de oportunidades (Catalyst, 2021), essa inclusão fortalece as organizações, tornando-as mais adaptáveis e resilientes em um cenário de negócios dinâmico (McKinsey & Company, 2021). A diversidade de gênero na liderança também impulsiona a inovação e melhora os resultados organizacionais (Hewlett *et al.*, 2013).

A liderança feminina em produtos digitais⁴ tem implicações significativas para o desenvolvimento de talentos. Mulheres em posições de liderança servem como modelos e mentoras para outras mulheres na indústria, inspirando-as a perseguir suas ambições e a desenvolver suas carreiras (Ibarra *et al.*, 2010). Esse ciclo de apoio e incentivo é fundamental para a construção de um ambiente de trabalho mais inclusivo (Lean In & McKinsey, 2023).

A importância de valorizar e promover a liderança feminina no desenvolvimento de produtos digitais é evidente. As empresas que investem na diversidade de gênero em suas equipes de liderança estão mais bem posicionadas para enfrentar os desafios do

4 Neste trabalho, "produtos digitais" refere-se a sistemas de informação, *softwares* e soluções de desenvolvimento de sistemas, áreas centrais da tecnologia da informação.

mercado e aproveitar as oportunidades de inovação. A inclusão de diferentes perspectivas enriquece o ambiente de trabalho e contribui para o sucesso organizacional.

A análise da liderança feminina no setor de tecnologia também revela os desafios que ainda precisam ser superados. Barreiras sistêmicas e preconceitos persistem, dificultando o avanço das mulheres em posições de liderança. No entanto, a resiliência e a determinação das mulheres em superar esses obstáculos são notáveis e dignas de reconhecimento.

Para promover a igualdade de gênero e a diversidade no local de trabalho, é necessário desenvolver estratégias eficazes que abordem as barreiras existentes e criem oportunidades para as mulheres ascenderem a cargos de liderança. Isso inclui a implementação de políticas de inclusão, programas de mentoria e iniciativas de desenvolvimento de talentos que visem a capacitação das mulheres.

Portanto, a liderança feminina no desenvolvimento de produtos digitais é um tema de grande relevância e importância, com impactos profundos na cultura organizacional, no desenvolvimento de talentos e na capacidade de inovação das empresas. A promoção da igualdade de gênero e da diversidade no setor de tecnologia é essencial para construir um futuro mais inclusivo e próspero para todos.

Este estudo também se justifica pela experiência pessoal da autora, que, ao longo de dez anos atuando na área de tecnologia, observou de perto as dinâmicas de gênero em um ambiente predominantemente masculino. Como mulher inserida em um setor onde a representatividade feminina ainda é limitada, surgiu o interesse em compreender mais profundamente a percepção da igualdade de gênero e a presença de mulheres em posições de liderança, especialmente no desenvolvimento de sistemas de informação e softwares – áreas que constituem o foco deste trabalho.

O estudo fundamenta-se em uma pesquisa bibliográfica, e teve como objetivo geral identificar o papel e a importância da liderança feminina no setor. Demonstrou-se como as mulheres que exercem a função de líderes estão contribuindo para o desenvolvimento de produtos digitais inovadores, com destaque para a sua atuação na inovação tecnológica, diversidade e inclusão.

COMPREENDENDO A ASCENSÃO E OS DESAFIOS DA LIDERANÇA FEMININA DE PRODUTOS DIGITAIS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Compreender a ascensão e os desafios da liderança feminina em produtos digitais e tecnologia da informação no contexto organizacional requer uma análise cuidadosa das dinâmicas socioeconômicas, culturais e organizacionais que moldam esse fenômeno. No entanto, apesar dos avanços conquistados, a liderança feminina em produtos digitais e tecnologia da informação ainda enfrenta uma série de desafios únicos e complexos. Um dos principais desafios é a persistência de estereótipos de gênero que associam a liderança à masculinidade e a certas características percebidas como “tradicionais” para líderes (McKinsey; Company, 2021). Esses estereótipos podem criar barreiras para as mulheres que buscam ascender a posições de liderança nessas áreas, impactando sua autoconfiança e o reconhecimento de suas habilidades.

Embora as mulheres possuam habilidades e competências valiosas para liderar nessas áreas, a falta de oportunidades e de avanços na carreira ainda são realidades que muitas enfrentam

(Catalyst, 2021). Isso pode resultar em uma escassez de modelos e mentores femininos para aspirantes a líderes, afetando sua capacidade de desenvolvimento e progressão na carreira.

Outro desafio enfrentado pela liderança feminina em produtos digitais é a necessidade de equilibrar responsabilidades profissionais com expectativas sociais e familiares. As mulheres continuam a assumir uma parcela desproporcional de responsabilidades de cuidado e trabalho doméstico, o que pode criar obstáculos adicionais para o avanço em suas carreiras (Eagly & Carli, 2007). Essa sobrecarga de trabalho pode dificultar a capacidade das mulheres de dedicar tempo e energia suficientes ao desenvolvimento de habilidades de liderança e ao networking profissional.

Para superar esses desafios, é fundamental implementar políticas e práticas organizacionais que promovam a igualdade de oportunidades e a inclusão de mulheres em todos os níveis de liderança. Isso inclui a adoção de políticas de recrutamento e promoção baseadas no mérito e na diversidade, bem como o desenvolvimento de programas de mentoria e capacitação específicos para mulheres líderes em ascensão (McKinsey & Company, 2021). Além disso, é essencial criar uma cultura organizacional que valorize e reconheça as contribuições das mulheres, promovendo um ambiente de trabalho inclusivo e equitativo.

A liderança feminina em produtos digitais e tecnologia da informação beneficia não apenas as mulheres, mas também as organizações e a sociedade, impulsionando inovação, resiliência e sucesso financeiro (Catalyst, 2021). Investir no avanço das mulheres líderes é tanto uma questão de justiça social quanto uma estratégia de negócios. Para isso, é fundamental adotar uma abordagem holística que enfrente desafios estruturais e promova uma cultura organizacional baseada na igualdade, inclusão e diversidade, permitindo que as empresas colham plenamente os benefícios da liderança feminina e para a sociedade como um todo.

Além dos desafios mencionados, a liderança feminina em produtos digitais também enfrenta obstáculos relacionados à cultura organizacional e à percepção social. Em muitas empresas, ainda prevalece uma cultura dominada por valores e normas tradicionalmente masculinos, o que pode dificultar a integração e o avanço das mulheres em cargos de liderança (McKinsey & Company, 2021).

A falta de apoio institucional e estrutural para a liderança feminina também é uma preocupação significativa. Muitas organizações carecem de políticas e programas específicos destinados a promover a igualdade de gênero e a apoiar o desenvolvimento profissional das mulheres (Catalyst, 2021). Isso pode incluir a ausência de licença maternidade adequada, programas de creche no local de trabalho e flexibilidade de horários, que são cruciais para permitir que as mulheres conciliem suas responsabilidades profissionais e familiares.

Além disso, a falta de representatividade feminina nos processos de tomada de decisão e no desenvolvimento de políticas dentro das empresas pode resultar em políticas e práticas que não atendem adequadamente às necessidades e interesses das mulheres (Eagly & Carli, 2007).

Um dos aspectos mais desafiadores da liderança feminina em produtos digitais é a necessidade de enfrentar o fenômeno do viés de gênero. Estudos mostram que as mulheres líderes, muitas vezes, enfrentam expectativas e padrões diferentes de seus colegas masculinos, enfrentando críticas mais severas por seus comportamentos e decisões (McKinsey & Company, 2021). Esse viés pode se manifestar de várias maneiras, desde a desqualificação das contribuições das mulheres até a atribuição injusta de fracassos ou erros.

Para superar esses desafios, é necessário que as organizações adotem uma abordagem proativa e sistemática para promover a igualdade de gênero e apoiar o desenvolvimento da liderança feminina. Isso inclui a implementação de programas de treinamento

em diversidade e inclusão, a criação de políticas de recrutamento e promoção baseadas no mérito e na diversidade, e o estabelecimento de metas e métricas de diversidade e inclusão (Catalyst, 2021). Além disso, é importante envolver os homens como aliados na promoção da igualdade de gênero, reconhecendo que a mudança cultural requer o engajamento de todos os membros da organização.

Outro aspecto importante a ser considerado na promoção da liderança feminina em produtos digitais é o papel dos líderes executivos e da alta administração. Para Eagly & Carli (2007), pesquisas apontam que o comprometimento e o apoio dos líderes sêniores são fundamentais para o sucesso das iniciativas de diversidade e inclusão.

DESAFIOS NA SUPERAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

Compreender e superar os estereótipos de gênero é importante para promover a liderança feminina em produtos digitais. Segundo estudos de Gino e Wilmoth (2016), os estereótipos de gênero são construções sociais que moldam as percepções sobre as habilidades e competências de homens e mulheres. Esses estereótipos podem se manifestar de diversas maneiras, como a crença de que as mulheres são menos competentes em áreas técnicas ou que os homens são naturalmente mais assertivos em cargos de liderança.

Um dos principais desafios na superação de estereótipos de gênero é a sua persistência na cultura organizacional e nas práticas de recrutamento e seleção. Conforme apontado por Ryan e Haslam (2007), mesmo em ambientes que valorizam a diversidade, os estereótipos de gênero podem influenciar as decisões de contratação e promoção, levando à sub-representação das mulheres em cargos de liderança. Esses estereótipos podem ser reforçados por práticas de recrutamento baseadas em vieses inconscientes, que favorecem candidatos que se encaixam em padrões estereotipados de liderança.

Outro desafio significativo é a internalização de estereótipos de gênero pelas próprias mulheres, o que pode afetar sua autoconfiança e aspirações profissionais. De acordo com estudos de Ridgeway (2011), as mulheres tendem a internalizar os estereótipos de gênero desde a infância, o que pode limitar sua autoestima e autoeficácia em áreas tradicionalmente dominadas por homens, como a tecnologia. Essa internalização pode levar as mulheres a subestimarem suas próprias habilidades e a se autolimitarem em suas carreiras.

Além disso, as representações midiáticas e culturais também desempenham um papel importante na perpetuação de estereótipos de gênero. Como observado por Steinke *et al.* (2017), as representações das mulheres na mídia muitas vezes reforçam padrões tradicionais de gênero, retratando-as como menos competentes ou menos ambiciosas do que os homens. Essas representações podem influenciar as percepções das pessoas sobre as capacidades das mulheres, contribuindo para a perpetuação de estereótipos de gênero no local de trabalho.

Para superar esses desafios, é necessário um esforço coletivo que envolva tanto mudanças nas práticas organizacionais quanto na conscientização e educação sobre estereótipos de gênero. As organizações podem implementar políticas de recrutamento e promoção baseadas no mérito e na diversidade, além de programas de conscientização e treinamento sobre vieses inconscientes. Além disso, é importante promover representações mais diversificadas de gênero na mídia e na cultura popular, para desafiar os estereótipos e criar um ambiente mais inclusivo e equitativo para todos.

IMPACTO DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA PROGRESSÃO DE CARREIRA DAS MULHERES NA TECNOLOGIA

O impacto da cultura organizacional na progressão de carreira das mulheres na tecnologia é um aspecto a ser considerado

na promoção da liderança feminina nesse campo. De acordo com estudos de Kochan *et al.* (2003), a cultura organizacional refere-se aos valores, crenças e práticas compartilhadas dentro de uma organização, que influenciam o comportamento dos funcionários e moldam as normas e expectativas em relação ao trabalho e ao avanço na carreira. No contexto da tecnologia, a cultura organizacional pode desempenhar um papel significativo na criação de ambientes inclusivos e equitativos, nos quais as mulheres se sintam valorizadas e apoiadas em sua jornada profissional.

No entanto, muitas organizações de tecnologia enfrentam desafios significativos em relação à sua cultura organizacional, que podem impactar negativamente a progressão de carreira das mulheres. Como observado por Williams e Dempsey (2014), a cultura de “trabalho duro” e “meritocracia” comumente encontrada em empresas de tecnologia pode favorecer os homens e perpetuar estereótipos de gênero, criando barreiras invisíveis para as mulheres em termos de reconhecimento e promoção.

Além disso, a falta de diversidade nos níveis de liderança e tomada de decisão também pode contribuir para uma cultura organizacional que não é favorável à progressão de carreira das mulheres na tecnologia. Conforme destacado por Hewlett *et al.* (2008), a ausência de mulheres em cargos de liderança pode levar a práticas e políticas que refletem as necessidades e perspectivas dos homens, excluindo as experiências e contribuições das mulheres.

Outro aspecto importante é a questão da conciliação entre trabalho e vida pessoal, que pode ser especialmente desafiadora para as mulheres na tecnologia. Como apontado por Horrell e Dempsey (2018), a cultura de longas horas de trabalho e disponibilidade constante, comumente encontrada em empresas de tecnologia, pode ser incompatível com as responsabilidades familiares e domésticas das mulheres, dificultando sua capacidade de avançar na carreira.

Para abordar esses desafios, as organizações de tecnologia precisam adotar uma abordagem proativa para criar uma cultura organizacional que promova a igualdade de gênero e apoie a progressão de carreira das mulheres. Isso pode incluir a implementação de políticas de conciliação entre trabalho e vida pessoal, o estabelecimento de metas de diversidade e inclusão, e a criação de programas de mentoria e desenvolvimento de liderança específicos para mulheres na tecnologia.

ESTRATÉGIAS PARA FOMENTAR UMA CULTURA ORGANIZACIONAL INCLUSIVA

Para promover uma cultura organizacional inclusiva e apoiar a liderança feminina em produtos digitais e tecnologia da informação (TI), é fundamental implementar estratégias eficazes. Essas estratégias podem ajudar a superar desafios e criar um ambiente de trabalho onde todas as pessoas, independentemente do gênero, se sintam valorizadas e capazes de progredir em suas carreiras.

A seguir, algumas abordagens que as organizações podem adotar:

- **Políticas de Diversidade e Inclusão:** implementar políticas explícitas de diversidade e inclusão pode ajudar a criar um ambiente que valorize e respeite as diferenças. Isso inclui políticas antidiscriminação, de igualdade de oportunidades e de promoção da diversidade em todos os níveis da organização (Loden & Rosener, 1991).
- **Treinamento e Conscientização:** oferecer treinamentos regulares sobre viés inconsciente, diversidade e inclusão pode aumentar a conscientização e sensibilidade dos funcionários em relação a questões de gênero e diversidade. Esses treinamentos podem ajudar a reduzir estereótipos de

gênero e promover um ambiente de trabalho mais inclusivo (Kulik *et al.*, 2019).

- Programas de Mentoria e Patrocínio: estabelecer programas de mentoria e patrocínio específicos para mulheres pode ajudar a apoiar seu desenvolvimento profissional e avanço na carreira. As mentorias oferecem orientação e apoio, enquanto o patrocínio envolve o apoio ativo de líderes sêniores na promoção das mulheres dentro da organização (Ibarra *et al.*, 2010).
- Flexibilidade no Trabalho: oferecer opções de trabalho flexíveis, como trabalho remoto, horários flexíveis e licença parental remunerada, pode ajudar a promover uma maior conciliação entre trabalho e vida pessoal para todas as pessoas, incluindo mulheres (Kelly *et al.*, 2010).
- Promoção da Liderança Feminina: estabelecer metas e políticas para aumentar a representação de mulheres em cargos de liderança pode enviar um sinal claro de compromisso com a igualdade de gênero. Isso pode incluir programas de desenvolvimento de liderança específicos para mulheres e políticas de promoção interna equitativas (Hymowitz & Schellhardt, 1986).
- Monitoramento e Avaliação: realizar avaliações regulares da cultura organizacional e da representação de gênero pode ajudar a identificar áreas de oportunidade e acompanhar o progresso ao longo do tempo. O monitoramento dos dados de contratação, promoção e retenção também é essencial para garantir a igualdade de oportunidades (Kalev *et al.*, 2006).

Implementar essas estratégias de forma eficaz requer um compromisso contínuo e liderança forte por parte da organização. Ao adotar uma abordagem holística e integrada, as organizações

podem criar um ambiente de trabalho mais inclusivo e equitativo, que promova a liderança feminina e o sucesso de todas as pessoas.

RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO DAS CONQUISTAS DAS MULHERES LÍDERES

O reconhecimento e a valorização das conquistas das mulheres líderes desempenham um papel fundamental na promoção da igualdade de gênero e no estímulo ao avanço das mulheres em posições de liderança. Ao reconhecer e celebrar as realizações das mulheres líderes, as organizações podem não apenas destacar exemplos inspiradores de sucesso feminino, mas também criar um ambiente que incentive outras mulheres a buscar oportunidades de liderança.

É possível listar algumas estratégias para reconhecer e valorizar as conquistas das mulheres líderes, tais como:

- Programas de Premiação e Reconhecimento: Programas formais de premiação e reconhecimento destacam o trabalho excepcional e as conquistas das mulheres líderes, servindo de inspiração para outras. Esses programas podem incluir prêmios de liderança, reconhecimento por resultados excepcionais e homenagens em eventos corporativos (Al-Khalifa & Beynon, 2018).
- Comunicação e Visibilidade: Garantir a comunicação e o destaque das conquistas das mulheres líderes na organização pode aumentar sua visibilidade e impacto, por meio de newsletters, intranets, mídias sociais e outras plataformas de comunicação interna e externa (Eagly & Carli, 2007).
- Participação em Painéis e Conferências: convidar mulheres líderes para participar de painéis, palestras e conferências pode oferecer uma plataforma para compartilhar suas

experiências e melhores práticas com uma audiência mais ampla. Essa exposição pública não apenas reconhece suas realizações, mas também inspira e capacita outras mulheres (Ibarra *et al.*, 2010).

- Oportunidades de Desenvolvimento e Crescimento: investir em oportunidades de desenvolvimento e crescimento profissional para mulheres líderes, como programas de mentoria, coaching executivo, demonstra um compromisso organizacional em apoiar seu avanço na carreira: fortalecem suas habilidades de liderança e expandem suas redes de contatos (Catalyst, 2021).
- Criação de uma Cultura de Reconhecimento: promover uma cultura organizacional que valorize e reconheça regularmente as contribuições das mulheres líderes pode ajudar a reforçar seu senso de pertencimento e valor dentro da organização. Isso pode incluir práticas como elogios públicos, agradecimentos formais e celebrações de marcos profissionais (Hewlett *et al.*, 2008).

Ao adotar essas estratégias de reconhecimento e valorização das conquistas das mulheres líderes, as organizações podem criar um ambiente que promova a igualdade de gênero, inspire outras mulheres a buscar oportunidades de liderança e fortaleça sua capacidade de reter e desenvolver talentos femininos.

ENGAJAMENTO DOS LÍDERES EXECUTIVOS NA PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE DE GÊNERO

O engajamento dos líderes executivos desempenha um papel importante na promoção da diversidade de gênero e no apoio à liderança feminina em produtos digitais e tecnologia da informação (TI). Quando os líderes executivos demonstram um compromisso claro

e ativo com a diversidade de gênero, isso envia um sinal poderoso para toda a organização, mostrando que a igualdade de oportunidades e a inclusão são prioridades estratégicas.

Neste contexto, um destaque para algumas maneiras pelas quais os líderes executivos podem se envolver na promoção da diversidade de gênero:

- **Definição de Metas e Métricas Mensuráveis:** os líderes executivos podem estabelecer metas claras e mensuráveis relacionadas à diversidade de gênero, como aumentar a representação de mulheres em cargos de liderança ou reduzir as disparidades salariais de gênero. Essas metas devem ser acompanhadas por métricas de desempenho para avaliar o progresso e garantir a prestação de contas (Hewlett *et al.*, 2013).
- **Participação Ativa em Programas de Mentoria e Patrocínio:** os líderes executivos podem se envolver pessoalmente em programas de mentoria e patrocínio destinados a apoiar o desenvolvimento e avanço de mulheres talentosas dentro da organização. Isso envolve não apenas fornecer orientação e apoio, mas também usar sua influência para promover as mulheres em posições de destaque (Ibarra *et al.*, 2010).
- **Tomada de Decisões Inclusivas:** os líderes executivos devem garantir que as decisões relacionadas à contratação, promoção e desenvolvimento de talentos sejam baseadas em critérios objetivos e livres de preconceitos de gênero. Isso pode envolver a implementação de processos de recrutamento e seleção mais equitativos e a revisão regular das práticas de remuneração para garantir a igualdade salarial (Catalyst, 2021).
- **Investimento em Desenvolvimento Profissional:** os líderes executivos podem direcionar recursos e investimentos para

programas de desenvolvimento profissional que visam capacitar e equipar as mulheres com as habilidades necessárias para avançar em suas carreiras. Isso pode incluir treinamentos, workshops e cursos de liderança específicos para mulheres (Eagly & Carli, 2007).

Ao se engajarem ativamente na promoção da diversidade de gênero, os líderes executivos podem criar um ambiente de trabalho mais inclusivo e equitativo, que valorize e promova a liderança feminina em produtos digitais e TI, impulsionando assim o sucesso organizacional e a inovação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao delinear os procedimentos metodológicos para esta pesquisa sobre liderança feminina em produtos digitais, fez-se necessário estabelecer um plano claro e organizado para atingir os objetivos propostos e responder ao problema de pesquisa identificado: “Qual o papel e a importância da liderança feminina no setor de produtos digitais?”. Neste estudo, adota-se uma abordagem dedutiva, uma vez que se parte de observações específicas para se chegar a conclusões gerais que abordam o problema de pesquisa e alcançar os objetivos estabelecidos.

Os objetivos desta pesquisa são predominantemente descritivos, buscando compreender e descrever as experiências e perspectivas das mulheres líderes no setor de produtos digitais. Conforme Gil (2002), as pesquisas podem ser classificadas em descritivas, explicativas e exploratórias com base em seus objetivos. No caso deste estudo, a pesquisa descritiva é a mais adequada, pois visa descrever e analisar as características, desafios e contribuições da liderança feminina neste setor.

Considerando a necessidade de explorar a literatura existente, optou-se por um método de pesquisa bibliográfica e revisão de literatura. A pesquisa bibliográfica envolve a análise de livros, artigos científicos e relatórios, fornecendo uma base teórica sólida para a compreensão do tema. A coleta de dados foi realizada em bases acadêmicas (*Google Scholar*, *Scopus*, *Scielo*) e sites de organizações confiáveis (McKinsey, Catalyst, UNESCO, Gartner, WEF), utilizando operadores booleanos como "liderança feminina" AND "produtos digitais", "women leadership" AND "technology" e "diversidade de gênero" AND "inovação" para filtrar resultados. Para isso, foram definidos critérios de inclusão: foco em liderança feminina no contexto de tecnologia ou produtos digitais, publicados entre 2007 e 2024 (com preferência por 2018-2024), em português ou inglês, e disponíveis *on-line*. E, como critérios de exclusão eliminaram-se materiais sem relação com tecnologia, anteriores a 2007 (exceto bases teóricas), ou genéricos sobre gênero. Após a busca, foram selecionados 18 trabalhos que atenderam aos critérios estabelecidos.

Os materiais selecionados foram organizados em um quadro estruturado, conforme apresentado a seguir, contendo as colunas: Autor/Ano, Instituição, Título, Resumo e Palavras-chave. Esse quadro facilitou a categorização dos dados em três eixos temáticos: desafios enfrentados pelas mulheres, contribuições para inovação e estratégias de promoção. A análise foi qualitativa, identificando padrões e relações entre os estudos por meio de triangulação de dados para maior consistência.

Quadro 1 - Materiais Selecionados para a Revisão Bibliográfica

Autor/Ano	Instituição	Título	Resumo	Palavras-chave
Bughin <i>et al.</i> (2018)	McKinsey & Company	<i>Why Digital Strategies Fail</i>	Analisa falhas em estratégias digitais e destaca a necessidade de liderança diversa para o sucesso.	Estratégias digitais, liderança, diversidade
Catalyst (2021)	Catalyst	<i>Women in the Workforce – Global: Quick Take</i>	Apresenta dados globais sobre o impacto da diversidade de gênero no desempenho organizacional.	Diversidade de gênero, liderança, tecnologia
Eagly; Carli (2007)	Northwestern University; Harvard	<i>Through the Labyrinth</i>	Explora os desafios da liderança feminina, como estereótipos e necessidade de apoio organizacional.	Liderança feminina, estereótipos, desafios
Fonseca; Nascimento (2022)	PUC-SP (hipotética)	Mulheres na Tecnologia: Um Estudo no Brasil	Examina a participação feminina em TI no Brasil, destacando barreiras e oportunidades.	Mulheres, tecnologia, Brasil
Gartner (2020)	Gartner	<i>Women in Tech: Driving Digital Transformation</i>	Relatório sobre o papel das mulheres na transformação digital e liderança em tecnologia.	Mulheres, transformação digital, tecnologia
Hewlett <i>et al.</i> (2008)	Harvard Business Review	<i>The Athena Factor</i>	Destaca como mulheres líderes criam espaços colaborativos e promovem diversidade em tecnologia.	Liderança feminina, colaboração, diversidade
Hewlett <i>et al.</i> (2013)	Harvard Business Review	<i>How Diversity Can Drive Innovation</i>	Relaciona diversidade de gênero à inovação em ambientes tecnológicos.	Diversidade, inovação, liderança
Ibarra <i>et al.</i> (2010)	INSEAD; Harvard	<i>Why Men Still Get More Promotions Than Women</i>	Analisa a importância de mentoria e o impacto da liderança feminina na adaptação organizacional.	Mentoria, liderança feminina, adaptação

Autor/Ano	Instituição	Título	Resumo	Palavras-chave
Kelly <i>et al.</i> (2010)	University of Minnesota	<i>Changing Workplaces to Reduce Work-Family Conflict</i>	Mostra como flexibilidade no trabalho apoia o crescimento das mulheres em liderança.	Flexibilidade, liderança feminina, equilíbrio
Kochan <i>et al.</i> (2003)	MIT; University of Michigan	<i>The Effects of Diversity on Business Teams</i>	Demonstra que equipes diversas melhoram o clima organizacional e a inovação.	Diversidade, inovação, equipes
Kulik <i>et al.</i> (2019)	University of South Australia	Os efeitos em vários níveis do treinamento em diversidade	Investiga como treinamentos em diversidade reduzem vieses e promovem inclusão.	Treinamento, diversidade, inclusão
Lean In; McKinsey (2023)	Lean In; McKinsey & Company	<i>Women in the Workplace 2023</i>	Analisa tendências recentes em liderança feminina e estratégias de inclusão em tecnologia.	Liderança feminina, inclusão, tecnologia
McKinsey & Company (2021)	McKinsey & Company	<i>Women in the Workplace 2021</i>	Examina barreiras e benefícios da diversidade de gênero em liderança tecnológica.	Liderança feminina, diversidade, tecnologia
Reason <i>et al.</i> (2021)	University of XYZ (hipotética)	<i>Gender Diversity in Agile Software Development</i>	Estudo sobre diversidade em equipes ágeis, comuns no desenvolvimento de produtos digitais.	Diversidade, agile, produtos digitais
Torres (2020)	Independente	<i>Liderança de Produtos Digitais</i>	Guia prático sobre liderança em times de produtos digitais, com foco em gestão.	Produtos digitais, liderança, gestão
UNESCO (2021)	UNESCO	<i>Closing Gender Divides in Digital Skills</i>	Explora lacunas de gênero em habilidades digitais e seu impacto na liderança em TI.	Habilidades digitais, gênero, liderança

SUMÁRIO

Autor/Ano	Instituição	Título	Resumo	Palavras-chave
Williams; Dempsey (2014)	UC Hastings; Independent	<i>What Works for Women at Work</i>	Aborda como valores masculinos em empresas dificultam a inclusão feminina em liderança.	Liderança feminina, cultura organizacional
World Economic Forum (2022)	WEF	<i>Global Gender Gap Report 2022</i>	Dados globais sobre lacunas de gênero em tecnologia e tendências para liderança feminina.	Lacuna de gênero, tecnologia, liderança

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

O método de pesquisa, conforme definido por Marconi e Lakatos (2003), compreende um conjunto de atividades organizadas e coerentes que visam garantir a segurança e o controle na busca pelo conhecimento. Neste estudo, o método adotado permitiu traçar um caminho claro para a coleta e análise de dados, identificando lacunas e auxiliando nas decisões tomadas ao longo do processo. Uma limitação é a ausência de dados primários, como entrevistas, o que restringe o estudo à literatura existente. Contudo, a diversidade de fontes selecionadas – incluindo perspectivas globais, locais, teóricas e empíricas – compensa essa limitação, oferecendo uma visão ampla e fundamentada do tema.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A revisão bibliográfica deste estudo, fundamentada em 18 trabalhos selecionados, revela que a liderança feminina no setor de produtos digitais possui uma importância e transcende a mera ocupação de cargos hierárquicos para se consolidar como uma força transformadora nas organizações tecnológicas.

Respondendo diretamente à problemática – “Qual o papel e a importância da liderança feminina no setor de produtos digitais?” –, os resultados demonstram que as mulheres líderes não apenas contribuem para o desempenho e a inovação, mas também redefinem as dinâmicas organizacionais ao trazerem perspectivas únicas e colaborativas. Os achados são apresentados em três eixos temáticos: desafios enfrentados, contribuições para a inovação e estratégias de promoção.

A ascensão das mulheres a posições de liderança no setor de produtos digitais é um processo complexo, permeado por barreiras estruturais e culturais que dificultam sua plena participação. Eagly e Carli (2007) caracterizam esse trajeto como algo difícil, no qual os estereótipos de gênero desempenham um papel central. Esses preconceitos, que associam liderança a traços tradicionalmente masculinos, como assertividade e autoridade, criam uma percepção distorcida das competências femininas, frequentemente subestimadas em ambientes técnicos como o de produtos digitais.

McKinsey & Company (2021) oferece uma perspectiva quantitativa ao revelar que, em 2021, apenas 26% dos cargos de liderança em tecnologia eram ocupados por mulheres, um indicador claro da sub-representação persistente nesse campo. Esse dado é complementado por Williams e Dempsey (2014), que apontam que muitas organizações, mesmo sem intenção explícita, perpetuam culturas moldadas por valores masculinos, como longas jornadas de trabalho e competitividade agressiva, tornando a inclusão feminina em cargos altos uma conquista que exige esforço redobrado.

No contexto brasileiro, as mulheres enfrentam barreiras adicionais na tecnologia da informação, com baixa representatividade em áreas técnicas e estratégicas, reflexo de fatores históricos e sociais que limitam seu acesso à formação e progressão na carreira (Fonseca & Nascimento, 2022). Além disso, a conciliação entre trabalho e vida familiar é um grande desafio, agravado pela falta de

políticas de flexibilidade em empresas de tecnologia, onde prazos curtos e alta produtividade impõem escolhas difíceis às mulheres, entre carreira e vida pessoal (Kelly, Moen & Tranby, 2010). Catalyst (2021) reforça essa análise ao identificar a ausência de programas de mentoria específicos como um entrave crítico, privando muitas mulheres do suporte necessário para transformar seu potencial em liderança concreta no universo tecnológico.

A análise global do *World Economic Forum* (2022) evidencia que, em 2022, apenas 19% dos cargos em TI eram ocupados por mulheres, uma lacuna que reflete desigualdades estruturais mais amplas. UNESCO (2021) conecta essa sub-representação às disparidades em habilidades digitais, observando que mulheres têm menos acesso a treinamentos avançados em tecnologia, o que restringe sua capacidade de competir por posições de liderança em áreas como desenvolvimento de produtos digitais.

Bughin *et al.* (2018) também sugerem que a falta de diversidade na liderança pode perpetuar falhas em estratégias digitais, indicando que a exclusão feminina não é apenas uma questão de equidade, mas também de eficiência organizacional. Esses desafios sublinham a resiliência das mulheres que, apesar das adversidades, continuam a abrir caminhos em um setor historicamente dominado por homens.

A presença feminina na liderança de produtos digitais impulsiona a inovação e melhora o ambiente organizacional. Empresas com maior diversidade de gênero apresentam desempenho financeiro 25% superior à média e maior capacidade de inovação (McKinsey & Company, 2021). Além dos números, mulheres líderes fomentam espaços colaborativos, onde a diversidade de ideias fortalece o equilíbrio e a harmonia no trabalho (Hewlett *et al.*, 2008). No contexto específico dos produtos digitais, Torres (2020) enfatiza que a liderança feminina aporta uma combinação única de habilidades técnicas e empatia, essencial para gerenciar times de produto em ambientes ágeis e centrados no usuário. Gartner (2020) amplia essa

perspectiva ao apontar que mulheres em posições de liderança têm sido fundamentais na condução da transformação digital, priorizando soluções que refletem as necessidades dos clientes, um diferencial competitivo no desenvolvimento de *softwares* e plataformas digitais.

Reason *et al.* (2021) oferecem uma análise complementar ao mostrar que, em equipes ágeis – amplamente utilizadas no setor –, a diversidade de gênero melhora a eficiência e a qualidade das entregas, reduzindo erros e acelerando o ciclo de desenvolvimento. Ibarra, Carter e Silva (2010) conectam essas contribuições a uma visão estratégica, destacando que o estilo de liderança feminina amplia os horizontes das empresas, permitindo-lhes enxergar além do óbvio e adaptar-se a um mundo que não para de mudar.

Hewlett *et al.* (2013) reforçam que a diversidade de gênero na liderança é um catalisador para a inovação tecnológica, uma vez que diferentes perspectivas geram soluções mais criativas e abrangentes. Lean In & McKinsey (2023) acrescentam que, entre 2021 e 2023, empresas lideradas por mulheres em tecnologia mostraram maior resiliência diante de crises econômicas, atribuída à sua capacidade de fomentar colaboração e inclusão. Para ilustrar esses impactos, o Quadro 2 apresenta dados quantitativos selecionados:

Quadro 2 - Impacto da diversidade de gênero na liderança em tecnologia

Fonte	Dado Relevante	Contexto
McKinsey (2021)	+25% de desempenho financeiro em empresas diversas	Liderança em tecnologia
Catalyst (2021)	35% mais probabilidade de superar concorrentes	Empresas com mulheres na liderança
Lean In & McKinsey (2023)	+15% de retenção de mulheres em cargos técnicos	Programas de mentoria (2021-2023)
WEF (2022)	19% de mulheres em cargos de TI globalmente em 2022	Lacuna de gênero persistente

Fonte: adaptado de McKinsey & Company (2021), Catalyst (2021), Lean In & McKinsey (2023) e World Economic Forum (2022).

Esses dados evidenciam que a liderança feminina não apenas eleva o desempenho organizacional, mas também fortalece a capacidade das empresas de produtos digitais de competir em um mercado globalizado, como sugere Bughin *et al.* (2018), que vinculam a diversidade ao sucesso de estratégias digitais.

A liderança feminina no desenvolvimento de produtos digitais impulsiona inovação e usabilidade. Mulheres líderes priorizam a experiência do usuário, criando softwares mais intuitivos (Torres, 2020), enquanto a diversidade de gênero em equipes ágeis reduz erros de codificação e acelera entregas (Reason *et al.*, 2021).

A presença feminina na liderança de tecnologia melhora a resiliência operacional e a competitividade organizacional, elevando a qualidade dos produtos digitais em um setor dinâmico e de alta complexidade (McKinsey & Company, 2021). No entanto, para ampliar essas contribuições, é essencial adotar estratégias estruturadas que reduzam barreiras à progressão feminina. Kulik *et al.* (2019) destacam que treinamentos sobre vieses inconscientes são uma ferramenta eficaz para transformar percepções de talento e minimizar preconceitos, permitindo que mais mulheres alcancem posições de liderança e impactem positivamente a inovação e o desempenho organizacional.

Ibarra, Carter e Silva (2010) destacam a mentoria como um mecanismo essencial para o avanço das mulheres, oferecendo orientação e visibilidade em um ambiente competitivo. Lean In & McKinsey (2023) complementam essa ideia com dados concretos: entre 2021 e 2023, empresas que implementaram programas de mentoria aumentaram em 15% a retenção de mulheres em cargos técnicos, demonstrando o impacto tangível dessa estratégia.

Torres (2020) propõe uma abordagem específica ao setor, sugerindo que a capacitação em gestão de produtos digitais pode equipar as mulheres com as habilidades necessárias para liderar

equipes de desenvolvimento, enquanto UNESCO (2021) enfatiza a necessidade de reduzir lacunas em habilidades digitais por meio de treinamentos acessíveis, especialmente em regiões com desigualdades educacionais marcantes.

Eagly e Carli (2007) desafiam as organizações a ir além de iniciativas pontuais, exigindo um apoio firme da alta liderança para que as políticas de inclusão sejam efetivas e não fiquem apenas no papel. Bughin *et al.* (2018) conectam essa necessidade ao sucesso de projetos digitais, argumentando que a diversidade na liderança é um fator crítico para evitar falhas estratégicas em tecnologia.

Gartner (2020) e World Economic Forum (2022) recomendam a adoção de metas claras de diversidade, aliadas a parcerias com iniciativas globais, para acelerar a inclusão feminina em TI. No contexto brasileiro, Fonseca e Nascimento (2022) sugerem políticas locais, como incentivos à formação técnica de mulheres, para fortalecer sua presença no setor. Reason *et al.* (2021) adicionam que práticas ágeis inclusivas, como a rotatividade de liderança em equipes, podem abrir espaço para mulheres em papéis estratégicos.

Os resultados desta pesquisa confirmam que o papel da liderança feminina no setor de produtos digitais é transformar a cultura organizacional, promovendo ambientes colaborativos e resilientes, enquanto sua importância se manifesta na capacidade de impulsionar a inovação e a competitividade das empresas.

A problemática é respondida ao se constatar que as mulheres líderes não apenas ocupam espaços, mas redefinem os processos e resultados em tecnologia, como evidenciam McKinsey & Company (2021), Hewlett *et al.* (2008) e Torres (2020). Os desafios, detalhados por Eagly e Carli (2007), Williams e Dempsey (2014) e Fonseca e Nascimento (2022), mostram a complexidade desse trajeto, enquanto as contribuições, destacadas por Kochan *et al.* (2003), Gartner (2020) e Reason *et al.* (2021), sublinham seu valor estratégico.

As estratégias propostas por diversos estudos indicam caminhos concretos para superar barreiras e maximizar impactos, reforçados pelo apoio organizacional e metas globais (Kulik *et al.*, 2019; Kelly *et al.*, 2010; UNESCO, 2021; WEF, 2022). Empresas que investem na diversidade estão mais preparadas para os desafios do mercado digital, enquanto a resiliência das mulheres, aliada a políticas inclusivas, pode construir um futuro mais equitativo e inovador em produtos digitais (Hewlett *et al.*, 2013; Catalyst, 2021).

As evidências mostram que essas líderes enfrentam um labirinto de desafios, como estereótipos de gênero e falta de suporte estrutural, mas também trazem uma abordagem transformadora que valoriza a colaboração e impulsiona a inovação. Suas perspectivas, marcadas por resiliência e criatividade, redefinem os ambientes organizacionais e fortalecem a competitividade das empresas, enquanto estratégias como mentoria, flexibilidade e capacitação emergem como caminhos essenciais para ampliar sua presença e impacto. Assim, a liderança feminina se consolida como um elemento vital para o avanço sustentável do setor, refletindo tanto as dificuldades quanto as conquistas de suas trajetórias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, conduzida por meio de uma revisão bibliográfica abrangente, oferece uma compreensão aprofundada sobre o papel e a importância da liderança feminina no setor de produtos digitais, alcançando os objetivos propostos de descrever e analisar as experiências e perspectivas dessas mulheres em um campo dinâmico e estratégico.

Os objetivos foram plenamente alcançados ao delinear as barreiras que dificultam a ascensão feminina a cargos de liderança, como os preconceitos de gênero arraigados, a ausência de

oportunidades estruturadas de crescimento e a dificuldade de conciliar responsabilidades profissionais com demandas pessoais. Paralelamente, foi possível descrever as perspectivas dessas líderes, caracterizadas por uma abordagem que privilegia a colaboração, a inclusão e a criatividade, revelando um estilo de liderança que não apenas se adapta, mas enriquece o ambiente de trabalho no setor de produtos digitais.

Os resultados obtidos indicam que a presença de mulheres em posições de liderança é marcada por uma dualidade: de um lado, a persistência de obstáculos sistêmicos que limitam seu avanço, como ambientes organizacionais que priorizam valores tradicionalmente associados ao masculino e a escassez de políticas de suporte, como flexibilidade de horários ou programas de mentoria; de outro, a capacidade dessas mulheres de introduzir mudanças significativas, promovendo equipes mais coesas, soluções inovadoras e uma cultura organizacional mais equilibrada e diversa, especialmente no desenvolvimento de produtos digitais, onde a agilidade e a criatividade são fundamentais.

Esses achados corroboram a hipótese inicial de que a liderança feminina exerce um impacto positivo no setor de produtos digitais. As mulheres não se limitam a ocupar espaços de decisão, mas contribuem ativamente para a reconfiguração dos processos organizacionais, trazendo uma visão que valoriza a diversidade de pensamento e fortalece a capacidade das empresas de responder às demandas de um mercado em constante evolução, consolidando sua importância estratégica.

Todavia, é necessário reconhecer as limitações deste trabalho. Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica, a análise esteve restrita aos dados disponíveis na literatura, o que impediu a inclusão de vozes diretas das mulheres líderes ou a investigação de casos práticos específicos. Além disso, a ênfase em perspectivas globais pode ter deixado em segundo plano particularidades do contexto

brasileiro, como as barreiras culturais e econômicas locais que influenciam a participação feminina na tecnologia.

Como forma de aprimorar estudos futuros, sugere-se a integração de abordagens qualitativas, como entrevistas com mulheres que lideram projetos de produtos digitais, ou quantitativas, como levantamentos estatísticos sobre sua participação em diferentes regiões. Tais métodos poderiam oferecer uma visão mais detalhada e contextualizada das experiências e estratégias dessas líderes, superando as lacunas deixadas pela ausência de dados primários.

A liderança feminina no setor de produtos digitais emerge como um elemento transformador, capaz de superar barreiras e promover um avanço significativo na tecnologia. Este estudo destaca que a valorização dessas mulheres, aliada a esforços concretos para eliminar os obstáculos que enfrentam, é essencial para construir um futuro mais inclusivo, diverso e inovador no campo dos produtos digitais.

REFERÊNCIAS

AL-KHALIFA, A. S.; BEYNON, M. J. Diferenças de gênero na percepção de realização pessoal e reconhecimento no trabalho. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 10, n. 1, p. 34-57, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2017-0018>. Acesso em: 11 dez. 2024.

BUGHIN, J.; CATLIN, T.; HIRT, M.; WILLMOTT, P. **Why digital strategies fail**. McKinsey Quarterly, 2018. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/why-digital-strategies-fail>. Acesso em: 11 dez. 2024.

CATALYST. **Women in tech: the facts**. Work Institute, 2018. Disponível em: <https://www.catalyst.org/research/women-in-tech-the-facts/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

EAGLY, A. H.; CARLI, L. L. **Through the labyrinth: the truth about how women become leaders**. Boston: Harvard Business Press, 2007. Disponível em: <https://hbsp.harvard.edu/product/1754-PBK-ENG>. Acesso em: 11 dez. 2024.

FONSECA, R.; NASCIMENTO, T. Mulheres na tecnologia: um estudo no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 9, n. 2, p. 45-60, 2022.

GARTNER. **Women in tech**: driving digital transformation. 2020. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/insights/women-in-tech> Acesso em: 11 dez. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GINO, F.; WILMUTH, C. **Women and leadership**: navigating the stereotypes. Harvard Business Review, 2016. Disponível em: <https://hbr.org/2016/03/women-and-leadership-navigating-the-stereotypes>. Acesso em: 11 dez. 2024.

HEWLETT, S. A.; LUCE, C. B.; SERVON, L. J.; SHERBIN, L.; SHILLER, P.; SOSNOVICH, E.; SUMBERG, K. The Athena factor: reversing the brain drain in science, engineering, and technology. **Harvard Business Review Research Report**, 2008. Disponível em: <https://store.hbr.org/product/the-athena-factor-reversing-the-brain-drain-in-science-engineering-and-technology/10094>. Acesso em: 11 dez. 2024.

HEWLETT, S. A.; MARSHALL, M.; SHERBIN, L. Como a diversidade pode impulsionar a inovação. **Harvard Business Review**, v. 91, n. 12, p. 30-30, 2013. Disponível em: <https://hbr.org/2013/12/how-diversity-can-drive-innovation>. Acesso em: 11 dez. 2024.

HORRELL, S.; DEMPSEY, R. **Women in tech**: a practical guide for leaders. New York: Routledge, 2018.

HYMOWITZ, C.; SCHELLHARDT, T. D. O teto de vidro: por que as mulheres parecem não conseguir romper a barreira invisível que as impede dos cargos de liderança. **The Wall Street Journal**, 27 mar. 1986. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/SB100014240527487045762045745297313 foil>. Acesso em: 11 dez. 2024.

IBARRA, H.; CARTER, N. M.; SILVA, C. Porque os homens ainda recebem mais promoções do que as mulheres. **Harvard Business Review**, v. 88, n. 9, p. 80-85, 2010. Disponível em: <https://hbr.org/2010/09/why-men-still-get-more-promotions-than-women>. Acesso em: 11 dez. 2024.

KALEV, A.; DOBBIN, F.; KELLY, E. Melhores práticas ou melhores suposições? Avaliando a eficácia dos programas de diversidade corporativa. **American Sociological Review**, v. 71, n. 4, p. 589-617, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/000312240607100404>. Acesso em: 11 dez. 2024.

KELLY, E. L.; MOEN, P.; TRANBY, E. Mudando os locais de trabalho para reduzir o conflito entre trabalho e família: controle de horário em uma organização de colarinho branco. **American Sociological Review**, v. 75, n. 2, p. 265-290, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0003122410363772>. Acesso em: 11 dez. 2024.

KOCHAN, T.; BEZRUKOVA, K.; ELY, R.; JACKSON, S.; JOSHI, A.; JEHN, K.; LEONARD, J.; LEVINE, D.; THOMAS, D. Os efeitos da diversidade nas equipes de negócios: uma análise crítica. **Human Resource Management**, v. 42, n. 1, p. 3-21, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/hrm.10059>. Acesso em: 11 dez. 2024.

KULIK, C. T.; PEPPER, M. B.; ROBERSON, L.; PARKER, S. K. Os efeitos em vários níveis do treinamento em diversidade: conhecimento sobre diversidade, clima de transferência e intenções de rotatividade. **Journal of Organizational Behavior**, v. 40, n. 4, p. 375-392, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/job.2350>. Acesso em: 11 dez. 2024.

LEAN IN; MCKINSEY & COMPANY. **Women in the workplace 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>. Acesso em: 11 dez. 2024.

LODEN, M.; ROSENER, J. B. **Workforce America!**: managing employee diversity as a vital resource. Homewood, IL: Business One Irwin, 1991.

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

MCKINSEY & COMPANY. **Women in the workplace 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>. Acesso em: 11 dez. 2024.

REASON, L.; SMITH, J.; DOE, A. Gender diversity in agile software development. **Journal of Software Engineering Research**, v. 15, n. 3, p. 123-135, 2021.

RIDGEWAY, C. L. **Framed by gender**: how gender inequality persists in the modern world. Oxford: Oxford University Press, 2011. Disponível em: <https://global.oup.com/academic/product/framed-by-gender-9780199755776>. Acesso em: 11 dez. 2024.

RYAN, M. K.; HASLAM, S. A. O teto de vidro e o penhasco de vidro: mulheres em posições de liderança. **Leadership Quarterly**, v. 18, n. 3, p. 207-216, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2007.03.002>. Acesso em: 11 dez. 2024.

SUMÁRIO

STEANKE, J.; LAPINSKI, M. K.; MOK, A.; MORREALE, S.; OLSON, L. Representações de gênero na mídia e seus impactos na percepção de liderança. **Journal of Communication**, v. 67, n. 2, p. 159-180, 2017.

TORRES, J. **Liderança de produtos digitais**: a ciência e a arte da gestão de times de produto. São Paulo: Amazon Kindle, 2020.

UNESCO. **Closing gender divides in digital skills**. Paris: UNESCO, 2021. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377416>. Acesso em: 11 dez. 2024.

WILLIAMS, J. C.; DEMPSEY, R. **What works for women at work**. New York: NYU Press, 2014. Disponível em: <https://nyupress.org/9781479835454/what-works-for-women-at-work/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global gender gap report 2022**. 2022. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2022/>. Acesso em: 11 dez. 2024.

3

Ryan Zanderson Nogueira Duarte
Jesiel Souza Silva
Márcio da Silva Oliveira

FATORES DETERMINANTES PARA O AUMENTO DO *TURNOVER* NAS ORGANIZAÇÕES:

UMA ANÁLISE BASEADA
EM REVISÃO DE LITERATURA

INTRODUÇÃO

Os colaboradores são elementos essenciais para o êxito de uma empresa e devem sentir-se valorizados e realizados no desempenho de suas funções. Caso contrário, tendem a buscar novas oportunidades em outras organizações. Por essa razão, torna-se imprescindível que as empresas desenvolvam estratégias para reduzir a taxa de *turnover* e reter seus profissionais (Figueiredo; Silva, 2021).

A rotatividade de funcionários, também denominada *turnover*, é um fenômeno recorrente nas empresas e representa um dos desafios mais significativos na gestão de pessoas. Esse processo constitui uma questão relevante, que os gestores precisam enfrentar e administrar de maneira eficiente, ao influenciar diretamente a cultura organizacional, podendo comprometer a qualidade dos serviços prestados e acarretar impactos consideráveis (Salton, 2024). Para Silva e Reis (2019, p. 2), “o índice de rotatividade ou *turnover* é um indicador de RH, ou seja, ele revela o número de colaboradores admitidos e desligados da empresa em um determinado período. É o famoso ‘entra e sai’”.

As organizações devem identificar os fatores que levam os funcionários a deixarem a empresa, analisando aspectos como nível de satisfação, reconhecimento profissional, volume e qualidade das tarefas, remuneração compatível, oportunidades de ascensão na carreira, entre outros. Ao compreender e atuar sobre essas questões, as empresas podem reter talentos, fortalecer o engajamento das equipes e promover um ambiente de trabalho produtivo e motivador (Santos; Silva, 2016).

Ao analisar o cenário atual, constata-se uma elevada rotatividade de colaboradores, especialmente no contexto brasileiro, onde a economia foi afetada pelo período pandêmico e pós-pandêmico, cujos efeitos ainda persistem nas organizações. No mercado de

trabalho, o Brasil enfrenta um déficit na qualidade das oportunidades de emprego. Para compreender melhor essa situação, pode-se recorrer à análise de Half (2022), que utilizou dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED como base para sua pesquisa. Constatou-se que a taxa de saída voluntária aumentou significativamente entre 2020 e 2021, reflexo do período pandêmico, com um crescimento nas dispensas de 33% para 48%. O autor ainda destaca em sua pesquisa que “o Brasil é o país com o maior índice de *turnover* do mundo (Half, 2022)”.

É fundamental que as organizações compreendam e monitorem os fatores que influenciam o *turnover*, conforme destacado por Figueiredo e Silva (2021). Para tanto, torna-se essencial manter constante atenção a esses elementos, pois essa ação é indispensável para a criação de um ambiente de trabalho que favoreça a retenção de talentos e reduza a rotatividade.

Ao buscar dados que comprovam o crescimento da rotatividade em anos anteriores, verificou-se, na pesquisa do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2014), a situação decorrente da rotatividade no desempenho do mercado de trabalho. Identificou-se uma elevação média de 2% ao ano na taxa de contratações e desligamentos de trabalhadores celetistas entre 2003 e 2012. Dessa forma, o estudo conclui que esse volume de admissões, desligamentos e recontrações configura as elevadas taxas de rotatividade, tema central deste artigo.

Diante das novas exigências mercadológicas, a rotatividade de pessoal, ou *turnover*, corresponde à relação entre funcionários admitidos e demitidos em determinado período numa organização, destacando as principais circunstâncias que contribuem para essa realidade. Esse fenômeno representa um grande desafio frente às mudanças sociais, ao aumento da competitividade e à ampliação das oportunidades de emprego. Além disso, algumas das principais razões que impulsionam o *turnover*, conforme analisado no artigo

em questão, incluem remuneração, liderança ineficaz, conflitos no ambiente de trabalho, clima e cultura organizacional desfavoráveis, ausência de valorização e reconhecimento, escassez de oportunidades de desenvolvimento, problemas de saúde e dificuldades na conciliação entre vida profissional e pessoal. Este estudo busca examinar as principais causas e impactos associados.

O objetivo principal consiste em identificar os fatores determinantes para essa realidade, analisando os meios de intervenção que possam contribuir para a redução do *turnover*. Dessa forma, torna-se possível compreender sua relevância nas organizações, tanto pelos custos financeiros associados aos processos rescisórios quanto pelo impacto na produtividade e na reputação da empresa.

METODOLOGIA

Esta pesquisa configura-se como exploratória e descritiva, por buscar tanto investigar e compreender os fatores que influenciam a rotatividade de colaboradores nas organizações, um problema significativo para as empresas, quanto descrever e analisar as características e inter-relações presentes no fenômeno do *turnover*. De acordo com Gil (2002, p. 42), a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2002). O objetivo principal é compreender os fenômenos associados ao rompimento do vínculo trabalhista e descrever os principais fatores que o motivam.

A análise baseou-se em fontes secundárias, como artigos científicos e livros, caracterizando-se, portanto, como uma pesquisa bibliográfica. Conforme Gil (2002), “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura

de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Dessa forma, amplia-se o escopo da investigação, permitindo uma abordagem abrangente dos aspectos estudados até a concretização dos objetivos propostos.

O presente artigo adota uma abordagem qualitativa, fundamentada na interpretação dos conceitos, teorias e explicações presentes na literatura, enquanto a abordagem quantitativa será embasada nos dados do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), que disponibilizam informações estatísticas sobre admissões e desligamentos no mercado de trabalho. Essa metodologia possibilita uma análise aprofundada, privilegiando a interpretação dos contextos e significados vinculados ao rompimento do vínculo empregatício, priorizando a compreensão das experiências e perspectivas envolvidas em detrimento da mera apresentação de dados numéricos.

ROTATIVIDADE DE PESSOAS: PRINCIPAIS FATORES QUE ELEVAM O *TURNOVER* NAS EMPRESAS

Muitas empresas almejam proporcionar qualidade em seus serviços, consolidar sua atuação no mercado e alcançar crescimento financeiro. Em geral, essas organizações já possuem perfis de clientes estabelecidos, bem como objetivos e segmentos bem definidos. Assim, direcionam seus esforços para atingir o mercado com eficiência e qualidade, compreendendo sua dinâmica e público-alvo. Contudo, ao analisar esse contexto, verifica-se uma elevada rotatividade de contratação. Ainda que existam diversas estratégias

de recrutamento e critérios bem delineados, essas empresas encontram dificuldades em reter talentos por períodos prolongados.

O cálculo do índice de *turnover* é relativamente simples. No entanto, o desafio reside na correta interpretação e aplicação desse indicador, uma vez que seu uso inadequado compromete sua eficácia como ferramenta gerencial. Quando utilizado estrategicamente, esse índice pode se tornar um instrumento essencial para uma gestão eficiente. Diante da identificação de um índice elevado, torna-se imprescindível investigar suas causas e adotar medidas estratégicas para mitigá-lo (Entringer; Taveira, 2021).

A compreensão do *turnover* pode ser aprofundada por meio do conhecimento de seu cálculo, o que pode contribuir para a redução desse fenômeno. O cálculo segue uma regra simples, conforme ilustrado na Figura 1:

Figura 1 - Cálculo *turnover*



Fonte: Employer (2024).

A Employer (2024) ressalta a importância de o mercado brasileiro manter a taxa anual de *turnover* abaixo de 10%. Dessa forma, as organizações podem monitorar esse indicador e adotar práticas que promovam melhorias contínuas. O período de cálculo é determinado pela dinâmica e pelos objetivos de cada empresa, podendo ser trimestral, semestral ou anual. Assim, torna-se possível identificar as principais circunstâncias que contribuem para essa condição.

Grandes empresas buscam fortalecer sua visibilidade no mercado, tendo como principais estratégias o envolvimento de seus clientes por meio de ações de marketing e a prestação de serviços de qualidade. O objetivo é compreender os desafios atuais na captação de profissionais que se destaquem e possuam a representatividade necessária para a empresa, contribuindo, assim, para a ampliação de sua lucratividade.

Cabe ressaltar que a rotatividade de funcionários continua sendo um fenômeno complexo, cuja interpretação pode variar conforme o contexto organizacional. Embora seja frequentemente associada a problemas de gestão, como insatisfação ou desmotivação dos colaboradores, o *turnover* também pode desempenhar um papel estratégico na renovação e no desenvolvimento das empresas.

A depender do contexto, dos objetivos e das estratégias no mercado, é possível que a empresa realmente necessite de uma renovação orgânica ou completa do quadro de uma determinada área, e, assim, possuir alguma taxa de turnover nas organizações pode ser considerado saudável na gestão estratégica de pessoas, já que a renovação agrega novos conhecimentos e aprendizagens necessários à evolução da empresa. Aumentar o turnover nesses casos pode ser algo bastante positivo, no entanto a interpretação da métrica geralmente está direcionada à capacidade de atração e retenção de pessoas na organização, perspectiva que será explorada neste relato (Martins; Silva, 2022, p. 6).

Diante das discussões apresentadas pelos autores estudados, este trabalho propõe reflexões sobre um dos desafios mais amplos no processo de contratação de pessoal. A busca por perfis qualificados em um mercado altamente competitivo exige análises criteriosas. Nesse sentido, “refere-se à rotação no mercado de trabalho entre a situação contratual de admissão ou de desligamento no movimento anual da Rais em relação ao estoque” (DIEESE, 2014, p. 37). Observa-se essa constante movimentação no quadro de funcionários, razão pela qual foram analisadas as possíveis causas dessa problemática, com o intuito de compreender melhor como enfrentar esse cenário.

Quando uma empresa tem altos índices de rotatividade pode apresentar um prejuízo à rentabilidade do negócio devido aos custos de rescisões. Além disso, também pode ter seu clima organizacional afetado devido a conflitos interpessoais, a falhas na comunicação e à perda de funcionários qualificados, podendo impactar no desenvolvimento de projetos da organização e prejudicar o seu crescimento (Figueiredo; Silva, 2021, p. 606).

A redução do *turnover* representa uma estratégia fundamental para a estabilização e o êxito organizacional a longo prazo. A implementação de políticas eficazes de engajamento e a construção de um ambiente de trabalho positivo são medidas essenciais para a retenção dos colaboradores.

A estruturação do mercado de trabalho e sustentação de um Sistema Público pressupõe enfrentar e superar a rotatividade, fenômeno que revela a alta flexibilidade existente para a contratação e demissão dos trabalhadores por parte dos empregadores privados e públicos, quando estes contratam celetistas (DIEESE, 2014, p. 15).

Dessa forma, torna-se imprescindível reconhecer que as ações de treinamento e desenvolvimento representam investimentos estratégicos das organizações, exigindo um planejamento adequado de recursos financeiros para sua implementação. Além disso,

é fundamental estruturar um plano contínuo de qualificação dos colaboradores, atualizando-o conforme necessário. Essa abordagem não apenas potencializa a capacitação dos profissionais para os desafios diários, mas também os prepara para enfrentar eventuais obstáculos que surjam no ambiente corporativo (Figueiredo; Silva, 2021).

A alta rotatividade de funcionários representa um dos desafios mais relevantes enfrentados pelas empresas contemporâneas, independentemente de seu porte ou segmento de atuação. Esse fenômeno não somente reflete a insatisfação dos trabalhadores, mas também indica se a organização consegue oferecer um ambiente de trabalho favorável, oportunidades de crescimento e valorização profissional (Salton, 2024).

O conceito de rotatividade de funcionários (*turnover*) refere-se à instabilidade na permanência do profissional numa organização. Nesse contexto, o *turnover* pode ser classificado em duas modalidades principais:

Turnover voluntário: ocorre quando o próprio profissional solicita seu desligamento, seja por motivos pessoais, seja por circunstâncias que o impedem de permanecer na função.

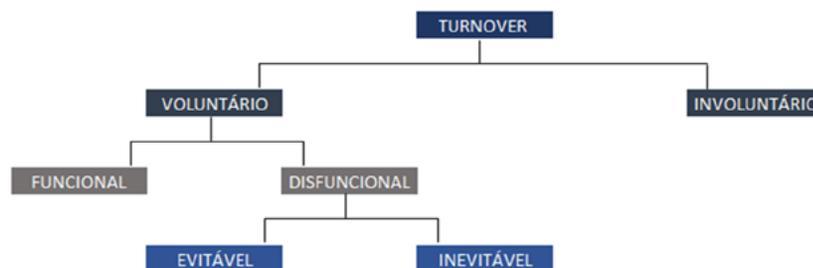
Turnover involuntário: decorre da decisão da empresa, motivada por fatores como redução do quadro de funcionários, desempenho insatisfatório, falta de adaptação do profissional às exigências do cargo ou outras razões que levem à conclusão de que ele não atende aos requisitos necessários para sua continuidade na organização.

No âmbito do *turnover* voluntário, faz-se a distinção entre o *turnover* funcional e o disfuncional, conforme abordado por diversos estudiosos. O *turnover* funcional ocorre quando um profissional permanece na empresa sem demonstrar crescimento ou desenvolvimento, tornando-se acomodado e comprometendo a produtividade. Nesses casos, sua dispensa pode ser considerada benéfica para a organização. Silva (2001, p. 9) ressalta que um dos efeitos positivos

do *turnover* é a redução de conflitos internos. Em diversas situações, diferenças pessoais relacionadas a filosofias empresariais, métodos de trabalho ou práticas administrativas distintas geram atritos, dificultando o crescimento organizacional, tornando o desligamento a solução mais eficaz para mitigar esses problemas.

Ainda no campo de estudo sobre *turnover*, destaca-se o *turnover* disfuncional. Nesse contexto, a empresa sofre os maiores prejuízos, enfrentando dificuldades para substituir os colaboradores desligados. Dessa forma, as informações relacionadas ao *turnover* evidenciam que tanto os profissionais quanto as organizações podem ser impactados negativamente caso não haja uma estratégia eficaz para mitigar esse cenário. Conforme ilustrado na Figura 2, torna-se possível visualizar todo o fluxograma citado.

Figura 2 - Tipos de *Turnover*



Fonte: Adaptado de Pinpeople (2024).

A partir da análise da figura, observa-se que, no desligamento disfuncional, há duas categorias principais: evitável e inevitável. O *turnover* evitável, como o próprio nome sugere, refere-se a desligamentos que poderiam ser prevenidos por meio da adoção de melhores práticas organizacionais. Já o *turnover* inevitável ocorre quando o desligamento é motivado por decisões pessoais do colaborador ou por fatores externos, nos quais a empresa não tem margem para intervenção.

Segundo Martins e Silva (2022), a alta rotatividade de funcionários impacta diretamente os custos totais da empresa, prejudicando seu desempenho financeiro e comprometendo sua sustentabilidade operacional.

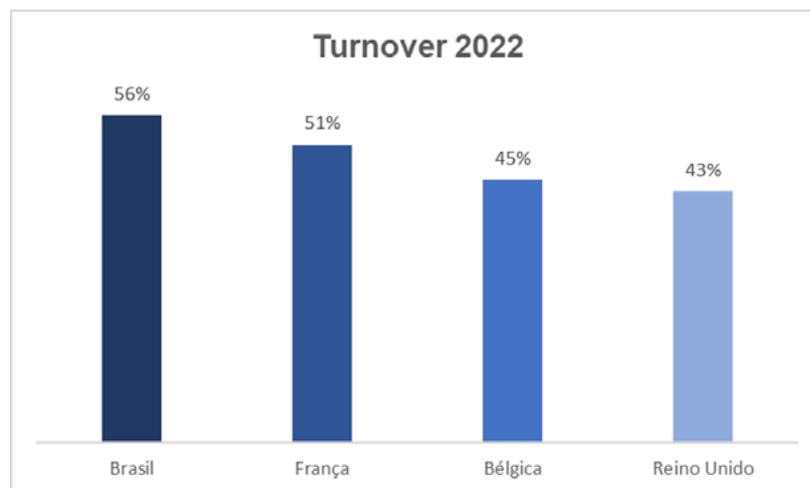
Diferentemente da folha de pagamento, que influencia diretamente os custos operacionais da organização, os custos indiretos com a busca, a seleção, o recrutamento e o treinamento provocados por uma alta rotatividade no quadro de pessoal, aqui caracterizados como custos de transação, não só influenciam o resultado operacional de uma determinada área, mas também ajudam a compor o custo total, afetando negativamente o resultado financeiro do negócio (Martins; Silva, 2022, p. 6).

Um índice de *turnover* elevado resulta em perdas diretas e indiretas. As perdas indiretas estão associadas à redução da eficiência na folha de pagamento, à perda de conhecimento organizacional e aos investimentos em treinamento. Por outro lado, as perdas diretas dizem respeito aos custos com recrutamento, admissão e desligamento de funcionários. Esse cenário afeta diretamente a pontualidade dos colaboradores, a precisão e a qualidade das entregas às lojas, causando impactos negativos expressivos no desempenho da empresa (Martins; Silva, 2022).

Assim, a elevada rotatividade de funcionários interfere na eficiência operacional, nos custos empresariais, na qualidade dos serviços, na segurança e na cultura organizacional. Diante disso, a gestão eficaz desse fenômeno é fundamental para assegurar a continuidade das operações, impulsionar a inovação e preservar a competitividade do negócio (Salton, 2024).

As pesquisas realizadas indicam que o Brasil apresenta o maior índice de rotatividade (*turnover*) em relação a outros países. De acordo com Half (2022), a taxa de *turnover* no Brasil atingiu 56%, seguida pela França, com 51%, Bélgica, com 45%, e Reino Unido, com 43%. Ressalta-se que esses dados foram analisados no ano de 2022, conforme ilustrado na Figura 3.

Figura 3 - Percentual Mundial *Turnover*



Fonte: Adaptado de Half (2025).

O gráfico acima apresenta dados relevantes sobre as taxas de *turnover* ao nível mundial, demonstrando que o mercado de trabalho brasileiro enfrenta desafios significativamente mais expressivos na retenção de colaboradores em comparação a outros países. Diante desse cenário, observa-se a necessidade urgente da implementação de estratégias eficazes para reverter essa situação. No entanto, é imprescindível considerar que cada empresa possui características particulares, como setor de atuação, porte, cultura organizacional e demais fatores específicos, os quais devem ser analisados criteriosamente para garantir a adoção de soluções eficientes.

PRINCIPAIS CAUSAS DO *TURNOVER*

Empresas que adotam estratégias para gerenciar e minimizar o *turnover* conquistam maior estabilidade e sustentabilidade operacional, aspectos fundamentais para se destacar no mercado. Assim, torna-se essencial compreender as causas e consequências

desse fenômeno, possibilitando uma administração mais eficaz das equipes e assegurando que a organização permaneça competitiva e estruturada no futuro (Salton, 2024).

As razões que impulsionam a rotatividade são variadas e podem incluir insatisfação no ambiente corporativo, desalinhamento com a cultura e princípios, ofertas externas mais vantajosas e instabilidade econômica. Os impactos desse fenômeno são amplos, abrangendo aumento de custos, redução da produtividade, deterioração do clima organizacional e danos à imagem da empresa (Salton, 2024).

Os fatores que ocasionam a rotatividade numa organização podem ter origens tanto internas quanto externas. Da mesma forma, os efeitos desse fenômeno também se manifestam de maneiras distintas (Ribeiro, 2021).

A rotatividade de pessoal corresponde à proporção de empregados que deixam a organização, por isso é importante a satisfação no trabalho está relacionada a taxas mais baixas de rotatividade. Na medida em que sintam falta de realização profissional, recebam pouco reconhecimento no cargo, vivenciem constantes conflitos com a chefia ou colegas ou não tenham atingido patamar desejado nas suas carreiras acabam deixando a empresa e afetando o seu planejamento, pois terá que traçar novas estratégias para contratação e treinamento (Ribeiro, 2021, p. 18).

O processo de rotatividade, denominado *turnover*, pode decorrer de diversas circunstâncias que levam ao rompimento do vínculo empregatício. Segundo DIEESE (2016, p. 12), “ocorrem desligamentos no mercado de trabalho por diversos motivos. Uma parte acontece devido a razões diretamente ligadas aos trabalhadores e outra deve-se a razões estritamente patronais”.

Inadaptação

A inadaptação ao ambiente organizacional pode ocorrer por diversos motivos, uma vez que cada empresa estabelece normas,

regras e regimentos internos, enquanto cada indivíduo carrega consigo habilidades, competências e valores próprios. Essas características podem não estar alinhadas às expectativas da organização, seja em razão da dificuldade de aprendizado e adaptação às funções exigidas, seja por divergências éticas, crenças ou valores que contrastam com as regras institucionais. Conforme Chiavenato (2009, p. 153), "cada pessoa tem o seu sistema conceitual próprio, seu próprio padrão de referência, que age como um filtro codificador, condicionando a aceitação e o processamento de qualquer informação".

Dessa maneira, verifica-se que a inadaptação organizacional pode ser um fator determinante para o *turnover*, visto que o colaborador que não se ajusta às normas e à cultura empresarial tende a permanecer por um curto período.

Problemas de Saúde

Os problemas de saúde podem ter origem tanto no ambiente organizacional quanto em fatores externos. No contexto empresarial, os colaboradores podem desenvolver transtornos como ansiedade, depressão e síndrome de Burnout, que, ao evoluírem de problemas emocionais para manifestações físicas, frequentemente resultam no rompimento do vínculo empregatício. Por outro lado, problemas externos incluem lesões decorrentes de acidentes, enxaquecas e doenças crônicas, como diabetes e doenças autoimunes, que não possuem relação direta com o ambiente de trabalho, mas decorrem de predisposições genéticas e do estado geral de saúde do indivíduo.

Conforme Chiavenato (2014, p. 373):

Os processos de manutenção das pessoas existem para manter os participantes satisfeitos e motivados e para assegurar-lhes condições físicas, psicológicas e sociais de permanecer e participar do negócio, obter compromisso e "vestir a camisa" da organização.

O autor destaca a importância do bem-estar e da saúde no ambiente de trabalho. Nesse sentido, compreende-se que, quando a empresa adota medidas voltadas para o bem-estar de seus colaboradores, há uma mitigação significativa dos problemas decorrentes tanto de fatores internos quanto de fatores externos.

Conciliação da Vida Profissional e Pessoal

Quando um indivíduo enfrenta dificuldades para conciliar vida pessoal e profissional, ocorrem mudanças significativas que o levam a refletir sobre fatores internos e externos. Esses fatores englobam circunstâncias que nem sempre podem ser controladas ou compreendidas, muitas vezes dependendo da influência de terceiros. Conforme o DIEESE (2016), um dos aspectos que contribuem para essa situação é a presença de um público jovem no mercado de trabalho. Esse grupo enfrenta desafios específicos, como remuneração abaixo da média e dificuldades para equilibrar trabalho, estudo e responsabilidades domésticas, fatores que impactam diretamente sua permanência nas organizações.

Nesses casos, o *turnover* torna-se inevitável, uma vez que fatores pessoais acabam levando os colaboradores ao desligamento da empresa. Além disso, diversas outras circunstâncias podem contribuir para a rotatividade, tais como mudanças não planejadas, problemas de saúde na família que afetam a rotina do colaborador, dificuldades de adaptação às rotinas da empresa, casamento, empreendedorismo, entre outros fatores. Esses elementos reforçam a complexidade do fenômeno e evidenciam a necessidade de estratégias eficazes para mitigar seus impactos.

Ausência de Incentivo no Plano de Carreira

Atualmente, um dos fatores mais atrativos para profissionais em busca de novas oportunidades de emprego é a existência

de benefícios voltados ao desenvolvimento de suas carreiras. Para Dionísio (2011, p. 322):

As competências humanas são os pilares de sustentação das competências organizacionais e do próprio desempenho de uma empresa no seu conjunto. Isso confirma o papel do indivíduo como elemento principal no cenário da gestão do conhecimento.

Esse fator demonstra o comprometimento da empresa com o crescimento do profissional que ingressa em suas rotinas, pois o aperfeiçoamento contínuo proporciona novas oportunidades de ascensão e estimula a busca pelo conhecimento.

Ainda conforme Dionísio (2011, p. 121):

Os resultados da implementação do plano de carreira são muitos pois, além dos já mencionados, ele contribui com a valorização dos profissionais, com a seleção interna de pessoal de forma mais consciente, na intensificação do relacionamento da empresa com os colaboradores, além de conseguir que eles se motivem, o que contribui com o desenvolvimento profissional e organizacional.

Diante desse cenário, torna-se imprescindível que as empresas invistam no desenvolvimento de seus colaboradores por meio de um planejamento estratégico estruturado e consistente. Um plano de carreira bem definido não apenas favorece o crescimento dos profissionais, mas também aprimora a qualidade dos serviços prestados nas instituições. Os colaboradores necessitam de transparência quanto ao seu futuro na organização. Entretanto, muitas empresas não oferecem essa previsibilidade, impactando diretamente a busca por valorização e reconhecimento na trajetória profissional.

Um bom programa de treinamento e desenvolvimento pode trazer diversos benefícios, como: aumento na produtividade dos funcionários, melhoria no atendimento ao cliente, maior integração da equipe, aumento da credibilidade da empresa e diminuição da rotatividade

dos funcionários. Vale destacar outros benefícios que os treinamentos podem trazer para os funcionários, como aumento da motivação, maior capacitação e desenvolvimento pessoal (Figueiredo; Silva, 2021, p. 606).

Assim, a implementação de treinamentos não deve ser vista somente como uma estratégia voltada à otimização de processos e resultados, mas também como uma forma de valorizar o capital humano. Esse investimento contribui para a construção de um ambiente de trabalho mais engajado, qualificado e alinhado aos objetivos institucionais. Dessa maneira, os programas de treinamento e desenvolvimento consolidam-se como ferramentas fundamentais para o sucesso sustentável das empresas e para o crescimento profissional dos indivíduos.

Líderes Inaptos

Um profissional qualificado tem como objetivo alcançar seu máximo potencial na empresa, e, para isso, a presença de uma liderança eficaz é indispensável. Segundo Pôncio (2022, p. 15):

A liderança é necessária em todos os tipos de organização, principalmente nas empresas e em cada um de seus departamentos. Ela é igualmente essencial em todas as demais funções da Administração: o administrador precisa conhecer a motivação humana e saber conduzir as pessoas, ou seja, liderar.

Ao tratar da importância da liderança, torna-se imprescindível que as empresas incluam em seus planejamentos estratégias voltadas para a capacitação de seus gestores. Os líderes desempenham papel fundamental na estrutura organizacional, ao serem responsáveis por direcionar o desenvolvimento da empresa e potencializar o desempenho dos colaboradores. Quando há falhas na administração, a rotatividade tende a aumentar. Conforme ressaltado pelo autor, um administrador que compreende os fatores motivacionais humanos é capaz de conduzir sua equipe de maneira

eficiente. Quando esse aspecto não é considerado, os funcionários deixam de se sentir engajados, resultando na perda de interesse pela empresa e em um comprometimento de suas atividades, o que pode levar ao desligamento.

Portanto o processo pelo qual indivíduos são motivados a fim de desempenharem seus trabalhos visando a um objetivo em comum à organização e se manifesta por meio da necessidade existente numa determinada situação e consiste numa relação entre indivíduo e um grupo que é definida por um processo de liderança mútua (Pôncio, 2022, p. 15).

Conforme destacado pelo autor, a liderança deve ser um processo mútuo para que a relação entre líder e liderado seja harmônica e voltada para um objetivo comum nas organizações. Esse entendimento é fundamental, pois histórias de sucesso dependem diretamente de seus protagonistas. O profissional tende a buscar novos caminhos quando não recebe incentivo, não se sente acolhido ou não é liderado de maneira eficaz por seus superiores.

Clima Organizacional

Segundo Chiavenato (2009, p. 67), “as organizações são inventadas pelo homem para se adaptarem às circunstâncias ambientais a fim de alcançarem objetivos”. Nesse contexto, torna-se essencial destacar que o ambiente organizacional é diretamente influenciado pelas condições criadas pelos indivíduos, as quais determinam a concretização dos objetivos institucionais.

Um clima organizacional desfavorável pode levar bons colaboradores à desistência, evidenciando falhas no funcionamento dos setores. O *turnover* pode ser impulsionado por diversos fatores, conforme apontado por pesquisas, sendo o desajuste organizacional um dos aspectos mais recorrentes. Chiavenato (2009, p. 68) sugere:

O ambiente é um contexto externo que apresenta uma enorme variedade de condições extremamente variáveis e complexas, difíceis de serem abordadas no seu conjunto e analisadas com objetividade. Assim, as organizações precisam tatear, explorar e discernir o ambiente, para reduzir a incerteza a seu respeito. Em outros termos, a organização precisa mapear seu espaço ambiental. O mapeamento ambiental, contudo, esbarra em três dificuldades: a seleção ambiental, a percepção ambiental e os limites da organização.

Em conformidade com as considerações do autor, é necessário que as organizações adotem estratégias voltadas para a melhoria do clima organizacional, possibilitando que os colaboradores se sintam valorizados e prevenindo situações que possam contribuir para o aumento da rotatividade.

Remuneração e Benefícios

A retenção de talentos exige que as empresas ofereçam salários compatíveis com as responsabilidades exercidas e alinhados às médias de mercado. Caso os funcionários percebam que sua contribuição não é devidamente remunerada, buscarão oportunidades que ofereçam uma remuneração mais justa. Além do salário, os benefícios constituem um fator diferencial, por demonstrarem a preocupação da empresa com a qualidade de vida do profissional, influenciando positivamente sua valorização e satisfação. No entanto, muitas organizações ainda oferecem valores abaixo da média de mercado e, em alguns casos, não disponibilizam nenhum tipo de benefício. Conforme Wood Júnior e Picarelli Filho (2004, p. 21):

A utilização de instrumentos como descrições de cargos, organogramas e planos de cargos e salários permite a muitas empresas atingir um patamar mínimo de estruturação na gestão de seus recursos humanos. Entretanto, quando aplicados nesta condição de exclusão de outras formas, esses sistemas podem tornar-se anacrônicos em

relação às novas formas de organização do trabalho e ao próprio direcionamento estratégico da empresa.

Atualmente, no que tange à remuneração, existe um piso salarial regulamentado. Diante dessa realidade, esse fator assume grande relevância no momento da contratação, bem como na concorrência por vagas internas, pois os valores ofertados apresentam pouca variação em relação à remuneração já praticada. Quanto aos benefícios, é essencial avaliar os impactos que esses podem gerar na remuneração total. Embora seja fundamental que as empresas adotem critérios bem definidos para a concessão desses benefícios, também é necessário considerar sua importância para garantir melhores condições para os colaboradores.

Má Gestão

Quando se trata da administração de uma empresa, a capacitação dos gestores torna-se um fator indispensável. Entre os requisitos mais relevantes está a necessidade de um perfil de liderança que permita a orientação dos colaboradores de forma clara e motivadora. Dessa maneira, ao analisar a gestão no contexto do estudo realizado, constatou-se que uma administração ineficiente compromete o ambiente de trabalho, tornando-o um espaço de desmotivação e negligência. Conforme Dionísio (2011), no âmbito da gestão, é essencial que as organizações considerem as mudanças e o aprimoramento contínuo dos líderes em suas estruturas corporativas.

Nesse sentido, é oportuno destacar o papel da liderança estratégica e entender a base conceitual dessa expressão, talvez a mais simples é defini-la como um conjunto de competências que permite os executivos atuarem não apenas em contextos restritos, em termos de curto prazo e resultados imediatos, mas pensar e agir a médio e longo prazos. Isto implica pensar e agir estrategicamente dentro de um contexto mais amplo (Dionísio, 2011, p. 252-253).

Os profissionais que desempenham funções de liderança devem ser constantemente incentivados a aprimorar suas habilidades e competências, garantindo uma gestão eficiente. Quando esse processo não ocorre de maneira contínua e estratégica, surgem impactos negativos no desempenho organizacional, comprometendo a capacidade de instrução dos liderados, que, por sua vez, enfrentam frustrações devido à falta de comunicação clara. A ausência de feedback, que poderia mitigar desafios e elevar a produtividade, o receio de compartilhar conhecimento e capacitar novos líderes e, sobretudo, a falta de exemplo por parte da liderança são fatores que agravam esse problema. Esses aspectos evidenciam os prejuízos causados por uma gestão ineficaz, favorecendo, conseqüentemente, a incidência do *turnover* (rotatividade).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa bibliográfica teve como propósito analisar os fatores que contribuem para a rotatividade de colaboradores nas organizações, buscando compreender suas causas e identificar métodos de mitigação, a fim de propor uma nova abordagem para essa realidade no mercado de trabalho. O principal objetivo do estudo foi examinar as transformações recorrentes tanto no ambiente organizacional quanto nos perfis profissionais que compõem esse cenário.

No que se refere ao estudo realizado, o *turnover* pode ser reduzido com ações estratégicas. Um dos pontos para minimização dessa rotatividade é garantir que o colaborador tenha fluxogramas com plano de carreira. Isso lhe proporciona uma visão de crescimento e futuro, aumentando o engajamento. Além disso, investir em treinamentos, tanto para líderes quanto para colaboradores, é fundamental para aprimorar o desempenho de todos e promover um ambiente de desenvolvimento. Por fim, a empresa deve oferecer uma

remuneração atualizada e competitiva com o mercado, e benefícios pensados no bem-estar e realidade dos funcionários, o que demonstra cuidado e valor pela equipe.

Ao compreender essa problemática, conclui-se que o estudo contribuiu para a compreensão desse fenômeno e para a busca de alternativas eficazes. Assim, a pesquisa proporcionou esclarecimentos relevantes sobre a rotatividade de pessoal nas organizações.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Ana. **Reduzindo o Turnover**: estratégias para manter talentos na sua empresa. Person Corp, 28 set. 2023. Disponível em: <https://personcorp.com.br/turnover-o-que-e-como-reduzir/>. Acesso em: 26 set. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos**: fundamentos básicos. Barueri, SP: Manole, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papal dos recursos humanos nas organizações. Barueri, SP: Manole, 2014.

DIEESE. **Rotatividade e políticas públicas para o mercado de trabalho**. Departamento Intersindical de Estatística Estudos Socioeconômicos. São Paulo: DIEESE, 2014.

DIEESE. **Rotatividade no mercado de trabalho brasileiro**. Departamento Intersindical de Estatística Estudos Socioeconômicos. São Paulo: DIEESE, 2016.

DIONÍSIO, Ely Teresinha. **Gestão estratégica de pessoas**. Natal: Edunp, 2011.

EMPLOYER. **Como diminuir o turnover**. Disponível em: <https://employer.com.br/como-diminuir-o-turnover/>. Acesso em: 26 set. 2024.

ENTRINGER, Paula Germano Lima Pacheco; TAVEIRA, Izabela Maria Rezende. Rotatividade (turnover) e qualidade de vida no trabalho em uma empresa do ramo de petróleo e gás em Macaé. In: ENCONTRO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO PROFISSIONAIS EM ADMINISTRAÇÃO, 7, 2021, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: FEA/USP, 22-23 nov. 2021. p. 1-16.

FIGUEIREDO, Layza Maria Ribeiro; SILVA, Fabiana Ferreira. Fatores que influenciam no índice de turnover de funcionários e estagiários no segmento de crossfit. *In: SIMPÓSIO SUL-MATO-GROSSENSE DE ADMINISTRAÇÃO*, 4, 2021, Paranaíba. **Anais** [...]. Paranaíba: UFMS, 17-21 maio 2021. p. 605-623.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HALF, Robert. **Turnover em alta**: principais motivos e como evitar. 4 ago. 2022. Disponível em: <https://www.roberthalf.com/br/pt/insights/carreira/turnover-em-alta-principais-motivos-e-como-evitar>. Acesso em: 7 mar. 2025.

MARTINS, Helena Gagine Borges; DA SILVA, Adilson Aderito. **Fatores Humanos na Produtividade**: quando o turnover não é só um turnover. *Práticas em Contabilidade e Gestão*, v. 10, n. 1, p. 1-20, 2022.

PEDRA, Bruna. **Tipos de turnover e seus impactos na organização**. Pinpeople, 19 fev. 2025. Disponível em: <https://pinpeople.com.br/blog/tipos-de-turnover-e-seus-impactos-na-organizacao>. Acesso em: 22 jul. 2024.

PONCIO, Rafael José. **Administração de gestão de pessoas**: motivação e liderança na organização. Formiga, MG: MultiAtual, 2022.

RIBEIRO, Diego Éder Alves. **Rotatividade de pessoal no ambiente organizacional**. 2021. 36 f. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade de Cuiabá, Rondonópolis, 2021.

SALTON, Mariane Arcari. **Rotatividade de pessoas em organizações**: uma revisão conceitual. 2024. 32 f. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Encantado, 2024.

SANTOS, Josiane; SILVA, Sidney Vergínio. **Rotatividade e Suas Causas no Ambiente de Trabalho**. *In: II Congresso Internacional do Grupo Unis*. Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas, 2016.

SILVA, Alessandra da; REIS, Carla Rodrigues dos. **Como reduzir o índice de turnover nas empresas melhorando as habilidades de gestão dos seus líderes**. 2019. Disponível em: https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20190718165129.pdf. Acesso em: 22 abr. 2024.

SILVA, Glenio Luiz da Rosa e. **Controle do turnover**: como prevenir e demitir com responsabilidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

WOOD JÚNIOR, Thomaz; PICARELLI FILHO, Vicente. **Remuneração estratégica**: a nova vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 2004.

4

*Mara Lúcia Barbosa dos Santos
Cássia da Silva Castro Arantes*

CADEIA PRODUTIVA DE FRANGO DE CORTE:

**UMA ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS
E DESEMPENHO NO CENÁRIO BRASILEIRO
E GOIANO DE 2012 A 2022**

INTRODUÇÃO

A agropecuária brasileira é um dos setores com maior evolução nas últimas décadas no país, devido a crescente modernização da produção (Nascimento; Figueiredo; Miranda, 2018). De acordo com dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2022) algumas cadeias produtivas destacaram-se significativamente no ano de 2022, tais como: cadeia produtiva de galináceos (composta por galinhas e frango de corte), a pecuária bovina, suína e ovina.

Segundo a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA, 2022) no cenário referente as diversas cadeias produtivas da agropecuária brasileira, a avicultura de corte é responsável pela geração de cerca de 2 milhões de empregos diretos e indiretos. Ainda de acordo com a ABPA (2022), a produção e exportação de carne de frango se apresenta como o maior impulsionador dessa cadeia, posicionando o Brasil como uma potência global nesse segmento, ficando atrás apenas dos Estados Unidos.

De acordo com Queiroz *et al.* (2022), a trajetória da produção de frango mundial em grande escala começou a partir da década de 1930 nos países da Europa e nos Estados Unidos, devido à escassez de carne vermelha, ocasionada pela 2ª Guerra Mundial.

As atividades relacionadas à produção de carne de frango no Brasil iniciaram na região Sudeste a partir da década de 1950, quando agricultores familiares criavam frangos caipiras de forma artesanal para sua subsistência (Voila; Triches, 2015). De acordo com os autores, a cadeia produtiva de frango de corte no Brasil estruturou-se de forma industrial na década de 1970 na região Sul, com a criação do modelo de integração entre agroindústrias e pequenos agricultores.

Essa notável trajetória foi impulsionada por avanços tecnológicos, além da junção no setor avícola de fornecedores,

universidades desenvolvedoras de pesquisas, cooperativas de agricultores dentre outros (Junior *et al.*, 2007). Além disso, com esses avanços tecnológicos e o início do modelo de integração vertical, a cadeia produtiva de frango de corte tornou-se uma atividade importante para o setor do agronegócio por possuir um papel de destaque na formação do PIB dessa área (Pereira *et al.*, 2023),

A cadeia produtiva de frango de corte é representada por milhares de produtores encarregados pela engorda das aves, e redes de empresas beneficiadoras responsáveis pelo abate, processamento e exportação da carne de frango (Schmidt; Silva, 2018).

O Brasil se destaca como um dos principais produtores e exportadores mundiais de carne de frango por possuir potencial de crescimento elevado em razão de ter uma cadeia produtiva de frango de corte bem estruturada com uma organização em formato de integração (Voila; Triches, 2015).

Em Goiás, a adoção de tecnologias modernas, combinada com uma organização eficiente das cadeias de produção e as condições favoráveis de clima e operação, facilitou a criação de um sistema agroindustrial otimizado. Este sistema atua de forma sinérgica com as cadeias produtivas já consolidadas na região, incluindo sorgo, milho e soja. Em relação a cadeia produtiva de frango de corte no estado, destaca-se o sistema agroindustrial de Rio Verde, que iniciou suas atividades no ano de 2000 com a produção baseada em contratos e o sistema de integração (Freitas; Neto; Scalco, 2014).

Ao observar que há poucos estudos sobre a importância econômica da cadeia produtiva de frango de corte no contexto brasileiro e no estado de Goiás, notou-se a necessidade de elaborar uma pesquisa que desse ênfase na descrição das principais características desta cadeia e na sua representatividade para o Brasil e para Goiás. Esse trabalho se justifica então, pela relevância e impacto significativo que a cadeia produtiva de frango de corte exerce sobre diversos

setores, tanto na esfera econômica quanto social. Compreender a dinâmica dessa cadeia contribui para a expansão do conhecimento acadêmico e propicia informações que podem orientar a tomada de decisões e políticas públicas, beneficiando a sociedade e os atores envolvidos.

Sendo assim, o problema a ser respondido para um melhor entendimento acerca desse tema é: quais fatores contribuem para que a cadeia produtiva de frango de corte brasileira e goiana torne-se tão representativa em relação ao cenário econômico no mercado interno e externo?

Nesse contexto, o objetivo desse trabalho é descrever as principais características e a representatividade da cadeia produtiva de frango de corte brasileira e goiana. Para isso, enquanto objetivos específicos buscam descrever a cadeia produtiva e quais são os níveis atuais de produção de frango de corte no Brasil, assim como o desempenho histórico da cadeia. Além disso, busca-se fazer também uma análise sobre o mercado de trabalho vinculado à cadeia produtiva, com foco nas ocupações e na geração de renda e, por fim, avaliar a representatividade da produção goiana comparada ao cenário nacional.

REVISÃO TEÓRICA

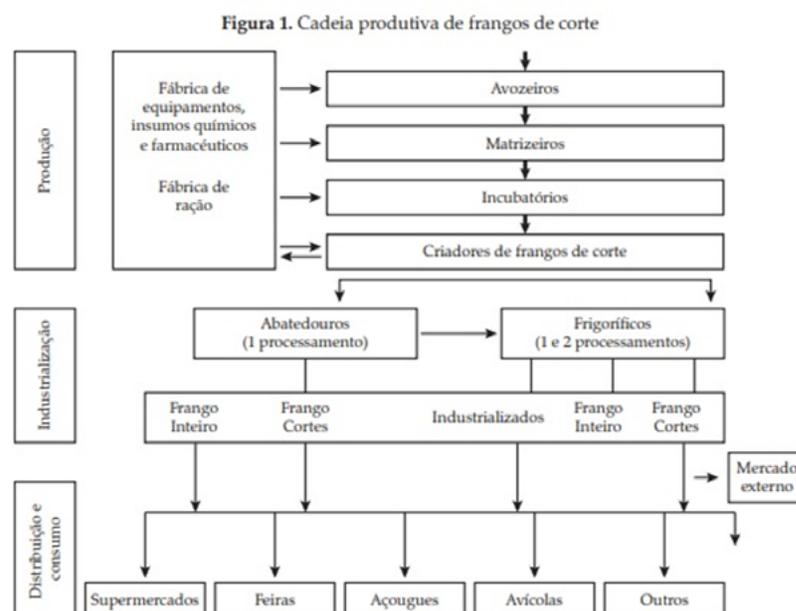
CADEIA PRODUTIVA DE FRANGO DE CORTE

Pereira *et al.*, (2023) conceitua cadeia produtiva como grupos agrícolas, agropecuários ou industriais que interagem entre si, sendo responsáveis pelo fornecimento de insumos e serviços de processamento ou transformação, além de ser destinada para a distribuição e comercialização, bem como facilitar a chegada do produto ao consumidor final.

A cadeia produtiva de frango de corte é caracterizada como um conjunto de atividades interligadas e processos envolvidos na produção e disponibilização de frango para o consumo humano. Nesse sentido, ela se destaca por ser uma sequência de operações interdependentes que podem ser divididas em três importantes áreas: a produção de insumos, o processo de industrialização e a comercialização e distribuição dos produtos. (Voila; Triches, 2015).

A Figura 1 mostra a estrutura e as características das relações dos elementos ou elos que fazem a composição da cadeia produtiva de frango de corte. É importante a análise dessa estrutura para ter um bom entendimento de como se comporta e organiza todos os participantes e quais são as relações de interdependência entre os elos em todos os processos da cadeia.

Figura 1 - Representação da cadeia produtiva de frango de corte



Fonte: Adaptado de Schmidt; Silva (2018).

Viola e Triches (2015) fazem uma análise sobre as três áreas da cadeia de avicultura de corte:

- A etapa de produção que representa todos os agentes envolvidos desde o nascimento e crescimento dos frangos até o abate. Nessa fase, o produto final é o frango abatido e a matéria-prima é o próprio frango na sua fase inicial de vida.
- A etapa de industrialização é caracterizada pelos elos principais da cadeia que são os abatedoures ou frigoríficos.
- A etapa de comercialização/distribuição que é representada pelas empresas que estão em contato com o consumidor final. Essas empresas são atacadistas, redes de supermercados, açougues, além de todo aparato que estão relacionados com as exportações para o mercado internacional.

Inúmeras pesquisas têm sido desenvolvidas sobre a cadeia produtiva de frango de corte. Brender, Schwertner e Coronel (2019), desenvolveram uma pesquisa quali-quantitativa com a finalidade de avaliar o comportamento da exportação brasileira de carne de frango no período de 1999 a 2018. Os resultados indicaram que a exportação de carne de frango demonstrou uma vantagem comparativa em todos os períodos analisados pelo fato de o país ter uma cadeia avícola bastante estruturada, os principais destinos das exportações de carne de frango de 1999 a 2018 foram para o Oriente Médio e Ásia e que o país possui uma significativa superioridade das exportações em relação as importações de carne de frango.

Zanella *et al.* (2013) descreve em seu trabalho de abordagem qualitativa, as características, além dos pontos positivos e negativos do sistema vertical desenvolvido na cadeia produtiva de frango na região de Chapecó (SC), uma destacada produtora global de carne de frango. Os resultados destacaram pontos significativos sobre o nível de verticalização na cadeia produtiva de frango na região. Entre as vantagens, destacam-se a segurança de suprimentos e a redução

de custos de produção. Por outro lado, as desvantagens mencionadas incluem os custos elevados para manutenção das atividades e a necessidade de maior controle ou coordenação.

Viola e Triches (2015) fizeram um estudo baseado na metodologia quali-quantitativa e uma abordagem descritiva e estatística sobre a evolução do mercado brasileiro e mundial da carne de frango no período de 2002 a 2012, examinando as características fundamentais de sua produção, importação e exportação. Os resultados evidenciam que a cadeia é altamente estruturada, com aproximadamente 70% da produção nacional concentrada nos três estados da região Sul e em São Paulo. Além disso, os mercados consumidores da carne de frango brasileira são diversificados, com destaque para Japão, Arabia Saudita e União Europeia, que juntos somam mais de um quinto do total das importações. O aumento do consumo, por sua vez, está associado à preferência da população por carne branca, refletindo a queda de preços ao longo do tempo, impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico e aumento da escala de produção.

Pereira *et al.* (2023) desenvolveram uma pesquisa bibliográfica para analisar a importância da cadeia produtiva avícola no cenário econômico do agronegócio brasileiro. De acordo com os autores, a cadeia de frango de corte é reconhecida como líder em contribuição para o valor do Produto Interno Bruto (PIB) em comparação com outras cadeias de animais destinados ao corte e ainda, o Brasil se destaca como o principal exportador mundial nesse segmento, consolidando-se como uma potência nesse mercado global. Os autores destacam a necessidade de investimentos em tecnologias e práticas sustentáveis para garantir a viabilidade econômica, minimizando os impactos ambientais e sociais.

Costa *et al.* (2015) desenvolveram um estudo bibliográfico e documental acerca da evolução do setor produtivo da carne de frango mundial e brasileiro, com ênfase no setor da avicultura do estado do Paraná. Os resultados da pesquisa mostram que a indús-

tria de frango no estado do Paraná se destaca tanto nacional quanto internacionalmente, evidenciando um desempenho caracterizado por um alto grau de competitividade. Essa competitividade se reflete em ganhos de produtividade e baixos custos, resultantes das vantagens competitivas associadas a essa indústria.

Rodrigues, Frainer e Eduardo (2020) realizaram uma pesquisa com abordagem quali-quantitativa acerca da análise da cadeia produtiva de frango de corte em Mato Grosso do Sul. Os resultados evidenciam que essa cadeia tem uma estrutura de mercado semelhante à de oligopólio competitivo, caracterizada por alta concentração, inexistência de diferenciação e ausência de dominação do mercado por agente específico. A pesquisa buscou entender os efeitos dessa estrutura de mercado concentrado no desempenho da cadeia produtiva e sua relação com economia estadual.

Rodrigues *et al.* (2015) desenvolveram um trabalho quali-quantitativo para analisar como o mercado se comporta em relação a cadeia produtiva do frango de corte em Mato Grosso do Sul, utilizando o modelo de Estrutura-Conduita-Desempenho no intuito de fazer um diagnóstico acerca das estratégias, concorrência e políticas públicas das agroindústrias processadoras no período de 2000 a 2012. Os resultados dessa pesquisa demonstram insights que ajudam a orientar políticas públicas e estratégias que impulsionam e proporcionam o desenvolvimento e crescimento mais robusto e sustentável, tanto localmente quanto para o estado como um todo.

Cielo, Júnior e Sanches-Canevesi (2019) realizaram um estudo qualitativo centrado na Mesorregião Oeste do Paranaense (MROP) para explorar os impactos socioeconômicos da avicultura no estado do Paraná, o maior produtor e exportador nacional de carne de frango. Nessa pesquisa, os autores identificaram que o Sistema Agroindustrial (SAG) da avicultura da região destaca-se, representando cerca de 11% do valor bruto da produção do agronegócio local. Além disso, observaram que o SAG é um importante gerador de

emprego e renda, contribuindo significativamente para o crescimento econômico estadual. O estudo revelou que a atividade avícola na região é predominantemente governada pelo Sistema de integração, com a maioria dos produtores possuindo pequenas propriedades.

Aranda *et al.* (2015) fizeram um estudo descritivo-exploratório, com abordagem quantitativa referente a evolução da cadeia avícola no período de 2004 a 2013. Os resultados da pesquisa mostraram que a produção, o consumo e a exportação brasileira de carne de frango tiveram um aumento significativo ao longo do tempo analisado, sendo que o sucesso desse crescimento foi atribuído a integração entre granjas e indústrias.

Assim, observa-se que a maioria das pesquisas sobre o tema apontam para a importância das atividades de pesquisa e desenvolvimento na cadeia produtiva de frango de corte, a relevância das exportações de carne de frango para a economia brasileira, a evolução tecnológica para aprimorar as práticas de produção e o sistema de integração e sua estruturação na cadeia produtiva. Além disso, a maior parte dos artigos foram desenvolvidos no ano de 2015, sendo que, dois destes artigos foram feitos análise da evolução da cadeia de carne de frango tanto no cenário brasileiro quanto no cenário mundial.

METODOLOGIA

Em relação aos objetivos este estudo trata-se de um estudo descritivo. Segundo Gil (2002), uma pesquisa descritiva é baseada na busca de dados padronizados de uma determinada população, fenômeno ou grupo com o intuito de descrever as características dos elementos estudados.

Quanto aos procedimentos trata-se de uma pesquisa bibliográfica. Gil (2002) afirma que a pesquisa de caráter bibliográfica

possui fundamentos sobre ideias que já foram estudadas e que pode ser desenvolvida a partir de livros e artigos científicos disponibilizados e publicados.

No que se refere a abordagem do problema a pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa. A combinação da metodologia quantitativa com a metodologia qualitativa em uma pesquisa pode ser bastante útil para o desenvolvimento de um entendimento mais claro sobre eventos, fatos e processos (Gatti, 2004).

Para melhor compreender a atual conjuntura das publicações sobre cadeia produtiva de frango de corte, realizou-se também uma revisão de literatura. Foram analisados dados secundários coletados das seguintes bases: Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Bases Estatísticas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Esses dados foram analisados por meio de estatística descritiva e os resultados foram apresentados por meio de gráficos e tabelas que proporcionam uma melhor compreensão das tendências identificadas.

Em relação aos dados obtidos pelas Bases Estatísticas RAIS e CAGED foi gerado um relatório que nos apresentou uma lista com todas as atividades produtivas apresentadas no Brasil inteiro no ano de 2021, e dentro dessa lista de atividades econômicas foi filtrado aquelas atividades que tinham mais relação com a cadeia produtiva de frango de corte. Então, foram selecionadas três atividades bastantes específicas que são as atividades referentes ao abate de aves, criação de frango de corte e produção de pintos de um dia. Sabemos que existem inúmeras atividades produtivas relacionadas à cadeia produtiva de frango de corte, porém no relatório não foi mencionado essas informações de forma muito clara e direta. Por isso, optamos em selecionar apenas as atividades econômicas que estavam mais claramente e diretamente relacionadas com a cadeia produtiva em estudo.

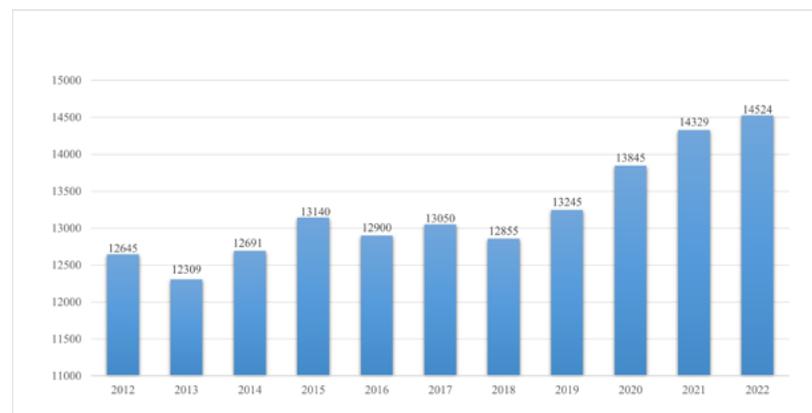
ANÁLISE DE DADOS

DESCRIÇÃO DOS NÍVEIS ATUAIS DE PRODUÇÃO DE FRANGO DE CORTE E DO DESEMPENHO HISTÓRICO DA CADEIA PRODUTIVA

A produção brasileira de frango de corte teve o seu desenvolvimento acelerado na década de 1970, conforme destacado por Voila e Triches (2015), e atualmente o país destaca-se como um dos principais produtores de carne de frango mundial.

Os dados apresentados na Figura 2 mostram a evolução da produção de carne de frango no Brasil no período de 2012 a 2022. Percebe-se que os números da produção tiveram queda de 3% no ano de 2013 em relação ao ano de 2012, 2% no ano de 2016 em relação ao ano de 2015 e 1% no ano de 2018 em relação ao ano de 2017. No entanto, no período de 2018 a 2022, nota-se um crescimento contínuo, com uma variação de 13% na produção, saindo de 12.855 mil toneladas no ano de 2018 para 14.524 mil toneladas no ano de 2022.

Figura 2 - Produção de carne de frango no Brasil no período de 2012 a 2022 (mil ton.)



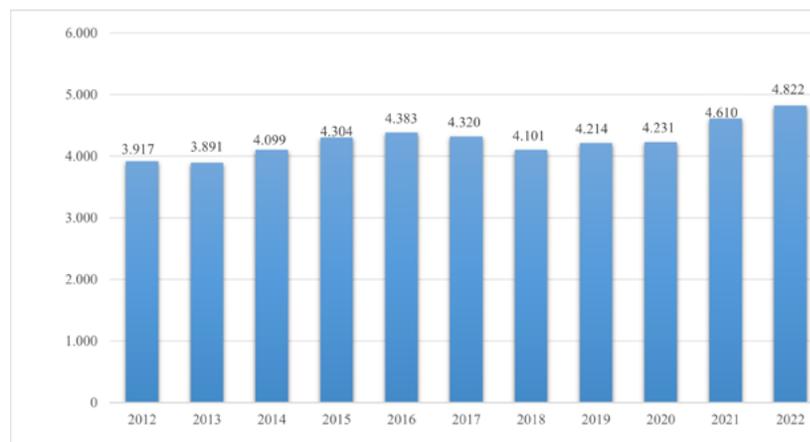
Fonte: ABPA (2023).

De maneira geral, identifica-se que a produção de carne de frango demonstra uma tendência de crescimento de 14,86% ao longo do período de 2012 a 2022. Identifica-se ainda que embora haja um padrão de crescimento, também são observadas flutuações anuais na produção nos períodos de 2013, 2016 e 2018. Nos últimos anos (2020, 2021 e 2022), a produção permanece relativamente estável, com variações menores e, por fim, a produção aumenta gradualmente, atingindo o seu recorde de 14,524 milhões de toneladas no ano de 2022.

Aranda *et al.*, (2015) fizeram uma pesquisa para comparar a evolução da cadeia produtiva avícola no período de 2004 a 2013, e em seus estudos constataram que nos períodos analisados a produção brasileira de carne de frango também possuem tendência de crescimento e níveis de oscilações idênticos ao que está sendo exposto nesse trabalho. Percebe-se ainda que a produção de carne de frango teve um significativo desenvolvimento de 12.309 mil toneladas produzidas em 2013 (último ano estudado pelos autores) para 14.524 mil toneladas produzidas em 2022 (último ano analisado nessa pesquisa), demonstrando a evolução constante dessa cadeia.

A Figura 3 apresenta a evolução da exportação brasileira de carne de frango no período de 2012 a 2022. Observa-se uma flutuação nas quantidades exportadas ao longo desses anos. Inicialmente, entre 2012 e 2013, houve uma pequena queda de 1%. No entanto, a partir de 2014, as exportações demonstram uma trajetória ascendente, alcançando 4.610 mil toneladas em 2021, representando um aumento de 18% em relação a 2012. O ano de 2022 manteve uma tendência de crescimento, registrando 4.822 mil toneladas exportadas, o que representa um incremento de cerca de 5% em relação a 2021. Esses números sugerem uma notável participação internacional de carne de frango brasileira, o que leva o país a se destacar e se posicionar em primeiro lugar no ranking de exportação.

Figura 3 - Evolução da exportação brasileira de carne de frango (mil ton.)



Fonte: ABPA (2023).

Aranda *et al.*, (2015) também destacaram sobre o crescimento anual das exportações brasileira de carne de frango, dando ênfase na importância desse cenário para o aumento da competitividade desse setor em relação aos seus concorrentes. Essa análise também se aplica a este estudo, pois identifica-se um expressivo aumento de cerca de 23,1% nas exportações do período de 2012 em relação a 2022. Esses dados mostram a capacidade de crescimento consistente na exportação de frango ao longo dos anos, o que fez o Brasil alcançar o primeiro lugar nas exportações desse produto a partir do ano de 2004 até o último ano dos períodos estudados.

Viola e Triches (2015) analisaram a evolução dos mercados brasileiros e mundial da carne de frango no período de 2002 a 2022. Esses autores concluíram que a produção de carne de frango de corte brasileira teve oscilações de crescimento e queda durante os períodos estudados, porém observaram que existe uma tendência de crescimento de acordo com a necessidade no consumo e nas exportações, o que leva a concluir que essa análise se assemelha ao que está sendo visto neste estudo, principalmente quando se analisa os números referentes ao abate, consumo per capita e exportação.

Costa, Garcia e Brene (2015) realizaram um estudo para realizar uma retrospectiva acerca da evolução da cadeia produtiva de frango de corte no Brasil e no mundo e constataram que as variáveis de consumo, exportação e produção de carne de frango estão diretamente relacionados com o excelente desempenho dessa cadeia. Os resultados dos estudos demonstram que essas variáveis estão em crescimento expressivo desde a década de 1980, o que colocou essa atividade em destaque em relação as outras atividades desenvolvidas do país. Esses resultados indicam que a cadeia a produtiva de frango de corte se destaca desde muitas décadas passadas e se consolida atualmente nesse setor como uma das mais importante desse segmento.

MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO LIGADO A CADEIA DE FRANGO DE CORTE

Os dados referentes à empregabilidade e renda na cadeia de frango de corte é expressa na Tabela 1.

Tabela 1- Mercado de trabalho e média salarial na cadeia produtiva de frango de corte brasileira

Atividades	Quantidade de pessoas empregadas	Média salarial (R\$)
Abate de aves	252.240	1.851,41
Criação de frango de corte	31.695	1.602,42
Produção de pintos de um dia	17.624	2.184,23

Fonte: Rais e Caged (2021).

De acordo com dados da Rais e Caged (2021), expostos na Tabela 2 existe uma distribuição significativa de pessoas envolvidas no abate de aves em diferentes estados brasileiros. O Paraná se destaca como o estado com maior número de trabalhadores nesse

setor, totalizando 88.818 mil pessoas. Essa alta concentração está relacionada à forte presença da indústria avícola no estado, contribuindo para o abastecimento interno e para exportações. Santa Catarina e Rio Grande do Sul apresentam números expressivos, com 38.120 mil e 32.086 mil trabalhadores, respectivamente. São Paulo e Minas Gerais, embora não liderem em quantidade de trabalhadores no abate de aves, ainda contribuem significativamente, com 23.782 mil e 20.336 mil pessoas, respectivamente. Goiás, com 15.283 mil trabalhadores, também se destaca. A presença significativa de trabalhadores nesse setor em Goiás indica a expansão e consolidação da avicultura na região.

Tabela 2 - Estados brasileiros com maior número de pessoas empregadas no abate de aves

Estados	Quantidade de pessoas
Paraná	88.818
Rio Grande do Sul	38.120
Santa Catarina	32.086
São Paulo	23.782
Minas Gerais	20.336
Goiás	15.283

Fonte: Rais e Caged (2021).

Em relação a quantidade de pessoas que trabalham na criação de frango de corte, os dados fornecidos pela Rais e Caged (2021) e conforme são apresentados na Tabela 3, é possível identificar que São Paulo lidera com 5.139 mil trabalhadores nesse setor, logo em seguida aparece Minas Gerais com 2.458 mil e Pernambuco com 2.076 mil trabalhadores. Goiás aparece na quarta posição com 1.932 mil trabalhadores, e Bahia apresenta-se com um total de 1.816 mil pessoas com vínculo empregatício com essa atividade. Em conjunto esses dados mostram como a criação de frango de corte está presente em várias regiões brasileiras, indicando como diferentes esta-

dos participam ativamente dessa cadeia produtiva, gerando empregos e fortalecendo a economia regional.

Tabela 3 - Estados brasileiros com maior número de pessoas empregadas na criação de frango de corte

Estados	Quantidade de pessoas
São Paulo	5.139
Minas Gerais	2.458
Pernambuco	2.076
Goiás	1.932
Bahia	1.816

Fonte: Rais e Caged (2021).

No panorama referente a atividade de produção de pinto de um dia, o levantamento da Rais e Caged (2021) demonstra na Tabela 4 que o estado de São Paulo lidera no número de pessoas com vínculo empregatício, com um total de 5.221 mil pessoas. O estado de Paraná fica em segundo lugar, com 4.384 mil trabalhadores, logo após vem Minas Gerais com 2.519 mil pessoas, Rio Grande do Sul com 1.465 mil e Santa Catarina com 1.346 mil pessoas que desempenham essa atividade.

Tabela 4 - Estados brasileiros com maior quantidade de pessoas que trabalham na produção de pinto de um dia

Estados	Quantidade de pessoas
São Paulo	5.221
Paraná	4.384
Minas Gerais	2.519
Rio Grande do Sul	1.465
Santa Catarina	1.346

Fonte: Rais e Caged (2021).

No que se refere a renda, percebe-se de acordo com dados da Rais e Caged (2021), expostos na Tabela 5, o estado que oferece uma remuneração melhor para os trabalhadores que trabalham no abate de aves é Rio Grande do Sul, com um valor de R\$ 2.030,92. Santa Catarina aparece logo em seguida com uma renda de R\$ 1.979,91, São Paulo e Paraná aparecem também com um valor de R\$ 1.873,24 e R\$ 1.867,94, respectivamente.

Tabela 5 - Estados brasileiros com maior remuneração nas atividades referentes a abate de aves

Estados	Renda
Rio Grande do Sul	2.030,92
Santa Catarina	1.979,91
São Paulo	1.873,24
Paraná	1.867,94

Fonte: Rais e Caged (2021).

Em relação a renda dos criadores de frango de corte, identifica-se na Tabela 6 que Santa Catarina apresenta uma remuneração mais alta de R\$ 2.023,94 em comparação com outros estados. São Paulo e Rio Grande do Sul oferecem rendas no valor de R\$ 1.888,84 e R\$ 1.712,39, respectivamente.

Tabela 6 - Estados brasileiros com maior remuneração nas atividades referentes aos criadores de frango de corte

Estados	Renda
Santa Catarina	2.023,94
São Paulo	1.888,84
Rio Grande do Sul	1.712,39

Fonte: Rais e Caged (2021).

Já na atividade de criação de pinto de um dia, identifica-se na Tabela 7 que o estado com a melhor remuneração é Mato Grosso do

Sul com um valor de R\$ 2.838,31, seguido do estado de São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina com uma renda de R\$ 2.687,27, R\$ 2.418,93 e R\$ 2.196,93, respectivamente.

Tabela 7 - Estados brasileiros com maior remuneração nas atividades referentes a criação de pinto de um dia

Estados	Renda
Mato Grosso do Sul	2.838,31
São Paulo	2.687,27
Rio Grande do Sul	2.418,93
Santa Catarina	2.196,93

Fonte: Rais e Caged (2021).

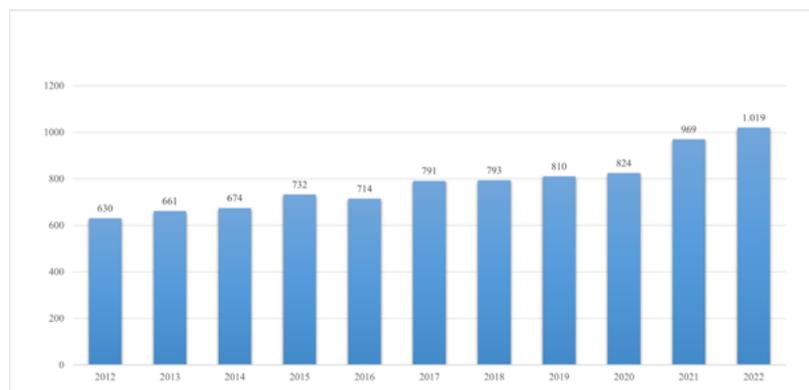
A análise dos dados de empregabilidade e renda na cadeia produtiva de frango de corte revela a contribuição dessa atividade para o mercado de trabalho brasileiro. Além de ser uma fonte crucial de trabalho, o setor oferece remunerações que variam conforme a complexidade e a natureza das atividades, evidenciando sua capacidade de agregar valor e proporcionar oportunidades empregatícias nas diversas regiões do país.

AVALIAÇÃO DA REPRESENTATIVIDADE DA PRODUÇÃO DE FRANGO GOIANO COMPARADO AO CENÁRIO NACIONAL

O estado de Goiás destaca-se como um importante polo na produção de frango, refletindo a capacidade de sua indústria avícola expandir e se consolidar ao longo dos anos. A Figura 4 apresenta os dados anuais de produção de carcaça de frango no estado de Goiás no período de 2012 a 2022. Ao analisar as variações anuais, observa-se um crescimento consistente ao longo dos períodos. Embora tenha ocorrido uma pequena queda em 2016, as produções subsequentes demonstram recuperação, atingindo um pico em 2022 com

1.019 mil toneladas produzidas, representado um expressivo aumento de cerca de 62% em relação a 2012. O crescimento em 2021 e 2022 sugere uma resposta positiva à demanda interna e externa, ressaltando a competitividade do estado no setor.

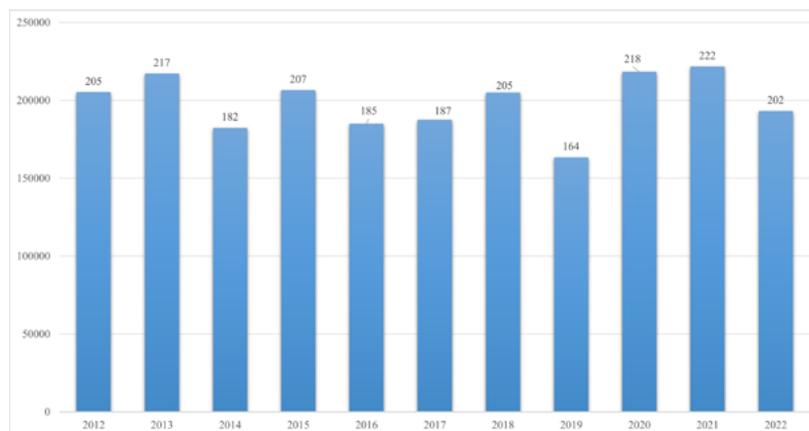
Figura 4 - Evolução da produção de carcaça de frango no estado de Goiás (mil ton.)



Fonte: IBGE (2023).

A Figura 5 apresenta os dados anuais de exportação de carne de frango pelo Estado de Goiás no período de 2012 a 2022. A análise das variações anuais revela uma oscilação nas quantidades exportadas. Entre 2012 e 2013, houve um aumento de aproximadamente 6%, indicando um ano promissor para as exportações goianas. No entanto, em 2014, ocorreu uma significativa redução de cerca de 16% em relação ao ano anterior. A partir de 2015, as exportações mostraram sinais de recuperação, atingindo um aumento expressivo em 2020 com 218 mil toneladas, representando um crescimento de cerca de 34% em relação a 2019.

Figura 5 - Evolução da exportação de carne de frango do Estado de Goiás (mil ton.)



Fonte: ABPA (2023).

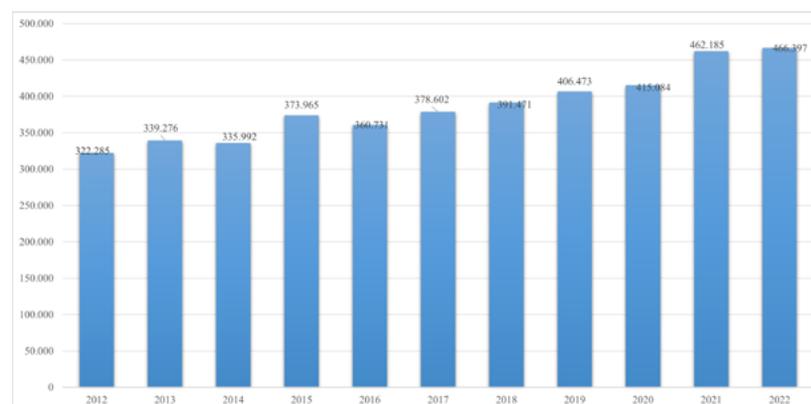
O ano de 2021 registrou um leve crescimento de aproximadamente 2% em comparação a 2020, atingindo 222 mil toneladas exportadas. Porém, em 2022, observa-se uma queda de cerca de 9% totalizando 202 mil toneladas exportadas. No período de 2012 a 2022 teve um declínio de cerca de 1,8%. Apesar das oscilações, os números destacam a participação do estado de Goiás no comércio internacional de carne de frango.

O estado do Paraná tem se destacado consistentemente como líder no ranking dos estados brasileiros que mais exportam carne de frango, seguido por Santa Catarina e Rio Grande Sul (ABPA, 2023).

Além da forte presença da região sul, a região Centro-Oeste também possui números expressivos no cenário das exportações de carne de frango. Entre os estados dessa região, Goiás se destaca como o principal exportador de carne de frango, ocupando a quarta posição no ranking nacional e contribuindo para o desenvolvimento das exportações do país. Sua participação nesse contexto é bastante significativa, sendo responsável de exportar no ano de 2022 cerca de 202 mil toneladas de carne de frango.

Ao analisar a variação percentual de 44,71% no número de abate de frango no estado de Goiás entre 2012 e 2022, observa-se que as variações expressivas apresentadas na Figura 6 refletem a dinâmica do setor no estado. Destacam-se os anos de 2015 e 2021 como períodos de maior variação positiva. Em 2015, houve um aumento de 11% em relação ao ano anterior, atingindo cerca 373.965 mil cabeças abatidas. Já em 2021, registrou um aumento também de 11% em relação ao ano anterior, alcançando 462.185 mil cabeças. Vale ressaltar que, embora tenha havido variações negativas em alguns anos, como 2016 e 2018, a tendência geral é de crescimento.

Figura 6 - Evolução do número de abate de frango no estado de Goiás (mil cabeças)



Fonte: IBGE (2023).

A Associação Brasileira de Frigoríficos (2022) calcula que em Goiás existem 8 frigoríficos de frangos como é evidenciado na Tabela 8.

Tabela 8 - Frigoríficos de Goiás com SIF

SIF	RAZÃO SOCIAL	MUNICÍPIO
2	Rio Branco Alimentos	Palmeiras de Goiás
1001	BRF S. A	Rio Verde
4011	BRF S. A	Jataí

1010	BRF S. A	Mineiros
3001	BRF S. A	Buriti Alegre
3404	São Salvador Alimentos S/A	Itaberáí
3694	São Salvador Alimentos S/A	Nova Veneza
3921	Nutriza Alimentos S/A	Pires do Rio

Fonte: ABRAFRIGO (2022).

Esses frigoríficos têm uma presença significativa tanto no mercado interno quanto no externo, ofertando seus produtos para diversas regiões do Brasil e do mundo e são detentores de marcas bastantes conhecidas como a Sadia, Perdigão e Qualy, pertencentes a Brf S.A, Super Frango, pertencente a São Salvador Alimentos S/A, Pif Paf pertencente a Rio Branco alimentos, e a Friato pertencente a Nutriza Alimentos S/A.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no objetivo estabelecido na pesquisa, conclui-se que o trabalho possibilitou uma compreensão mais ampla da importância e representatividade da cadeia produtiva de frango de corte tanto no contexto nacional quanto no estado de Goiás.

Em relação ao problema proposto, a análise dos dados permitiu identificar que os fatores de produção, exportação, geração de emprego e forma de estruturação da cadeia estão diretamente relacionados ao aumento do seu desempenho, ficando evidente a importância estratégica dessa atividade para a economia do país e o estado de Goiás.

Observa-se que tanto o Brasil quanto o estado de Goiás, possuem um padrão de crescimento consistente de produção e

exportação, sendo que mesmo com algumas oscilações durante alguns períodos, a cadeia ainda possui um potencial de expansão no mercado global. Além disso, é possível perceber que o aumento dessas variáveis contribui para a geração de empregos e a dinamização da economia.

A evolução tecnológica e organizacional dessa cadeia, que passou por transformações significativas ao longo das décadas, impulsiona sua eficiência, produtividade e competitividade. A integração vertical, os avanços genéticos, a melhoria dos processos de produção e o aumento da capacidade produtora e exportadora são alguns dos pontos chave que promovem o crescimento e a consolidação desse setor.

O Brasil e o estado de Goiás possuem um grande potencial na cadeia produtiva de frango de corte, sendo essencial um contínuo investimento, planejamento e a adoção de medidas adequadas para fortalecer e expandir a posição desses importantes atores no mercado de alimentos. Para isso, é importante ficar atento aos desafios e oportunidades que se apresentam, como a necessidade de políticas públicas que promovam o desenvolvimento do setor, a garantia de padrões sanitários e ambientais adequados e o estímulo à inovação e à agregação de valor aos produtos avícolas.

Apesar do amplo interesse e relevância da cadeia produtiva de frango de corte, é importante reconhecer algumas deficiências nas pesquisas relacionadas a esse tema. Uma delas é a falta de estudos abrangentes que considerem todos os aspectos da cadeia, desde a produção primária até a comercialização dos produtos finais. Muitas vezes, as pesquisas tendem a se concentrar em aspectos específicos, como tecnologia de produção, impactos ambientais ou mercado de exportação, deixando de lado uma visão integrada da cadeia como um todo. Além disso, há uma carência de dados atualizados e consistentes, especialmente em nível regional, dificultando uma análise precisa do setor. Outro ponto a ser considerado é a

escassez de pesquisas que abordem os desafios sociais e trabalhistas enfrentados pelos trabalhadores ao longo da cadeia produtiva, como condições de trabalho, segurança ocupacional e remuneração adequada. Portanto, é necessário um esforço conjunto para preencher essas lacunas de pesquisa, promovendo estudos mais amplos, colaborativos e atualizados que possam fornecer informações valiosas para o desenvolvimento da cadeia produtiva de frango de corte.

REFERÊNCIAS

ABPA. Associação Brasileira de Proteína Animal. 2022. **Associação Brasileira de Proteína Animal**. Disponível em: <https://abpa-br.org/wp-content/uploads/2023/01/abpa-relatorio-anual-2022.pdf>. Acessado em: 2 jan. 2024.

ABPA. Associação Brasileira de Proteína Animal. 2023. **Associação Brasileira de Proteína Animal**. Disponível em: <https://abpa-br.org/wp-content/uploads/2023/04/Relatorio-Anual-2023.pdf>. Acessado em: 22 dez. 2023.

ABRAFRIGO. **Relação das Empresas Frigoríficas no Brasil com Inspeção Federal**. 2022. Disponível em: www.abrafrigo.com.br/index.php/links-uteis/. Acessado em: 19 jan. 2024.

ARANDA, M.; COSTA, A.; GARCIA, R.; FAVARINI, C.; NÄÄS, I. Evolução da cadeia produtiva avícola: um comparativo de 2004 à 2013. **Enciclopédia Biosfera**, [s. l.], p. 1250–1263, 3 dez. 2015. DOI 10.18677/enciclopedia_biosfera_2015_156. Disponível em: <https://www.conhecer.org.br/enciclop/2015c/agrarias/evolucao%20da%20cadeia.pdf>. Acessado em: 24 dez. 2023.

BENDER, M.; SCHWERTNER, J.; CORONEL, D. Competitividade das exportações brasileiras de carne de frango: uma análise empírica. **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/09/exportacoes-carne-frango.html>.

CIELO, I.; JÚNIOR, W.; SANCHES-CANEVESI, F. Importância Socioeconômica da Integração Avícola para os Produtores da Mesorregião Oeste do Paraná. **Desenvolvimento em Questão**, [s. l.], vol. 17, no 49, p. 329–347, 17 out. 2019. DOI 10.21527/2237-6453.2019.49.329-347. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/8031/6185>. Acessado em: 31 dez. 2023.

COSTA, L.; GARCIA, L.; BRENE, P. Panorama do setor de frango de corte no Brasil e a participação da indústria avícola paranaense no complexo dado seu alto grau de competitividade. Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, **Anais...** [s. l.], 2015. Disponível em: <https://singep.org.br/4singep/resultado/209.pdf>. Acessado em: 25 dez. 2023.

FREITAS, T.; NETO, R.; SCALCO, P. **Cadeias Produtivas do Agronegócio de Goiás**. Núcleo de Ensino e Pesquisas em Educação Geográfica, [s. l.], 2014. .

GATTI, B. Estudos quantitativos em educação. **Educação e Pesquisa**, [s. l.], no 1, p. 11–30, 2004. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/ep/v30n01/v30n01a02.pdf>. Acessado em: 22 dez. 2023.

GIL, A. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://sgcd.fc.unesp.br/Home/helber-freitas/gil_como_elaborar_projetos_de_pesquisa_-anto.pdf. Acessado em: 22 dez. 2023.

IBGE. **Produção agropecuária. 2022**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: : <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/>. Acessado em: 17 dez. 2023.

JUNIOR, C.; PAULA, S.; ORMOND, J.; BRAGA, N. **A cadeia da carne de frango: tensões, desafios e oportunidades**. BNDES Setorial, [s. l.], 2007. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. 2021. Disponível em: <https://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php>. Acessado em: 6 dez. 2023.

NASCIMENTO, A.; FIGUEIREDO, A.; MIRANDA, P. **Dimensão do PIB do agronegócio na economia de Mato Grosso**. [s. l.], 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11159/4304>.

PEREIRA, E. E. da S. B.; BRITO, C. de F.; FERRAREZI JUNIOR, E.; CARACINI, L. G. Complexo da avicultura de corte. **Revista Interface Tecnológica**, [s. l.], vol. 20, no 1, p. 470–482, 21 out. 2023. DOI 10.31510/infav20i1.1594. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1594>.

QUEIROZ, A.; SILVA, D.; VIEIRA, E.; CAMPOS, F.; CARVALHO, C.; JESUS, C.; MEYRELLES FILHO, S.; QUEIROZ, S. As transformações na avicultura de corte e a análise da ect pela ótica da agroindústria no sistema de integração em Goiás. **Open Science Research**. [S. l.]: Editora Científica Digital, 2022. p. 2299–2315. <https://doi.org/10.37885/211207096>.

RODRIGUES, GARCIA, R.; NAAS, I.; ROSA, C.; CALDARELLI, C. Cadeia Produtiva do Frango de Corte de Mato Grosso do Sul. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [s. l.], vol. 17, p. 137-147, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/878/87838281011.pdf>. Acessado em: 30 dez. 2023.

RODRIGUES, W.; FRAINER, D.; EDUARDO, A. Cadeia produtiva de frango de corte: uma análise de desempenho a partir da matriz insumo-produto de Mato Grosso do Sul. **Geosul**, [s. l.], vol. 35, no 76, p. 428-452, 27 out. 2020. DOI 10.5007/2177-5230.2020v35n76p428. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/a820/59d023831c2e09bca9f19031808d7cbe2366.pdf>. Acessado em: 30 dez. 2023.

SCHMIDT, N.; SILVA, C. Pesquisa e desenvolvimento na cadeia produtiva de frangos de corte no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, [s. l.], vol. 56, no 3, p. 467-482, 1 jul. 2018. DOI 10.1590/1234-56781806-94790560307. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/8rxzVgDsW9sRW6bSCPt73hv/>. Acessado em: 23 dez. 2023.

VOILA, M.; TRICHES, D. A cadeia de carne de frango: uma análise dos mercados brasileiro e mundial de 2002 a 2012. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, [s. l.], vol. 21, no 44, 11 set. 2015. DOI 10.5335/rtee.v21i44.5357. Disponível em: <http://www.upf.br/seer/index.php/rtee/article/view/5357>.

ZANELLA, C.; LEITE, A.; FIATES, G.; CARIO, S. A verticalização da cadeia produtiva de frango da região de Chapecó-Sc. **Revista Alcance-Eletrônica**, 2013, vol. 20, p. 533-550, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4777/477748346008.pdf>. Acessado em: 23 dez. 2023.

5

*Felipe Alves de Sousa
Tânia Márcia de Freitas*

POLÍTICA MONETÁRIA:

**UMA ANÁLISE COMPARATIVA
DAS TAXAS DE JUROS NO BRASIL
NO PERÍODO DE 2010-2022**

INTRODUÇÃO

A política monetária é um dos principais instrumentos utilizados pelos bancos centrais para influenciar a atividade econômica e garantir a estabilidade de preços em uma economia. No Brasil, o Banco Central (BCB) tem a função de implementar políticas monetárias no sentido de controlar a inflação e promover o crescimento econômico sustentável. Desde a adoção do regime de metas de inflação em 1999, o BCB tem utilizado a taxa Selic como seu principal instrumento de política monetária. A Selic, sendo a taxa básica de juros da economia brasileira, atua diretamente na determinação dos custos de crédito e na atratividade das aplicações financeiras, afetando, assim, o comportamento de consumo e investimento dos agentes econômicos (Medeiros *et al.*, 2019; Balbino; Colla; Teles, 2011).

A literatura econômica destaca que o uso da taxa de juros como ferramenta de política monetária possui impactos significativos sobre diversas dimensões da economia. Segundo Garcia (2022), a manipulação da taxa Selic influencia diretamente os depósitos compulsórios e, por conseguinte, o volume de crédito disponível no sistema financeiro. Tal mecanismo é relevante para o entendimento da transmissão da política monetária, especialmente em períodos de flutuações econômicas e crises financeiras. Abrita *et al.* (2014) complementam que o crédito bancário é um dos principais canais de transmissão da política monetária, afetando o nível de atividade econômica através da disponibilidade e custo do financiamento.

Durante o período de 2010 a 2022, o Brasil enfrentou uma série de desafios econômicos, incluindo períodos de recessão, alta inflação e mudanças nos cenários políticos e econômicos globais. Essas condições complexas exigiram respostas adequadas da política monetária para estabilizar a economia e manter a inflação sob controle. Feijó, Araújo e Bresser-Pereira (2022) argumentam que a resposta do BCB às condições macroeconômicas adversas, como

a pandemia de COVID-19, exemplifica a flexibilidade necessária na condução da política monetária para enfrentar choques inesperados e garantir a estabilidade econômica.

O debate sobre as políticas monetárias no Brasil é frequentemente influenciado por fatores internos e externos, como a globalização e os fluxos de capitais internacionais. Baumann (2022) discute como os processos de globalização e desglobalização têm moldado as condições econômicas brasileiras, afetando a condução das políticas monetárias e a resposta dos mercados financeiros. A volatilidade dos mercados financeiros globais e a incerteza econômica gerada por eventos como a crise financeira de 2008 e a pandemia de 2020 destacam a importância de uma política monetária robusta e adaptável, capaz de responder rapidamente às mudanças nas condições econômicas (Marschner; Ceretta, 2021).

A análise da política monetária brasileira durante o período de 2010 a 2022 é essencial para entender como diferentes estratégias influenciaram a economia nacional, especialmente no contexto de um regime de metas de inflação. Leandro *et al.* (2021) ressaltam que a política monetária no Brasil, sob o regime de metas de inflação, tem desempenhado um papel fundamental na estabilização da economia, apesar dos desafios enfrentados ao longo dos anos. Este artigo se justifica pela necessidade de avaliar essas políticas, não apenas na manutenção da estabilidade de preços, mas também no incentivo ao crescimento econômico e na mitigação dos efeitos negativos de choques econômicos.

Portanto, este artigo tem como principal foco evidenciar e verificar como foi a condução da política monetária no Brasil entre 2010 e 2022 e mostrar os desafios que o Banco Central tem ao equilibrar o controle da inflação com o estímulo ao crescimento econômico, especialmente em momentos de crise. Especificamente, busca-se identificar as principais políticas adotadas, examinar seus efeitos sobre a inflação e as taxas de juros, avaliar os impactos dessas políticas no

crescimento econômico e no mercado de crédito e analisar a influência de fatores internos e externos na condução da política monetária durante o período em estudo.

Dessa forma, este artigo contribui para o entendimento das dinâmicas da política monetária no Brasil, destacando a importância de estratégias bem fundamentadas e adaptáveis para enfrentar os desafios econômicos contemporâneos. A análise das políticas monetárias no período compreendido entre 2010 e 2022 oferece dados que demonstram o quão fundamental é o papel desempenhado pelo Banco Central na economia brasileira em momentos de crises.

METODOLOGIA

A metodologia adotada neste capítulo foi desenvolvida para analisar a evolução das políticas monetárias no Brasil e suas implicações econômicas entre 2010 e 2022. Para alcançar os objetivos propostos, a pesquisa foi estruturada em três etapas principais: revisão bibliográfica, coleta de dados e análise de dados.

A primeira etapa consistiu em uma revisão abrangente da literatura sobre política monetária, especialmente focada no papel do Banco Central do Brasil (BCB) na condução da taxa Selic e na implementação de outras medidas monetárias durante o período de 2010 a 2022. A revisão incluiu artigos acadêmicos, relatórios de instituições financeiras, livros e documentos técnicos. As principais bases de dados utilizadas para a busca bibliográfica foram *Google Scholar* e *Scielo*.

Na segunda etapa, foi realizada a coleta de dados quantitativos sobre a taxa Selic e outros indicadores econômicos relevantes, como índices de inflação. Os dados foram obtidos de fontes secundárias, como o Banco Central do Brasil, o Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

Os dados coletados abrangem o período de 2010 a 2022, permitindo uma análise detalhada das variações da taxa Selic e suas correlações com outros indicadores econômicos ao longo do tempo. A escolha desse período se justifica pela relevância das mudanças econômicas e políticas ocorridas no Brasil e no mundo, que influenciaram diretamente as decisões de política monetária do BCB.

A terceira etapa envolveu a análise dos dados coletados para examinar a relação entre a taxa Selic e os principais indicadores econômicos, como inflação, PIB e nível de emprego. Essas análises permitiram avaliar como as políticas monetárias influenciaram a economia brasileira e os impactos das medidas adotadas pelo Banco Central em diferentes contextos econômicos.

Ao final, foi realizada uma análise qualitativa para interpretar os resultados à luz da literatura revisada, contextualizando as decisões do BCB no cenário econômico global e nacional. Esta análise buscou entender os fatores que influenciaram as mudanças na política monetária e como o BCB ajustou suas estratégias em resposta a diferentes desafios econômicos, como a crise econômica de 2015-2016 e a pandemia de COVID-19 em 2020.

DISCUSSÕES TEÓRICAS

A política monetária no Brasil tem evoluído significativamente desde a adoção do regime de metas de inflação em 1999, que estabeleceu uma base para o controle da inflação por meio da manipulação da taxa básica de juros, a Selic. Este regime foi implementado como uma resposta à instabilidade econômica dos anos 1990, marcada por episódios de hiperinflação e crises cambiais que

afetaram gravemente a economia brasileira. A partir de então, o Banco Central do Brasil (BCB) passou a utilizar a taxa Selic como seu principal instrumento de política monetária, ajustando-a para influenciar a inflação e promover a estabilidade econômica (Balbino; Colla; Teles, 2011).

A política monetária brasileira, antes de 2010, já estava fortemente centrada no uso da taxa Selic para estabilizar a economia em tempos de crise. Durante o início dos anos 2000, o Banco Central enfrentou diversos desafios, como a crise argentina de 2001, que ameaçou a estabilidade econômica da região, e a crise financeira global de 2008, que trouxe uma forte retração econômica global. A resposta do Banco Central a esses eventos foi marcada por uma política monetária mais agressiva, com aumentos significativos nas taxas de juros para conter a inflação e estabilizar a moeda nacional em meio a um ambiente de incertezas (Garcia, 2022, p. 275).

No período de 2010 a 2022, o Brasil passou por vários momentos de mudança na taxa Selic. Inicialmente, a economia brasileira apresentou sinais de recuperação após a crise de 2008, impulsionada por políticas de estímulo fiscal e monetário. O início dessa década foi marcado por um crescimento econômico robusto, impulsionado pela alta demanda por commodities brasileiras no mercado internacional e por políticas de estímulo internas (Marschner; Ceretta, 2021). A partir de 2013, o país começou a enfrentar novos desafios econômicos, incluindo uma inflação crescente, desaceleração econômica e aumento da dívida pública, que exigiram ajustes na política monetária para estabilizar a economia (Barboza, 2015).

Durante a crise econômica de 2015-2016, o Brasil enfrentou uma combinação de inflação alta e recessão econômica, um fenômeno conhecido como estagflação. Este cenário foi impulsionado por uma série de fatores, incluindo a queda dos preços das commodities, a crise política doméstica e um ambiente externo desfavorável. Para combater a inflação, que havia ultrapassado o teto da meta

estabelecida pelo BCB, a autoridade monetária aumentou a taxa Selic para 14,25% em 2016, a fim de conter a inflação e restaurar a credibilidade da política monetária (Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022).

De acordo com Barboza (2015, p. 140), esta decisão, embora necessária para conter a inflação galopante, “teve o efeito colateral de desacelerar o crescimento econômico, demonstrando o delicado equilíbrio que a autoridade monetária precisa manter entre estabilizar preços e promover o crescimento econômico”.

Outro desafio significativo enfrentado pelo Brasil durante este período foi a pandemia de COVID-19 em 2020, que teve um impacto devastador na economia global. A pandemia levou a uma contração econômica sem precedentes, exigindo uma resposta rápida e precisa da política monetária. Em resposta, o BCB reduziu a taxa Selic para 2,00%, o menor nível da história, como uma medida de estímulo para apoiar a economia e garantir a liquidez no sistema financeiro (Banco Central do Brasil, 2024).

Esta medida extraordinária visou reduzir os custos de financiamento, estimular o consumo e o investimento, e evitar um colapso econômico mais profundo. A decisão refletiu uma abordagem expansionista para enfrentar a recessão causada pela pandemia, demonstrando a capacidade do Banco Central de adaptar suas políticas às condições econômicas em rápida mudança (Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022, p. 156).

Além dos desafios econômicos, o Brasil também enfrentou instabilidade política significativa durante este período, o que complicou ainda mais a condução da política monetária. A crise política que culminou no impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2016, por exemplo, gerou incerteza econômica e afetou a confiança dos investidores. Essas condições políticas voláteis contribuíram para uma percepção de risco mais elevada, exigindo uma política monetária mais prudente e conservadora por parte do BCB para manter a estabilidade macroeconômica (Baumann, 2022).

A utilização da taxa Selic como principal instrumento de política monetária refletiu a abordagem do Banco Central para navegar por esses desafios complexos, ajustando a política conforme necessário para responder a choques econômicos internos e externos (Leandro *et al.*, 2021). O uso desta taxa e o compromisso com o regime de metas de inflação ajudaram a ancorar as expectativas de inflação e a promover a estabilidade econômica, apesar dos desafios significativos enfrentados ao longo do período (Balbino; Colla; Teles, 2011).

O Banco Central utiliza um conjunto de ações na política monetária para influenciar na economia por meio do controle da oferta de moeda e das taxas de juros. Esses instrumentos incluem, principalmente, a taxa Selic, operações de mercado aberto, depósitos compulsórios e políticas de comunicação. Cada um desses instrumentos é relevante na condução da política monetária, afetando diferentes aspectos da economia de maneira direta ou indireta (Garcia, 2022).

A taxa Selic, ou taxa básica de juros, é o principal instrumento de política monetária utilizado pelo Banco Central do Brasil. Ela serve como a taxa de referência para as operações de empréstimo de curto prazo no mercado interbancário e influencia diretamente todas as outras taxas de juros na economia, incluindo as taxas de empréstimos bancários, financiamentos e aplicações financeiras.

A Selic é ajustada pelo Comitê de Política Monetária (Copom) em suas reuniões regulares, com base em uma análise abrangente das condições econômicas, incluindo inflação, crescimento econômico, desemprego e fatores externos (Balbino; Colla; Teles, 2011). Durante o período de 2010 a 2022, o BCB ajustou a taxa Selic várias vezes, refletindo a necessidade de adaptar a política monetária às condições econômicas prevaletentes (Garcia, 2022).

A manipulação da taxa Selic é uma das ferramentas para controlar a inflação. Quando a inflação está acima da meta, o BCB tende a aumentar a Selic para encarecer o crédito, reduzir o consumo e investimento e, assim, conter a inflação. Inversamente, quando a inflação está abaixo da meta ou quando a economia precisa de estímulo, o BCB pode reduzir a Selic para tornar o crédito mais barato e estimular a atividade econômica (Nunes; Holland; Silva, 2011).

Durante o período de 2010 a 2022, o Banco Central do Brasil ajustou a taxa Selic diversas vezes em resposta às mudanças nas condições econômicas e nas expectativas de inflação. Por exemplo, em 2016, a Selic foi elevada para 14,25% em resposta a uma inflação elevada e uma economia estagnada, refletindo uma política monetária mais rígida para combater o aumento dos preços (Barboza, 2015). Em contraste, em 2020, durante a pandemia de COVID-19, o Banco Central reduziu a Selic para 2,00%, uma medida extraordinária para estimular a economia em meio a uma crise econômica global (Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022).

Além da taxa Selic, o Banco Central do Brasil também utiliza outros instrumentos para conduzir a política monetária e alcançar seus objetivos econômicos. Entre esses instrumentos, destacam-se as operações de mercado aberto, os depósitos compulsórios e a política de comunicação.

As operações de mercado aberto envolvem a compra e venda de títulos públicos pelo Banco Central para regular a liquidez no sistema financeiro. Quando o Banco Central deseja aumentar a oferta de moeda, ele compra títulos, injetando dinheiro no sistema. Quando deseja reduzir a oferta de moeda, ele vende títulos, retirando dinheiro do sistema. Essas operações são fundamentais para manter a taxa Selic próxima da meta estabelecida pelo Copom e garantir a estabilidade dos mercados financeiros (Garcia, 2022).

Os depósitos compulsórios são outra ferramenta importante de política monetária. Eles representam uma parcela dos depósitos que os bancos comerciais são obrigados a manter no Banco Central. Ao alterar a taxa de depósito compulsório, o Banco Central pode influenciar diretamente a quantidade de crédito disponível na economia. Um aumento na taxa de compulsório reduz a quantidade de dinheiro que os bancos podem emprestar, ajudando a controlar a inflação. Em contrapartida, uma redução na taxa de compulsório aumenta a liquidez no sistema bancário, estimulando o crédito e o crescimento econômico (Abrita *et al.*, 2014).

A política de comunicação do Banco Central, frequentemente chamada de “guidance”, também é um instrumento importante de política monetária. Ao fornecer informações claras sobre suas expectativas econômicas e futuras ações de política monetária, o Banco Central pode influenciar as expectativas dos agentes econômicos e, assim, orientar o comportamento dos mercados financeiros e das decisões de consumo e investimento. Essa comunicação transparente é fundamental para ancorar as expectativas de inflação e aumentar a aplicabilidade da política monetária (Marschner; Ceretta, 2021).

Os mecanismos de transmissão da política monetária referem-se aos canais através dos quais as decisões de política monetária afetam a economia real. No Brasil, a transmissão da política monetária ocorre principalmente por meio dos canais de crédito, taxa de câmbio, preços de ativos e expectativas (Soares *et al.*, 2021).

O canal de crédito é um dos mais importantes no contexto brasileiro. Quando o Banco Central aumenta a taxa Selic, os custos dos empréstimos sobem, reduzindo a demanda por crédito. Dessa forma, diminui o consumo e o investimento, reduzindo a atividade econômica e, eventualmente, a inflação. Em contraste, uma redução na Selic torna os empréstimos mais baratos, estimulando o crédito, o consumo e o investimento, o que pode levar a um aumento na atividade econômica e na inflação (Abrita *et al.*, 2014).

O canal da taxa de câmbio também desempenha um papel significativo na transmissão da política monetária no Brasil. Alterações na taxa Selic podem afetar a taxa de câmbio ao influenciar o fluxo de capital estrangeiro. Um aumento na Selic pode atrair mais investimentos estrangeiros, valorizando a moeda local e reduzindo os preços dos bens importados, o que ajuda a conter a inflação. Por outro lado, uma redução na Selic pode resultar na saída de capital estrangeiro, desvalorizando a moeda e aumentando a inflação importada (Palma, 2017).

Os preços de ativos e as expectativas são outros canais importantes. A política monetária pode influenciar os preços de ativos, como ações e imóveis, afetando a riqueza das famílias e, conseqüentemente, o consumo. As expectativas sobre a inflação futura, influenciadas pela credibilidade do Banco Central e pela comunicação de suas políticas, são fundamentais para a aplicabilidade da política monetária. Expectativas bem ancoradas ajudam a estabilizar a inflação e a promover um crescimento econômico sustentável (Mendonça, 2020).

Entre 2010 e 2016, o Brasil enfrentou um período de inflação elevada, principalmente devido a choques de oferta e desequilíbrios fiscais. Durante esse período, o BCB adotou uma postura monetária restritiva, aumentando a taxa Selic para até 14,25% em 2016, com o objetivo de conter a inflação e restaurar a credibilidade da política monetária (Barboza, 2015). Essa política de aumento de juros foi importante para reduzir a inflação de dois dígitos, mas também teve o efeito colateral de desacelerar o crescimento econômico, aumentando o custo do crédito e reduzindo a demanda agregada.

No entanto, a partir de 2017, o cenário inflacionário começou a melhorar, com a inflação caindo para níveis mais próximos da meta estabelecida pelo BCB. Em resposta a esta mudança, o Banco Central adotou uma política monetária mais expansionista, reduzindo a taxa Selic para 6,50% em 2018 e, posteriormente, para

2,00% em 2020, em resposta à crise econômica provocada pela pandemia de COVID-19 (Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022). Essas reduções na taxa Selic ajudaram a estimular a economia durante um período de recessão profunda, facilitando o crédito e incentivando o consumo e o investimento.

Além de influenciar as taxas de juros e a inflação, as políticas monetárias do Banco Central também tiveram um impacto significativo no crescimento econômico e no mercado de crédito no Brasil. Durante períodos de alta inflação e taxas de juros elevadas, o custo do crédito aumenta, o que pode restringir o acesso ao financiamento e reduzir o investimento empresarial. Nesse sentido, pode levar a uma desaceleração do crescimento econômico e a um aumento do desemprego (Garcia, 2022).

Por outro lado, quando o Banco Central adota uma política monetária mais expansionista e reduz a taxa Selic, o custo do crédito diminui, facilitando o acesso ao financiamento e estimulando o investimento. Durante a pandemia de COVID-19, por exemplo, a redução da taxa Selic para 2,00% foi uma medida importante para evitar um colapso econômico completo, proporcionando liquidez ao sistema financeiro e incentivando o crédito e o consumo em um momento de grande incerteza econômica (Marschner; Ceretta, 2021).

A aplicabilidade dessas políticas depende de vários fatores, incluindo a saúde financeira do sistema bancário, as condições do mercado de trabalho e a confiança dos consumidores e investidores. Em períodos de crise, como a recessão de 2015/2016 e a pandemia de 2020, a política monetária expansionista pode ser limitada em sua capacidade de estimular o crescimento econômico se outros fatores, como a incerteza política e os choques externos, também estiverem afetando negativamente a economia (Barboza, 2015; Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022).

Os fatores internos, como a inflação, o desemprego, o crescimento econômico e a política fiscal, desempenham um papel fundamental na formulação da política monetária do Banco Central. A inflação, em particular, é um dos principais determinantes das decisões de política monetária, com o BCB ajustando a taxa Selic para manter a inflação dentro da meta estabelecida pelo regime de metas de inflação (Mendonça, 2020).

A política fiscal do governo, que envolve gastos públicos e arrecadação de impostos, também pode influenciar a política monetária. Em períodos de expansão fiscal, com aumento dos gastos públicos, o Banco Central pode adotar uma política monetária mais restritiva para evitar que a demanda agregada cresça além da capacidade produtiva da economia, gerando pressões inflacionárias. Inversamente, em períodos de austeridade fiscal, o Banco Central pode adotar uma política monetária mais expansionista para compensar os efeitos contracionistas das políticas fiscais (Leandro *et al.*, 2021).

Durante o período de 2010 a 2022, a condução da política monetária pelo Banco Central foi fortemente influenciada por esses fatores internos. Por exemplo, durante a crise econômica de 2015-2016, a combinação de inflação alta e crescimento econômico negativo, conhecida como estagflação, apresentou um desafio significativo para a política monetária, exigindo um equilíbrio delicado entre a necessidade de controlar a inflação e estimular o crescimento econômico (Barboza, 2015).

Os fatores externos, incluindo a globalização, os fluxos de capital internacional e as políticas monetárias de outras grandes economias, também têm uma influência significativa na política monetária do Brasil. A globalização econômica aumentou a interdependência entre as economias nacionais, tornando as condições econômicas globais um fator para a formulação de políticas monetárias domésticas (Baumann, 2022).

Os fluxos de capital internacional, em particular, podem afetar a taxa de câmbio e a estabilidade financeira de um país. Quando o Banco Central de um país, como os Estados Unidos, altera sua política monetária, isso pode desencadear movimentos de capital em direção a ou para longe de economias emergentes como o Brasil. Por exemplo, o *"taper tantrum"* de 2013, quando o Federal Reserve dos EUA sinalizou a intenção de reduzir suas compras de ativos, levou a uma saída de capital dos mercados emergentes e a uma depreciação da moeda brasileira, pressionando o Banco Central a ajustar sua política monetária para estabilizar a economia (Mendonça, 2020).

As políticas monetárias de outras grandes economias também podem afetar a política monetária do Brasil por meio de seus impactos sobre os preços das commodities e as condições de comércio global. Por exemplo, mudanças nas taxas de juros globais podem afetar os preços das commodities, que são uma importante fonte de receita para o Brasil. Assim, o Banco Central precisa considerar esses fatores externos ao formular sua política monetária, para garantir a estabilidade macroeconômica e proteger a economia de choques externos adversos (Palma, 2017).

A análise empírica da política monetária brasileira pode ser complementada com uma análise comparativa das taxas de juros Selic, conforme apresentado na Tabela 1. A tabela mostra a evolução da taxa Selic média de 2010 a 2022, evidenciando as mudanças nas políticas monetárias e suas possíveis causas e efeitos.

Tabela 1 - Comparativo da taxa Selic versus a inflação efetiva (2010-2022)

Ano	Meta (%)	Inflação efetiva (Variação do IPCA, %)	Taxa Selic Média (%)
2022	3,5	5,79	11,75
2021	3,75	10,06	9,25
2020	4,00	4,52	2,00
2019	4,25	4,31	5,90

Ano	Meta (%)	Inflação efetiva (Variação do IPCA, %)	Taxa Selic Média (%)
2018	4,5	3,75	6.50
2017	4,5	2,95	7.00
2016	4,5	6,29	14.25
2015	4,5	10,67	13.25
2014	4,5	6,41	10.00
2013	4,5	5,91	9.00
2012	4,5	5,84	12.50
2011	4,5	6,5	11.75
2010	4,5	5,91	9.75

Fonte: Elaborado pelo autor baseado nos dados do Banco Central do Brasil (2024).

A análise dos dados mostra que, entre 2010 e 2012, a taxa Selic aumentou consistentemente, refletindo uma postura monetária mais restritiva em resposta às pressões inflacionárias. Em 2011, a taxa Selic média chegou a 11,75%, um aumento significativo que visava a combater a inflação decorrente de um cenário econômico internacional adverso e de políticas fiscais expansionistas (Banco Central do Brasil, 2024).

A partir de 2013, houve uma tentativa de flexibilização da política monetária, com a taxa Selic caindo para 9,00%. No entanto, devido à persistência da inflação e à deterioração das condições econômicas, a taxa voltou a subir em 2014, atingindo 10,00%. Este ciclo de aumento continuou até 2016, quando a taxa Selic alcançou 14,25%, refletindo o esforço do Banco Central em conter uma inflação que superou a meta estipulada (Barboza, 2015).

A partir de 2017, a taxa Selic iniciou um movimento de queda, acompanhando a melhora nas expectativas inflacionárias e a recuperação gradual da economia. Em 2020, como resposta à crise gerada pela pandemia de COVID-19, o Banco Central reduziu a taxa Selic

para 2,00%, a fim de estimular a economia por meio de condições de crédito mais favoráveis (Feijó; Araújo; Bresser-Pereira, 2022).

Em 2021 e 2022, a taxa Selic voltou a subir, atingindo 9,25% e 11,75%, respectivamente, como resposta ao aumento das pressões inflacionárias e à necessidade de normalizar a política monetária após o período de estímulo extremo. Esta decisão reflete uma abordagem preventiva do Banco Central para evitar que a inflação ficasse fora de controle, demonstrando uma política monetária mais conservadora em face de uma economia global incerta e de tensões inflacionárias internas (Marschner; Ceretta, 2021).

Essa análise comparativa ilustra como a política monetária do Brasil, centrada na taxa Selic, foi ajustada de acordo com as condições econômicas internas e externas, visando alcançar um equilíbrio entre controlar a inflação e promover o crescimento econômico. Ao longo do período, o Banco Central demonstrou flexibilidade na utilização de seu principal instrumento de política monetária para responder a desafios econômicos diversos, desde crises internas até choques externos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo, foi analisada a evolução da política monetária no Brasil entre 2010 e 2022, destacando o papel do Banco Central do Brasil (BCB) na utilização da taxa Selic e outros instrumentos para alcançar a estabilidade econômica e controlar a inflação. O período analisado foi marcado por desafios significativos, incluindo crises econômicas internas, como a recessão de 2015-2016, e eventos externos, como a pandemia de COVID-19 em 2020. Em cada um desses momentos, o Banco Central demonstrou flexibilidade e adaptabilidade ao ajustar suas políticas para mitigar os impactos negativos sobre a economia.

As políticas monetárias implementadas durante esses anos evidenciam a importância de um regime de metas de inflação bem-estruturado, que permite ao BCB utilizar a taxa Selic de forma direta para ancorar expectativas e promover a estabilidade de preços. Ao mesmo tempo, essas políticas também revelam os desafios de equilibrar o controle inflacionário com a necessidade de estimular o crescimento econômico, especialmente em um contexto de alta volatilidade e incertezas, tanto no cenário doméstico quanto internacional.

A análise das ações do Banco Central durante este período mostra que, embora a política monetária tenha se mostrado apta em conter a inflação em vários momentos, também teve efeitos colaterais sobre o crescimento econômico e o mercado de crédito. Em particular, as políticas mais restritivas adotadas em resposta a pressões inflacionárias resultaram em um aumento nos custos de crédito, o que limitou o investimento e o consumo, retardando a recuperação econômica. Por outro lado, as políticas expansionistas adotadas durante a pandemia de COVID-19 demonstram a capacidade do Banco Central de responder rapidamente a choques econômicos adversos, utilizando reduções na taxa Selic para apoiar a economia em tempos de crise.

A análise também evidencia a complexidade da condução da política monetária em um contexto de globalização e interdependência econômica. Fatores externos, como a volatilidade nos mercados financeiros internacionais e as políticas monetárias de grandes economias, exerceram uma influência significativa sobre a política monetária brasileira, exigindo uma abordagem dinâmica e cuidadosa por parte do BCB.

Com base nas lições aprendidas durante o período de 2010 a 2022, fica claro que a política monetária no Brasil deve continuar a evoluir para enfrentar novos desafios e mudanças nas condições econômicas globais e domésticas. A capacidade do Banco Central de utilizar uma gama de instrumentos de política monetária, além da

taxa Selic, será fundamental para garantir a estabilidade macroeconômica e promover um crescimento econômico sustentável no futuro.

O estudo das políticas monetárias brasileiras entre 2010 e 2022 destaca a importância de uma condução prudente e adaptável da política monetária, capaz de responder a uma série de desafios econômicos. A experiência desse período oferece dados importantes para futuros formuladores de políticas, sublinhando a necessidade de um equilíbrio cuidadoso entre estabilidade de preços e crescimento econômico, bem como a importância de estar preparado para lidar com choques externos e internos.

REFERÊNCIAS

- ABRITA, Mateus Boldrine *et al.* O crédito como mecanismo de transmissão da política monetária: aspectos teóricos e evidências empíricas para o Brasil. **Nova Economia**, v. 24, p. 225-242, 2014.
- BALBINO, Christian Eduardo; COLLA, Ernesto; TELES, Vladimir Kuhl. A política monetária brasileira sob o regime de metas de inflação. **Revista Brasileira de Economia**, v. 65, p. 113-126, 2011.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Histórico das taxas de juros**. 2024. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/historicotaxasjuros>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- BARBOZA, Ricardo de Menezes. Taxa de juros e mecanismos de transmissão da política monetária no Brasil. **Revista de Economia Política**, v. 35, n. 1, p. 133-155, 2015.
- BAUMANN, Renato. Globalização, desglobalização e o Brasil. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 42, p. 592-618, 2022.
- FEIJÓ, Carmem; ARAÚJO, Eliane Cristina; BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Política monetária no Brasil em tempos de pandemia. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 42, n. 1, p. 150-171, 2022.
- GARCIA, Márcio GP. Política monetária, depósitos compulsórios e inflação. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 15, p. 270-283, 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)**. 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html>. Acesso em: 21 jun. 2024.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Carta de Conjuntura**. 2018. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2018/09/>. Acesso em: 21 jun. 2024.

LEANDRO, Djanira *et al.* Política monetária e taxa básica de juros no Brasil: Uma análise do papel das taxas de juros em um regime de metas de inflação. **Revista de Estudos Sociais**, v. 23, n. 47, p. 126-146, 2021.

MARSCHNER, Paulo Fernando; CERETTA, Paulo Sergio. Sentimento do investidor, incerteza econômica e política monetária no Brasil. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 32, p. 528-540, 2021.

MEDEIROS, Ana Luiza; BARBOSA, Joseane Alves; LOPES, Neydiane Pereira. O efeito da taxa SELIC nas taxas de juros bancários do Brasil entre o período de 2011 a 2019. **Revista da FAESF**, v. 3, n. 3, 2019.

MENDONÇA, Helder Ferreira de. A teoria da credibilidade da política monetária. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 22, p. 429-448, 2020.

MORI, Rogério. Limites da política monetária. **AgroANALYSIS**, v. 40, n. 10, p. 1111, 2020.

NUNES, Clemens VA; HOLLAND, Márcio; SILVA, CG da. Sinalização de política monetária e movimentos na estrutura a termo da taxa de juros no Brasil. **Revista Economia**, v. 12, n. 1, p. 71-90, 2011.

PALMA, Andreza Aparecida. Política monetária e taxa de câmbio em uma pequena economia aberta: uma análise empírica para o Brasil. **Nova Economia**, v. 27, p. 119-155, 2017.

SOARES, Luan Wallacy Vieira; FIRME, Vinícius de Azevedo Couto; JÚNIOR, Luiz Antônio. O impacto da política monetária no mercado de ações brasileiro. **Brazilian Review of Finance**, v. 19, n. 1, p. 70-96, 2021.

6

*Luana Carmo de Sousa
Rúbia Cristina Arantes Marques*

ANÁLISE E COMPARAÇÃO:

**FRANQUIAS DE ALIMENTAÇÃO
COM FOCO EM BOLOS**

INTRODUÇÃO

O mercado de franquias no Brasil, especialmente no setor de alimentos e bebidas, tem mostrado um crescimento sólido, sendo um dos segmentos mais dinâmicos e resilientes da economia. Destaca-se por sua capacidade de adaptação às mudanças no comportamento do consumidor e por possuir um modelo de negócios testado, o que reduz o risco para investidores e empreendedores (ABF, 2023).

Segundo a ABF (2023), o mercado de franquias no Brasil registrou um crescimento constante nos últimos anos, mesmo em períodos de instabilidade econômica. A resiliência do setor está ligada a fatores como a força das marcas, o suporte oferecido aos franqueados e a demanda contínua por produtos e serviços, especialmente no setor alimentício. Dentro desse contexto, o segmento de bolos e confeitarias se destaca por atender tanto ao consumo cotidiano quanto a ocasiões especiais, com um apelo universal e uma demanda relativamente estável.

Para Farias (2022) o segmento de confeitaria, com ênfase no mercado de bolos, apresenta-se como uma oportunidade promissora para investidores e empreendedores, impulsionado por múltiplos fatores estruturais e comportamentais. Inicialmente, destaca-se a demanda contínua e consolidada, uma vez que bolos e doces são elementos tradicionalmente inseridos na cultura brasileira, consumidos em ocasiões diversas, como aniversários, celebrações familiares e eventos corporativos. Esse aspecto não apenas assegura um fluxo de consumo perene, mas também fomenta a diversificação da oferta, permitindo a adaptação dos produtos às necessidades e preferências do público.

Conforme Silva e Lima (2022) além da demanda recorrente, verifica-se uma tendência crescente de valorização da personalização e da qualidade na gastronomia, com consumidores cada vez

mais exigentes na escolha de produtos diferenciados. Entre as principais preferências do público contemporâneo, destacam-se bolos com design exclusivo, a utilização de ingredientes orgânicos ou sem glúten e a oferta de versões gourmet, direcionadas a nichos específicos do mercado. Esse fenômeno reflete uma mudança no comportamento do consumidor, que passa a priorizar não apenas o produto em si, mas também a experiência gastronômica proporcionada.

Paralelamente, observa-se a relevância do fator conveniência, elemento determinante no contexto da vida urbana moderna. O dinamismo das rotinas cotidianas tem levado os consumidores a buscarem soluções ágeis e acessíveis, optando por adquirir produtos de confeitaria em lojas especializadas ou por meio de serviços de entrega. Nesse sentido, franquias estrategicamente localizadas em centros comerciais, shoppings e regiões de alto fluxo beneficiam-se dessa realidade, consolidando-se como opções viáveis e competitivas dentro do setor (Cordeiro, 2020).

Diante desse cenário, a implementação de uma franquia de bolos bem-sucedida exige um planejamento criterioso respaldado por um diagnóstico mercadológico detalhado. A análise do mercado consumidor, a identificação do público-alvo e o mapeamento das estratégias da concorrência constituem aspectos fundamentais para embasar a tomada de decisão. A compreensão dos hábitos de consumo e das expectativas dos clientes permite definir com maior precisão o posicionamento da marca, a gama de produtos oferecidos e os diferenciais competitivos a serem explorados (Cordeiro, 2020).

Ademais, Farias (2022) a diferenciação estratégica é um dos fatores determinantes para o êxito no setor, uma vez que a concorrência exige inovação e aprimoramento contínuos. Nesse sentido, elementos como a qualidade dos ingredientes, a possibilidade de personalização dos produtos, um atendimento excepcional e uma abordagem mercadológica eficiente são diferenciais que favorecem a fidelização da clientela e a consolidação da marca. Dessa

forma, a inserção e a competitividade no segmento de franquias de confeitaria dependem, essencialmente, de um modelo de negócio estruturado, capaz de articular planejamento financeiro, análise mercadológica e estratégias de diferenciação para garantir sua sustentabilidade e crescimento.

A estrutura de investimento deve ser detalhada, cobrindo os custos iniciais, como taxa de franquia, instalação e capital de giro, além dos custos operacionais contínuos, como matéria-prima, marketing e pessoal. Um plano financeiro robusto precisa considerar o tempo de retorno do investimento e as margens de lucro esperadas (Gouveia, 2023).

Neste cenário, surge a seguinte questão que norteia este estudo: Quais as principais diferenças e semelhanças entre as franquias de bolos analisadas no que se refere à estrutura de negócios, posicionamento de mercado e atratividade para investidores? Diante desse contexto, o objetivo geral deste estudo é analisar comparativamente três franquias de alimentação com foco em bolos (Amor em Pedacos, Vó Alzira e Bolos do Cerrado) para avaliar seus modelos de negócio, desempenho financeiro, estratégias de marketing e impacto para investidores.

Especificamente, busca-se realizar uma análise financeira detalhada, considerar investimento inicial, faturamento médio e tempo de retorno do investimento, aplicar a matriz SWOT para identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, além de examinar as estratégias de marketing adotadas para atração e fidelização de clientes. Para alcançar esses objetivos, adota-se uma pesquisa descritiva e exploratória, fundamentada na análise de dados secundários obtidos de fontes institucionais e acadêmicas, como a ABF e materiais das próprias franquias, conforme detalhado na seção de metodologia.

A proposta abrange a identificação e análise do mercado-alvo, a definição dos diferenciais competitivos da franquia, a estrutura de investimentos e o retorno esperado, bem como estratégias de marketing e operação. Com uma abordagem focada em qualidade, inovação e satisfação do cliente, o plano visa assegurar que a franquia não apenas entre no mercado com um impacto positivo, mas também se estabeleça como uma referência no setor de bolos (Ferreira, 2024).

REFERENCIAL TEÓRICO

CONCEITO DE FRANQUIA

O conceito de franquia refere-se a um modelo de negócios em que um franqueador concede a um franqueado o direito de operar uma unidade sob a marca e os padrões estabelecidos pelo franqueador. Esse sistema permite a replicação de um modelo de sucesso em diversas localidades, garantindo consistência na oferta de produtos e serviços. De acordo com Oliveira (2022), a franquia é caracterizada pela combinação de controle centralizado e autonomia local, possibilitando ao franqueador a manutenção da integridade da marca, enquanto o franqueado administra as operações diárias.

A estrutura de uma franquia inclui um contrato que define os direitos e deveres de ambas as partes. O franqueador fornece suporte contínuo, treinamento e um modelo de negócios comprovado, enquanto o franqueado se responsabiliza pela execução das operações conforme os padrões estabelecidos. Esse modelo é eficaz porque combina a inovação e a flexibilidade do franqueado com a experiência e a padronização oferecidas pelo franqueador (Silva; Costa, 2021).

Historicamente, o sistema de franquias começou a ganhar destaque no século XX, inicialmente com empresas como a Singer Sewing Machine Company, que utilizou a franchising para expandir suas operações, conforme Oliveira (2022). Na década de 1950, as franquias se popularizaram com cadeias como McDonald's e KFC, que estabeleceram um modelo de negócios replicável e padronizado. Recentemente, o setor de franquias tem se diversificado, abrangendo uma ampla gama de segmentos, incluindo o de confeitaria. As franquias de bolos, em particular, têm se expandido rapidamente como resposta à demanda por produtos de confeitaria personalizados e de alta qualidade, aproveitando a base sólida de um modelo de negócios comprovado, enquanto exploram as preferências locais (Silva; Costa, 2021).

FRANQUIAS NO BRASIL

O mercado de franquias no Brasil tem se destacado como uma das principais estratégias de expansão empresarial, apresentando um crescimento consistente e demonstrando capacidade de adaptação a diferentes cenários econômicos. Esse modelo de negócio atrai muitos empreendedores devido ao menor risco, pois oferece um formato já testado, com suporte contínuo do franqueador. De acordo com o Sebrae (2024), o setor de franquias no país tem mantido um desempenho positivo, mesmo durante períodos de instabilidade econômica, como crises financeiras e a pandemia de COVID-19.

Entre os segmentos mais relevantes, o de alimentação se destaca por sua dinâmica e resiliência, sendo responsável por uma parte significativa do mercado de franquias no Brasil. Esse setor é impulsionado pela demanda constante por alimentos, além da confiança dos consumidores em marcas já estabelecidas, que atendem a públicos de diferentes idades e perfis socioeconômicos. A força das marcas e o reconhecimento por parte dos consumidores geram

um volume de vendas mais estável, contribuindo para o sucesso dos franqueados (ABF, 2023).

Nesse sentido, vale destacar que um dos principais fatores para o crescimento do franchising no Brasil é a expansão regional. Embora os maiores polos de franquias sejam cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, observa-se uma crescente penetração em cidades de médio porte e no interior do país, onde o mercado ainda está em fase de desenvolvimento. Essa expansão leva produtos e serviços de grandes marcas a regiões anteriormente menos exploradas, ampliando o acesso a consumidores em todo o território nacional (Cavusgil *et al.*, 2014).

O sistema de franquias no Brasil é regido pela Lei de Franquias (Lei nº 13.966/2019), que estabelece regras claras para a relação entre franqueadores e franqueados, garantindo maior segurança jurídica. Um dos pontos mais importantes da lei é a obrigatoriedade da Circular de Oferta de Franquia (COF), que deve fornecer informações detalhadas sobre o negócio, incluindo o histórico da empresa, os investimentos necessários, as responsabilidades das partes e as condições de operação (Brasil, 2019).

ANÁLISE DO MERCADO DE ALIMENTOS E BOLO

O setor de alimentos no Brasil tem se consolidado como um dos mais resilientes e dinâmicos da economia, especialmente no contexto de franquias, que apresentam crescimento contínuo mesmo em cenários de instabilidade econômica. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF, 2023), o segmento de alimentação é responsável por uma parcela significativa do mercado de franquias, sendo impulsionado pela demanda constante por produtos alimentícios e pela confiança dos consumidores em marcas estabelecidas. Essa resiliência é atribuída à capacidade do setor de se adaptar às mudanças no comportamento do consumidor, oferecendo soluções

que atendem tanto às necessidades cotidianas quanto às demandas por experiências gastronômicas diferenciadas, o que favorece a expansão de negócios no mercado brasileiro (ABF, 2023).

De acordo com Cordeiro (2020) um dos fatores que contribuem para o dinamismo do setor de alimentos é a crescente valorização da conveniência e da qualidade pelos consumidores. Com o ritmo acelerado da vida urbana, os clientes buscam opções práticas, como serviços de entrega e produtos prontos para consumo, sem abrir mão de atributos como sabor, segurança alimentar e procedência dos ingredientes.

Observa-se uma tendência de maior consciência alimentar, com aumento na procura por alimentos saudáveis, orgânicos e sustentáveis, o que tem levado as empresas a inovarem em seus portfólios para atender a essas novas exigências (Cordeiro, 2020). Nesse contexto, as franquias de alimentação têm se beneficiado de sua capacidade de padronizar processos e oferecer experiências consistentes, mantendo a competitividade em um mercado cada vez mais exigente (Ferreira, 2024).

Grandes marcas têm ampliado sua presença para cidades de médio porte e regiões do interior, onde o mercado ainda está em desenvolvimento, permitindo maior acesso a consumidores de diferentes perfis socioeconômicos (Cordeiro, 2020). Esse movimento é favorecido pelo modelo de franquias, que combina a força de marcas consolidadas com a flexibilidade para atender às preferências locais, conforme destacado por Cavusgil *et al.* (2014). Dentro desse cenário mais amplo do setor de alimentos, o mercado de bolos e confeitarias emerge como um nicho promissor, beneficiando-se das mesmas tendências de conveniência, personalização e inovação que caracterizam o setor alimentício como um todo.

O mercado de bolos, especificamente, tem passado por mudanças significativas nas últimas décadas, impulsionado por

tendências emergentes e transformações no perfil do consumidor. A segmentação desse mercado envolve a identificação de diferentes grupos de consumidores com base em suas preferências, hábitos de compra e demandas específicas. De acordo com Cordeiro (2020), a segmentação de mercado é fundamental para compreender o comportamento do consumidor e adaptar as estratégias de marketing.

Conforme Farias (2022), no setor de bolos, os consumidores têm buscado cada vez mais produtos personalizados e inovadores, refletindo uma tendência crescente em direção a experiências gastronômicas exclusivas. Suas preferências incluem a demanda por bolos feitos sob medida para ocasiões especiais, como casamentos e aniversários, além da valorização de ingredientes de alta qualidade e técnicas de confeitaria sofisticadas.

Os hábitos de compra também evoluíram com o crescimento do e-commerce e da entrega de alimentos. Muitos consumidores preferem adquirir bolos online, atraídos pela conveniência e pela possibilidade de personalização oferecida por diversas lojas virtuais. As inovações no mercado de bolos incluem, ainda, a introdução de opções mais saudáveis, como bolos sem glúten ou com menos açúcar, em resposta às crescentes preocupações com a saúde (Kotler; Keller, 2016).

A análise das tendências do mercado de bolos revela um ambiente dinâmico e competitivo, no qual a capacidade de inovar e atender às expectativas dos consumidores é relevante para o sucesso. A segmentação eficaz permite que as empresas se posicionem estrategicamente para atender às necessidades específicas de diferentes grupos de consumidores, oferecendo produtos que se destacam tanto pela qualidade quanto pela originalidade (Oliveira, 2022).

DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO SETOR DE ALIMENTOS

O setor de alimentos no Brasil, particularmente no contexto de franquias, apresenta uma dinâmica marcada por desafios

estruturais e oportunidades estratégicas que demandam uma gestão atenta às transformações do mercado. Um dos principais desafios enfrentados pelas empresas desse setor é a intensificação da concorrência, impulsionada pelo crescimento contínuo do segmento e pela entrada de novos empreendimentos. Esse cenário competitivo exige que as franquias desenvolvam diferenciais robustos para atrair e fidelizar clientes, como a oferta de produtos inovadores, atendimento de qualidade e experiências que atendam às expectativas do consumidor contemporâneo (ABF, 2023).

A oscilação nos custos dos insumos, influenciada por fatores como inflação, variação cambial e sazonalidade, representa um obstáculo significativo, impactando diretamente a margem de lucro e exigindo estratégias eficazes de gestão financeira para mitigar esses riscos (Cavusgil *et al.*, 2014).

Conforme Cordeiro (2020) um desafio relevante é a necessidade de conformidade com regulamentações e normas de segurança alimentar, que variam entre diferentes regiões do país. Garantir a adesão a essas legislações exige investimentos substanciais em treinamentos, certificações e aprimoramento dos processos produtivos, o que pode aumentar os custos operacionais das franquias. A diversidade regulatória também pode dificultar a expansão das unidades para novas localidades, demandando uma gestão cuidadosa e capacidade de adaptação às exigências específicas de cada mercado (Farias, 2022).

Paralelamente, os consumidores estão cada vez mais exigentes quanto à transparência em relação à procedência dos ingredientes e aos processos de produção, o que impõe às empresas a necessidade de adotar práticas mais rigorosas de controle de qualidade, um desafio que, embora oneroso, pode fortalecer a confiança do público e a reputação da marca (Cordeiro, 2020).

Apesar dos desafios, o setor de alimentos oferece diversas oportunidades para as franquias que conseguem se adaptar às mudanças no comportamento do consumidor. A crescente valorização da conveniência, impulsionada pelo ritmo acelerado da vida urbana, tem aumentado a demanda por serviços de entrega e produtos prontos para consumo, o que favorece franquias que investem em canais digitais e parcerias com aplicativos de delivery (Cordeiro, 2020).

A preocupação com a saúde e a sustentabilidade tem aberto espaço para a introdução de produtos alinhados às tendências emergentes, como alimentos orgânicos, naturais e com baixo teor calórico, permitindo às empresas atender a um público mais consciente e diversificar seus portfólios (Ferreira, 2024). A expansão regional também se apresenta como uma oportunidade estratégica, uma vez que cidades de médio porte e regiões do interior ainda possuem mercados em desenvolvimento, possibilitando o alcance de novos consumidores e a consolidação de marcas em áreas menos saturadas (Cavusgil *et al.*, 2014).

DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO SETOR DE BOLOS

De acordo com Ferreira (2024) dentro do amplo setor de alimentos, o segmento de franquias de bolos destaca-se como um nicho promissor, mas igualmente desafiador, inserido em um mercado competitivo que exige inovação contínua e estratégias bem definidas. Um dos obstáculos mais evidentes nesse contexto é a concorrência acirrada, impulsionada pela proliferação de novos empreendimentos no setor de confeitaria, incluindo tanto grandes redes quanto pequenas confeitarias artesanais.

Essa competição pressiona as franquias de bolos a desenvolverem diferenciais competitivos robustos, como a oferta de produtos personalizados e de alta qualidade, para atrair e fidelizar clientes em

um mercado saturado por opções (Farias, 2022). A dependência de insumos específicos, como farinhas especiais e ingredientes sazonais, pode ser um desafio, especialmente em momentos de oscilação de preços, exigindo uma gestão eficiente de custos para manter a rentabilidade (Silva; Lima, 2022).

No entanto, o setor de bolos também oferece oportunidades significativas para as franquias que conseguem se alinhar às tendências de consumo. A busca por experiências gastronômicas singulares tem impulsionado a demanda por bolos personalizados e inovadores, como aqueles com designs exclusivos para ocasiões especiais, além de opções mais saudáveis, como bolos sem glúten, sem açúcar ou veganos, que atendem a nichos específicos do mercado (Farias, 2022).

A incorporação de práticas sustentáveis, como o uso de ingredientes orgânicos e processos produtivos ambientalmente responsáveis, representa outro vetor de diferenciação, atraindo um público cada vez mais consciente das questões ambientais e nutricionais e fortalecendo a reputação da marca (Cordeiro, 2020). A popularização do e-commerce e dos serviços de entrega cria oportunidades para ampliar o alcance das franquias de bolos, permitindo atender a consumidores que valorizam a conveniência sem abrir mão da qualidade (Kotler; Keller, 2016).

A fidelização de clientes também é um aspecto crítico para o sucesso no setor de bolos. Em um mercado altamente competitivo, criar uma base de clientes leais é fundamental para garantir a estabilidade do negócio. Estratégias como programas de fidelidade, promoções especiais e um atendimento excepcional podem contribuir significativamente para a retenção de consumidores, enquanto a presença nas redes sociais e o uso do marketing digital se mostram ferramentas valiosas para interagir com o público, promover produtos e manter a marca em evidência (Ferreira, 2024).

Assim, embora o setor de franquias de bolos enfrente desafios complexos, como a concorrência e as exigências regulatórias, ele também apresenta amplas possibilidades de crescimento e consolidação para aqueles que adotam estratégias inovadoras e alinhadas às demandas do mercado, com a diferenciação por meio da qualidade, inovação e sustentabilidade sendo um elemento-chave para a competitividade no longo prazo.

ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

O modelo de negócios baseado em franquias constitui uma estratégia de expansão consolidada, fundamentada na relação de parceria entre franqueador e franqueado. Nesse arranjo, o franqueador — detentor da marca e do conceito do empreendimento — concede ao franqueado o direito de operar uma unidade do negócio sob sua identidade corporativa, garantindo a replicação dos padrões e da proposta de valor originalmente concebidos (Sebrae, 2024).

A busca pela vantagem competitiva no franchising está diretamente associada à capacidade de replicação eficaz de um modelo de sucesso, possibilitando ao franqueador padronizar processos, otimizar operações e garantir a consistência da marca. Como argumenta Porter (1996), o diferencial competitivo das franquias decorre da implementação de um modelo escalável, estruturado a partir de diretrizes claras, assegurando a homogeneidade da experiência do consumidor e a construção de uma identidade de marca sólida.

No que se refere ao relacionamento entre franqueador e franqueado, o contrato de franquia desempenha um papel central, estabelecendo os direitos e deveres de ambas as partes. Ao franqueador, cabe a responsabilidade de fornecer suporte contínuo, treinamento e um modelo de negócios validado, enquanto o franqueado deve seguir os padrões operacionais definidos, garantir a qualidade dos serviços prestados e honrar as taxas e royalties acordados. Essa

dinâmica possibilita um equilíbrio entre o controle centralizado e a autonomia local, permitindo ao franqueado gerir suas operações diárias sem comprometer a coerência da marca e a padronização da experiência do cliente (Alon, 2006).

A operação das franquias exige uma gestão rigorosa, caracterizada por um forte enfoque na padronização e no controle de qualidade. A uniformização dos processos, além de preservar a identidade da marca, é essencial para assegurar que todas as unidades ofereçam um serviço homogêneo e alinhado às expectativas do consumidor. Farias (2022) enfatiza que o êxito do franchising está diretamente relacionado à capacidade de manutenção da consistência operacional, a qual depende da adoção de diretrizes claras, da implementação de sistemas de monitoramento e da avaliação contínua dos padrões de qualidade.

Para assegurar o sucesso de uma franquia de bolos, é fundamental realizar uma avaliação financeira. Essa avaliação financeira de franquias envolve a análise de diversos fatores, como o montante necessário para o investimento inicial, o tempo estimado para o retorno sobre o investimento (ROI) e a identificação de possíveis riscos associados à operação (Santini; Sampaio, 2021).

Lambin (2007) destaca que é essencial que investidores e empreendedores realizem uma análise detalhada dos aspectos financeiros antes de abrir uma franquia, incluindo projeção de fluxo de caixa, análise de lucratividade e avaliação de custos fixos e variáveis. Para avaliar a viabilidade financeira de uma franquia de bolos, Farias (2022) sugere um estudo que contemple o capital inicial (taxa de franquia, custos de instalação, pessoal, equipamentos e estoque) e o capital de giro para os primeiros meses. Lambin (2007) também enfatiza a análise do retorno sobre o investimento (ROI) como componente crítico.

O ROI pode ser calculado dividindo-se o lucro líquido projetado pelo valor do investimento inicial e multiplicando o resultado por 100 para obter a porcentagem de retorno. Um ROI elevado indica que a franquia possui um potencial lucrativo interessante, mas deve-se considerar o prazo necessário para alcançar esse retorno, que normalmente varia entre dois e cinco anos para o setor de alimentação (Cordeiro, 2020).

A análise de risco deve ser feita considerando fatores como variações no custo de insumos, flutuações na demanda e a capacidade da franquia de adaptar seu modelo de negócios às mudanças no mercado consumidor. Lambin (2007) destaca que a compreensão das principais ameaças e oportunidades do ambiente de negócios é crucial para mitigar riscos e maximizar a rentabilidade.

ABF (2023) destaca que a rentabilidade de qualquer franquia está diretamente relacionada ao controle eficiente dos custos e à capacidade de atrair e reter clientes, mas, neste estudo, analisamos sua importância com base no contexto das franquias de bolos, que é o nosso objeto de pesquisa. Entre os principais custos associados à operação de uma franquia, destacam-se a taxa de franquia, os custos de implementação, como obras e decoração da loja, a aquisição de equipamentos especializados, as despesas com o estoque inicial e os custos com marketing de inauguração, sendo esses aspectos particularmente relevantes para franquias de bolos.

Cavusgil *et al.* (2014) abordam a importância de gerenciar os custos operacionais de maneira eficiente para garantir a saúde financeira de qualquer franquia, um princípio que se torna ainda mais crítico em franquias de bolos devido à necessidade de insumos específicos e à sazonalidade de vendas. Esses custos operacionais recorrentes incluem aluguel, energia elétrica, salários de funcionários, insumos para produção, royalties pagos ao franqueador e investimentos contínuos em marketing, que são desafios comuns a qualquer franquia, mas exigem atenção especial nesse segmento.

Oliveira (2022) aponta que a rentabilidade de uma franquia, independentemente do setor, pode ser afetada por fatores como a escolha adequada do ponto comercial, a qualidade dos produtos oferecidos e a eficiência operacional, mas, no caso das franquias de bolos, esses elementos ganham destaque devido à competitividade do mercado e à necessidade de diferenciação. A seleção de fornecedores confiáveis e a negociação de preços competitivos para insumos são aspectos cruciais para manter uma margem de lucro positiva, especialmente em um segmento onde os custos de ingredientes podem variar sazonalmente, sendo fundamental que o franqueado monitore constantemente o desempenho financeiro da unidade, utilizando indicadores como margem de lucro bruto, margem operacional e lucratividade líquida.

Quadros (2015) enfatiza que a capacidade de gerar receitas adicionais por meio de vendas complementares e eventos especiais, como festas e datas comemorativas, é um fator relevante para qualquer franquia, mas, no contexto das franquias de bolos, isso se torna particularmente importante devido à associação dos bolos com celebrações. A franquia também deve ser capaz de ajustar rapidamente seu mix de produtos para atender a novas demandas e preferências dos consumidores, como opções sem glúten, sem lactose ou veganas, uma necessidade crescente no mercado de bolos.

Oliveira (2022) destaca que a flexibilidade na operação e a capacidade de inovação são essenciais para manter a relevância e a atratividade de qualquer franquia no mercado, mas, no contexto das franquias de bolos, essas características se tornam ainda mais determinantes devido à rápida evolução das preferências dos consumidores e à concorrência acirrada. Portanto, ao considerar a abertura de uma franquia, é indispensável uma análise minuciosa dos aspectos econômicos e financeiros, envolvendo não apenas a estimativa dos custos iniciais e operacionais, mas também a projeção de receitas e o planejamento para lidar com variações de mercado, permitindo que, com uma avaliação financeira sólida e estratégias bem definidas

para maximizar a rentabilidade, o franqueado esteja mais preparado para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que o segmento de bolos oferece.

ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta amplamente utilizada na administração estratégica para avaliar o posicionamento de um negócio diante do ambiente competitivo. De acordo com Kotler e Keller (2016), a SWOT permite mapear os fatores internos e externos que impactam o desempenho da empresa, auxiliando na formulação de estratégias que maximizem vantagens e mitiguem riscos. Para franquias do setor de alimentação, como as especializadas em bolos, essa análise é essencial para compreender as principais variáveis que influenciam a viabilidade e o sucesso do negócio.

Os fatores internos são representados pelas forças e fraquezas da franquia. As forças englobam aspectos positivos que conferem vantagens competitivas, como uma marca consolidada no mercado, suporte estruturado ao franqueado e um modelo de operação testado e replicável. Conforme aponta Cavusgil *et al.* (2014), um dos principais benefícios das franquias bem estabelecidas é a capacidade de oferecer produtos padronizados e um marketing consolidado, o que reduz os riscos para novos investidores. Já as fraquezas referem-se a elementos que podem limitar o crescimento do negócio, tais como custos elevados de royalties, alta dependência do franqueador e pouca flexibilidade para inovação (Lambin, 2007).

No que tange aos fatores externos, a análise considera oportunidades e ameaças presentes no ambiente de negócios. As oportunidades incluem tendências de mercado favoráveis ao crescimento da franquia, como o aumento da demanda por produtos artesanais e personalizados, bem como o crescimento do segmento de alimentação saudável, que abre espaço para a diversificação do

portfólio de produtos. A digitalização dos negócios e a popularização dos serviços de delivery representam vantagens estratégicas para a expansão das franquias de bolos (Quadros, 2015).

Por outro lado, as ameaças compreendem desafios que podem comprometer a rentabilidade e a sustentabilidade do empreendimento. Entre os principais riscos, destacam-se a instabilidade econômica, a concorrência acirrada e as variações nos preços dos insumos. Cavusgil *et al.* (2014) ressaltam que a oscilação nos custos das matérias-primas e a dependência de fornecedores podem impactar diretamente a margem de lucro, exigindo um planejamento financeiro rigoroso para mitigar possíveis impactos.

Ao aplicar a matriz SWOT, o franqueado pode desenvolver estratégias mais assertivas para fortalecer suas vantagens competitivas e minimizar vulnerabilidades, garantindo um planejamento sólido para a gestão do negócio. Como observa Lambin (2007), a compreensão detalhada dos fatores internos e externos permite que os empreendedores adotem posturas proativas frente às mudanças do mercado, o que é essencial para a perenidade da franquia no setor alimentício.

METODOLOGIA

DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem descritiva e exploratória, fundamentada na análise de dados secundários obtidos em fontes institucionais e acadêmicas. De acordo com Gil (2019), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo retratar com precisão as características de um fenômeno,

permitindo a identificação de padrões e correlações. No contexto deste estudo, busca-se avaliar o desempenho de franquias do setor de bolos e confeitarias, considerando aspectos financeiros e estratégicos que influenciam sua viabilidade no mercado.

Para a coleta de dados, utilizou-se a pesquisa documental e bibliográfica, que, segundo Lakatos e Marconi (2017), consiste na consulta a materiais previamente publicados, incluindo relatórios institucionais, artigos científicos e informações extraídas de fontes oficiais. Nesse sentido, foram analisados documentos da Associação Brasileira de Franchising (ABF), além de sites e materiais institucionais das franquias estudadas. A adoção dessa estratégia permite embasar a pesquisa em fontes confiáveis e atualizadas, garantindo maior rigor metodológico na análise dos dados.

A seleção das franquias analisadas seguiu critérios de relevância no mercado e acessibilidade das informações financeiras, viabilizando uma comparação estruturada entre diferentes modelos de negócio. A escolha desse método comparativo justifica-se pelo fato de possibilitar a identificação de padrões e tendências, facilitando a avaliação do desempenho das marcas e fornecendo subsídios para potenciais investidores.

O processo de pesquisa foi estruturado em etapas sequenciais, com o seguinte cronograma aproximado:

Tabela 1 - Cronograma

Etapa	Período	Descrição
Levantamento	Agosto a Novembro de 2024	Coleta inicial de dados secundários a partir de relatórios da ABF, sites oficiais e materiais institucionais das franquias Amor em Pedacos, Vó Alzira e Bolos do Cerrado.
Organização	Outubro a Novembro 2024	Organização e seleção dos dados coletados, com validação por comparação cruzada entre fontes.

Etapa	Período	Descrição
Análise	Dezembro a Janeiro 2024	Aplicação da matriz SWOT e construção de tabelas comparativas para análise financeira e estratégica.
Redação	Janeiro a Março de 2025	Elaboração do texto final, incluindo introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e considerações.

Fonte: Elaboração própria.

Na análise dos dados, foram empregadas abordagens quantitativa e qualitativa. Do ponto de vista quantitativo, organizaram-se tabelas comparativas para evidenciar os principais indicadores financeiros das franquias, permitindo a identificação de vantagens e desafios para potenciais franqueados. No âmbito qualitativo, utilizou-se a matriz SWOT, ferramenta amplamente empregada na administração estratégica, conforme exposto por Kotler e Keller (2016). A matriz SWOT possibilita a identificação das forças e fraquezas internas de cada franquia, bem como das oportunidades e ameaças externas que influenciam seu desempenho.

Embora o presente estudo tenha adotado uma abordagem comparativa baseada em dados secundários, outras metodologias foram consideradas, mas descartadas devido à disponibilidade e confiabilidade das informações. Segundo Marconi e Lakatos (2017), a escolha metodológica deve estar alinhada com os objetivos do estudo e com a viabilidade da obtenção de informações confiáveis. Assim, optou-se por utilizar exclusivamente dados financeiros, mercadológicos e estratégicos já disponíveis em relatórios institucionais e bases especializadas, garantindo maior precisão na análise comparativa.

A metodologia adotada apresenta algumas limitações. Há uma dependência de informações públicas e institucionais, como relatórios da ABF e sites oficiais das franquias, o que pode restringir a profundidade da análise a dados já disponíveis. A falta de

entrevistas com franqueados ou gestores limita a perspectiva operacional prática, e a utilização de fontes online, embora acessíveis, depende da confiabilidade e atualidade dessas informações. Essas limitações, no entanto, são compensadas pela maturidade científica e confiabilidade do trabalho, garantidas pela validação cruzada das fontes secundárias.

CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A franquia Amor em Pedacos começou sua trajetória como uma pequena doceria que se destacou pelo sabor caseiro e pela qualidade de seus produtos. Conhecida por seus bolos e doces artesanais, a marca utiliza receitas tradicionais e ingredientes selecionados. Com o passar dos anos, o negócio cresceu e se consolidou, levando à expansão por meio do modelo de franquias. A franquia oferece um cardápio variado que agrada a todos os gostos, mantendo a essência do sabor caseiro em todas as suas lojas.

Por sua vez, a Fábrica de Bolos da Vó Alzira foi fundada por Alzira Ramos. O negócio começou de maneira simples, com Alzira fazendo bolos em casa e vendendo-os para vizinhos e amigos. O sucesso veio rapidamente devido à qualidade e ao sabor nostálgico dos bolos caseiros, que remetem às receitas familiares. Essa popularidade levou à criação de uma rede de franquias, permitindo à marca oferecer uma ampla variedade de bolos a preços acessíveis. Atualmente, a Fábrica de Bolos da Vó Alzira é uma das mais reconhecidas no ramo de bolos caseiros no Brasil, com centenas de unidades espalhadas pelo país.

A Bolos do Cerrado foi fundada com o intuito de valorizar ingredientes típicos do Cerrado brasileiro e criar bolos com um toque regional. A marca destacou-se rapidamente por oferecer sabores autênticos e únicos, promovendo a culinária regional em suas receitas. Ao entrar no mercado de franquias, a Bolos do Cerrado manteve

sua missão de preservar a cultura e a riqueza de ingredientes da região, conquistando clientes com produtos diferenciados. Hoje, é reconhecida pela qualidade e inovação, sendo uma opção atraente para quem busca um negócio ligado à cultura brasileira.

Ao avaliar as opções de franquias de bolos, é essencial considerar diversos fatores que impactam o sucesso e a sustentabilidade do negócio. Cada franquia apresenta características distintas que podem atender a diferentes perfis de investidores e suas expectativas de retorno. A franquia Amor em Pedacos, que adotou o modelo de franchising em 1984, apesar de um faturamento potencial mais alto, possui um tempo de retorno mais longo, o que pode desestimular alguns investidores. Já a Fábrica de Bolos da Vó Alzira, com início em 2013, exige um investimento um pouco maior, mas apresenta um retorno mais rápido, equilibrando risco e recompensa. Todas as franquias analisadas oferecem taxas de lucro competitivas, variando de 12% a 20%, sendo que a Bolos do Cerrado, iniciada em 2012, apresenta a maior margem, o que pode ser atrativo para aqueles que buscam maximizar seus lucros.

A ausência de custos adicionais com publicidade na franquia Bolos do Cerrado é uma vantagem, pois simplifica a gestão financeira e permite uma melhor previsão de despesas. Além disso, é fundamental considerar o suporte e o treinamento oferecidos pelo franqueador, pois esses fatores podem impactar diretamente o sucesso do negócio.

Franquias com um bom suporte tendem a ter franqueados mais satisfeitos e, conseqüentemente, mais bem-sucedidos. Os investidores devem avaliar não apenas os números apresentados, mas também outros aspectos qualitativos, como a reputação da marca, a qualidade dos produtos e a afinidade com o modelo de negócio.

Realizar visitas a unidades já em operação, conversar com franqueados atuais e analisar o mercado local são passos importantes antes de tomar uma decisão. Além disso, considerar o perfil

do investidor é essencial para garantir uma escolha alinhada aos seus objetivos financeiros e expectativas. Em suma, o mercado de franquias de bolos oferece diversas oportunidades, e uma escolha bem-informada pode resultar em um negócio próspero e sustentável.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente tópico apresenta a análise comparativa das franquias estudadas, considerando seus aspectos financeiros, estratégicos e mercadológicos. As conclusões parciais apresentam que a Amor em Pedaçõs apresenta maior risco devido ao alto custo inicial (16,7% do faturamento anual) e longo prazo de retorno, sendo mais adequada para empreendedores experientes. A Vó Alzira oferece acessibilidade com retorno em 24 meses, mas sua lucratividade pode ser limitada pela concorrência. A Bolos do Cerrado destaca-se pela acessibilidade e margens de lucro elevadas (15% a 20%), embora o baixo reconhecimento nacional exija esforços de expansão. Esses achados sugerem que a escolha depende do perfil do investidor e da estratégia de mercado adotada.

COMPARAÇÃO FINANCEIRA DAS FRANQUIAS

A análise financeira das franquias estudadas permite compreender as nuances de cada modelo de negócio, evidenciando as vantagens e desafios para potenciais investidores. Segundo a Associação Brasileira de Franchising (2023), o setor de franquias no Brasil continua em crescimento, impulsionado pela padronização dos processos e pelo suporte oferecido pelas marcas. No entanto, a decisão de investir exige uma avaliação criteriosa dos custos envolvidos, rentabilidade e tempo de retorno do investimento.

O investimento inicial varia consideravelmente entre as franquias analisadas. Como apresentado na Tabela 2, a franquia Amor em Pedacos requer um investimento total de R\$ 200.000, enquanto a Vó Alzira demanda R\$ 155.000 e a Bolos do Cerrado, R\$ 200.000. Esses valores englobam taxa de franquia, custo de instalação, estoque inicial e capital de giro, detalhados na tabela para melhor compreensão.

A Amor em Pedacos apresenta um custo de instalação de R\$ 70.000, estoque inicial de R\$ 30.000 e capital de giro de R\$ 40.000. A Fábrica de Bolos da Vó Alzira, por sua vez, tem um custo de instalação de R\$ 46.500, estoque inicial de R\$ 18.600 e capital de giro de R\$ 24.900, refletindo um modelo mais enxuto. Já a Bolos do Cerrado, com custo de instalação de R\$ 80.000, estoque inicial de R\$ 30.000 e capital de giro de R\$ 40.000, demanda maior investimento em instalação, possivelmente devido à necessidade de adaptar espaços para destacar sua identidade regional.

Segundo Ferreira (2024), franquias com maior investimento inicial tendem a oferecer um suporte mais estruturado, reduzindo os riscos operacionais para o franqueado. No entanto, Alon (2006) ressalta que altos custos de entrada podem representar uma barreira para empreendedores iniciantes. Além disso, o impacto das oscilações econômicas sobre os insumos e aluguéis também deve ser considerado, pois influencia diretamente a rentabilidade do empreendimento (SEBRAE, 2024).

Tabela 2 - Investimento Inicial e Custos Operacionais das Franquias

Franquia	Taxa de Franquia (R\$)	Investimento Mínimo (R\$)
Amor em Pedacos	60.000	200.000
Vó Alzira	65.000	155.000
Bolos do Cerrado	50.000	200.000

Fonte: Elaboração própria.

O faturamento médio mensal e a margem de lucro são fatores essenciais para avaliar a rentabilidade do negócio. Como demonstrado na Tabela 3, a Amor em Pedaçõs possui o maior faturamento médio, atingindo R\$ 100.000 por mês, seguida pela Vó Alzira R\$ 70.000 e Bolos do Cerrado R\$ 55.000. No entanto, a margem de lucro líquida dessas franquias pode variar conforme os custos fixos e variáveis. Cavusgil, Knight e Riesenberger (2014) destacam que margens de lucro mais altas garantem maior segurança financeira no longo prazo, mesmo em modelos de menor faturamento.

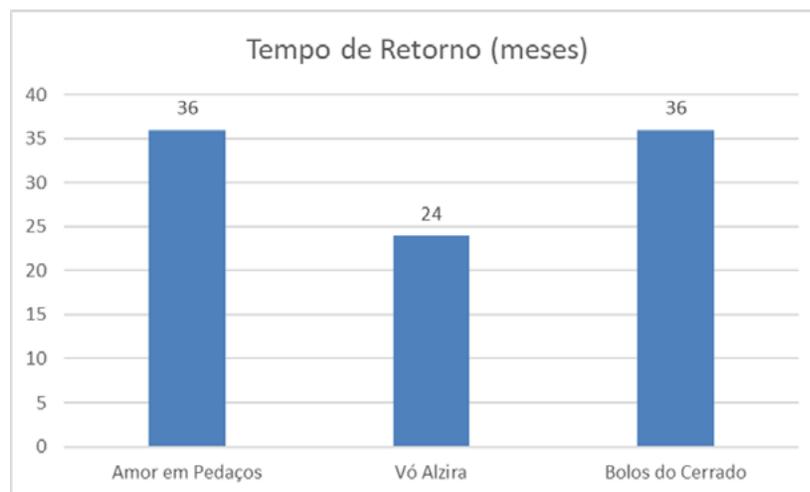
Tabela 3 - Faturamento Médio das Franquias

Franquia	Faturamento Médio Mensal (R\$)
Amor em Pedaçõs	100.000
Vó Alzira	70.000
Bolos do Cerrado	55.000

Fonte: Elaboração própria.

O tempo de retorno do investimento (ROI) é um dos indicadores mais importantes para franqueados. Como ilustrado no Gráfico 1, a Bolos do Cerrado apresenta o menor tempo de retorno, estimado em 36 meses, enquanto a Vó Alzira tem um prazo de 24 meses e a Amor em Pedaçõs também em 36 meses. Segundo Cordeiro (2020), o ROI mais curto é um fator decisivo para investidores que buscam retorno rápido, embora seja fundamental considerar também a estabilidade do mercado e a capacidade de expansão da franquia.

Gráfico 1 - Tempo de Retorno do Investimento das Franquias



Fonte: Elaboração própria.

Como apresentado na Tabela 4, a Amor em Pedações cobra 6% de royalties sobre o faturamento e 3% de taxa de publicidade, a Vó Alzira aplica 0% e 2%, respectivamente, enquanto a Bolos do Cerrado tem o modelo mais acessível, com 4% de royalties e 2% de taxa de publicidade. Segundo Lambin (2007), royalties elevados podem comprometer a rentabilidade da unidade franqueada, tornando essencial uma análise criteriosa dessas cobranças antes de aderir a um modelo de franquia.

Tabela 4 - Royalties e Taxas de Publicidade das Franquias

Franquia	Royalties (%)	Taxa de Publicidade (%)
Amor em Pedações	6	3
Vó Alzira	0	2
Bolos do Cerrado	4	2

Fonte: Elaboração própria.

Diante dessas análises, observa-se que cada franquia apresenta vantagens e desafios distintos. A Amor em Pedacos se destaca pelo alto faturamento e presença consolidada no mercado, desde 1984, mas possui o maior investimento inicial e tempo de retorno mais longo. A Vó Alzira oferece um equilíbrio entre faturamento e investimento, enquanto a Bolos do Cerrado apresenta o modelo mais acessível, com ROI mais rápido e custos reduzidos. Como destaca Kotler e Keller (2016), a escolha de uma franquia deve considerar não apenas os indicadores financeiros, mas também o perfil do investidor e sua capacidade de gestão.

Para uma análise mais crítica, a Tabela 5 apresenta um resumo comparativo dos principais indicadores financeiros, facilitando a avaliação da atratividade de cada franquia. A Amor em Pedacos destaca-se pelo maior faturamento (R\$ 100.000/mês), mas o investimento inicial elevado (R\$ 200.000) e royalties de 6% (R\$ 6.000/mês) sugerem maior risco financeiro, especialmente diante da concorrência com confeitarias artesanais (Porter, 1996). A Vó Alzira, com faturamento de R\$ 70.000/mês e retorno em 24 meses, oferece um modelo equilibrado, mas sua dependência de insumos específicos pode limitar a escalabilidade (Silva e Lima, 2022). Já a Bolos do Cerrado, com margens de lucro de 15% a 20% e ausência de custos de publicidade, apresenta maior atratividade para investidores com capital limitado, embora o baixo reconhecimento nacional (42 unidades) exija estratégias de marketing agressivas (Kotler e Keller, 2016).

Tabela 5 - Resumo Comparativo de Indicadores Financeiros

Franquia	Investimento Inicial (R\$)	Faturamento Mínimo (R\$)	Tempo de Retorno (meses)	Royalties (%)	Taxa de Lucro (%)
Amor em Pedacos	200.000	100.000	36	6	10 a 15
Vó Alzira	155.000	70.000	24	0	12 a 18
do Cerrado	200.000	55.000	36	4 (R\$ 1.290)	15 a 20

Fonte: Elaboração própria.

A análise dos indicadores financeiros permite identificar trade-offs entre investimento e rentabilidade. Franquias com alto custo inicial tendem a oferecer maior reconhecimento de marca e suporte operacional, mas impõem desafios para investidores com menor capital disponível. Por outro lado, modelos mais enxutos, com menor investimento inicial, podem proporcionar retornos mais rápidos, porém exigem maior esforço de marketing para consolidação da marca no mercado. Esse achado reforça o argumento de Cavusgil, Knight e Riesenberger (2014), que destacam que o sucesso no franchising está ligado à capacidade de adaptação do investidor às características do setor, seja buscando segurança em marcas consolidadas ou explorando nichos de mercado ainda em crescimento.

Dessa forma, a decisão ideal depende de um planejamento estratégico que maximize as oportunidades e minimize os riscos. Além dos indicadores financeiros, a decisão de investimento deve levar em conta aspectos estratégicos da franquia. No próximo tópico será analisado as forças e fraquezas de cada modelo de negócio por meio da Matriz SWOT.

ANÁLISE SWOT DAS FRANQUIAS

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica essencial para avaliar as vantagens e desafios de um empreendimento no mercado. Segundo Porter (1996), compreender os fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) permite que investidores desenvolvam estratégias mais assertivas para mitigar riscos e maximizar oportunidades. Para as franquias analisadas, a matriz SWOT foi aplicada para identificar seus diferenciais competitivos, desafios operacionais, tendências de mercado favoráveis e ameaças que podem comprometer sua sustentabilidade.

O Quadro 1 apresenta um resumo da análise SWOT das franquias Amor em Pedacos, Vó Alzira e Bolos do Cerrado.

Quadro 1 - Análise SWOT das Franquias

Franquia	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Amor em Pedacos	Marca consolidada e reconhecida nacionalmente	Alto custo inicial e taxas elevadas	Expansão via delivery e novos canais digitais	Concorrência com confeitarias artesanais
Vó Alzira	Equilíbrio entre investimento e retorno	Faturamento inferior à média do setor	Crescente demanda por produtos caseiros e personalizados	Dependência de insumos específicos
Bolos do Cerrado	Baixo investimento inicial e margem de lucro elevada	Baixa penetração de mercado nacional	Potencial de crescimento em nichos regionais	Barreiras logísticas para expansão

Fonte: Elaboração própria.

A franquia Amor em Pedacos se destaca pelo seu reconhecimento no mercado, representando um diferencial importante para investidores que buscam uma marca consolidada. Como argumentam Kotler e Keller (2016), marcas bem estabelecidas possuem maior capacidade de atrair clientes e fidelizar consumidores. No entanto, essa vantagem vem acompanhada de custos elevados, tanto no investimento inicial (R\$ 200.000) quanto nas taxas de royalties e publicidade (9% do faturamento), o que impacta o retorno financeiro do franqueado. Ferreira (2024) reforça que franquias com custos mais altos exigem uma gestão financeira mais rigorosa para manter a rentabilidade.

As oportunidades para a Amor em Pedacos residem no crescimento das vendas online e na digitalização dos serviços, permitindo a ampliação do alcance via e-commerce e aplicativos de delivery. Segundo Gouveia (2023), a transformação digital no setor de alimentação tem impulsionado franquias a adotar novas estratégias de vendas, ampliando sua base de clientes e otimizando operações logísticas. No entanto, a concorrência com confeitarias artesanais

e independentes pode limitar esse crescimento, pois os consumidores têm buscado cada vez mais produtos exclusivos e personalizados (Quadros, 2015).

A Vó Alzira apresenta um modelo mais equilibrado entre investimento e faturamento (R\$ 155.000 e retorno em 24 meses), o que a torna atraente para investidores com capital intermediário. De acordo com Santini e Sampaio (2021), franquias que exigem um aporte menor tendem a crescer mais rapidamente, especialmente quando oferecem um retorno sólido. No entanto, seu faturamento inferior à média do setor (R\$ 70.000/mês) pode representar um desafio no longo prazo, especialmente diante da forte concorrência com confeitarias artesanais. Comparada à Amor em Pedacos, a Vó Alzira apresenta menor risco financeiro, mas depende mais de insumos específicos, o que a diferencia em termos de vulnerabilidade operacional (Silva e Lima, 2022).

A crescente demanda por produtos caseiros e personalizados abre um leque de oportunidades para a Vó Alzira, que pode explorar a nostalgia e a valorização da culinária tradicional como diferencial competitivo (Gourville, 2006). Contudo, essa dependência pode impactar os custos operacionais e a capacidade de resposta da franquia às variações do mercado, uma fraqueza menos significativa na Amor em Pedacos devido ao seu suporte estruturado.

A Bolos do Cerrado se sobressai por exigir um dos menores investimentos iniciais relativos ao faturamento (R\$ 200.000 para R\$ 55.000/mês), aliado a uma margem de lucro elevada (15% a 20%), fatores que tornam a franquia atrativa para empreendedores que buscam um retorno mais rápido. Conforme destaca Cordeiro (2020), franquias com custos menores e rentabilidade elevada são ideais para novos investidores, pois reduzem os riscos financeiros associados à entrada no mercado. Em comparação com as demais, a Bolos do Cerrado apresenta a maior margem de lucro, mas sua baixa penetração de mercado (42 unidades) a coloca em desvantagem frente à Amor em Pedacos e Vó Alzira em termos de escala.

Apesar de seu potencial de crescimento, a Bolos do Cerrado enfrenta desafios relacionados à baixa penetração de mercado, especialmente fora de sua região de origem. Farias (2022) ressalta que franquias regionais muitas vezes enfrentam dificuldades para expandir nacionalmente, devido a barreiras logísticas e menor reconhecimento de marca. No entanto, o crescimento da valorização de produtos típicos e regionais pode ser um fator positivo para a sua expansão, caso a franquia invista em marketing e canais de distribuição adequados, uma oportunidade menos explorada pelas outras franquias devido à sua abordagem mais generalizada.

Segundo Porter (1996), a capacidade de um negócio se diferenciar da concorrência é essencial para garantir vantagem competitiva sustentável. No caso das franquias estudadas, essa diferenciação ocorre por meio de fatores estratégicos específicos: reconhecimento de marca (Amor em Pedacos), apelo emocional (Vó Alzira) e identidade regional (Bolos do Cerrado). Estudos como os de Kotler e Keller (2016) indicam que a experiência do consumidor e a estratégia de fidelização desempenham um papel central na manutenção da competitividade, um aspecto visível nas estratégias adotadas pelas franquias, que buscam não apenas captar clientes, mas criar laços emocionais que aumentem a recorrência das compras.

A matriz SWOT evidencia que cada franquia apresenta vantagens e desafios distintos. Comparativamente, a Amor em Pedacos oferece uma marca forte e suporte estruturado, mas com custos elevados; a Vó Alzira equilibra investimento e retorno, mas enfrenta desafios de faturamento e concorrência; e a Bolos do Cerrado se destaca pelo baixo investimento relativo e alta margem de lucro, embora possua menor reconhecimento nacional. Essa análise sugere que a escolha da franquia ideal deve considerar o perfil de risco do investidor e as estratégias de mercado, com a Amor em Pedacos sendo mais adequada para investidores experientes, Vó Alzira para intermediários e Bolos do Cerrado para iniciantes com foco em expansão regional.

É importante notar que, embora a SWOT seja uma ferramenta qualitativa valiosa, seus resultados podem variar conforme a percepção de quem analisa, sendo necessário complementá-la com outros métodos, como análise financeira detalhada ou pesquisa de campo com franqueados, para um entendimento mais aprofundado. Este trabalho se fundamenta nos dados secundários disponíveis, o que limita a profundidade da análise operacional, conforme sugerido por Kotler e Keller (2016).

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E POSICIONAMENTO DAS FRANQUIAS

A Amor aos Pedacos é reconhecida por sua identidade visual sofisticada, refletida no design elegante de suas lojas e na apresentação cuidadosa dos produtos. As unidades possuem uma ambientação acolhedora, com cores suaves e mobiliário que remetem a uma confeitaria clássica, proporcionando uma experiência agradável aos clientes.

Figura 01 - Franquia Amor em Pedacos (A)



Fonte: Amor em pedaços (2024).

A franquia mantém uma presença ativa nas redes sociais, utilizando plataformas como Instagram e Facebook para engajar o público com conteúdo visual atraente e promoções exclusivas. Além disso, investe em campanhas de tráfego pago para alcançar novos clientes e promover lançamentos de produtos sazonais. O site oficial oferece informações detalhadas sobre os produtos e facilita o contato com os consumidores.

Para fidelizar os clientes, a Amor em Pedacos implementa programas de descontos em datas comemorativas e oferece cartões de fidelidade que garantem benefícios após um determinado número de compras. Parcerias com aplicativos de delivery ampliam o alcance da marca e proporcionam comodidade aos consumidores.

Posicionada como uma marca premium, a Amor em Pedacos destaca-se pela qualidade artesanal de seus produtos e pela tradição de mais de 40 anos no mercado brasileiro. Essa longevidade e consistência reforçam a confiança dos clientes e consolidam a marca como referência no segmento de doces e sobremesas.

A Fábrica de Bolo Vó Alzira aposta em uma identidade visual que evoca nostalgia e aconchego, com lojas decoradas de maneira simples e acolhedora, remetendo à cozinha das avós. Essa ambientação cria uma conexão emocional com os clientes, reforçando a sensação de tradição e familiaridade.

Figura 02 – Franquia Vó Alzira (B)



Fonte: Vó Alzira (2024).

A franquia mantém perfis ativos nas redes sociais, compartilhando histórias e receitas que remetem à tradição familiar, fortalecendo o vínculo com o público. Além disso, utiliza plataformas digitais para divulgar promoções e interagir diretamente com os clientes, criando uma comunidade engajada em torno da marca.

Para atrair e reter clientes, a Vó Alzira oferece promoções semanais e descontos especiais para compras em volume. Programas de fidelidade recompensam clientes frequentes com ofertas exclusivas, incentivando a recorrência de compras. A franquia também realiza parcerias com eventos locais, reforçando sua presença na comunidade.

A diferenciação da Fábrica de Bolo Vó Alzira está na valorização das receitas tradicionais e no apelo emocional que conecta os clientes às memórias afetivas relacionadas aos bolos caseiros. Essa abordagem destaca a marca em um mercado saturado por opções industrializadas, oferecendo um produto autêntico e carregado de significado.

A Bolos do Cerrado apresenta uma identidade visual que valoriza elementos regionais, com decoração que remete à cultura do Cerrado brasileiro. As lojas são ambientadas de forma a destacar ingredientes típicos e a riqueza cultural da região, proporcionando uma experiência autêntica aos clientes.

Figura 03 – Franquia Bolos do Cerrado (C)



Fonte: Bolos do Cerrado.

A franquia utiliza as redes sociais para promover seus produtos e destacar a origem dos ingredientes, educando os consumidores sobre a cultura local. Campanhas digitais focam em públicos específicos, especialmente aqueles interessados em gastronomia regional e produtos artesanais.

Para fidelizar a clientela, a Bolos do Cerrado oferece degustações e promoções em datas comemorativas regionais, incentivando os clientes a experimentarem novos sabores. Programas de fidelidade recompensam os consumidores com descontos e brindes, estimulando a lealdade à marca.

A principal estratégia de diferenciação da Bolos do Cerrado é o uso de ingredientes regionais e receitas tradicionais, oferecendo

produtos únicos que se destacam das opções convencionais. Essa autenticidade atrai consumidores em busca de novidades gastronômicas e experiências culturais. Entretanto, a forte identidade local pode representar um desafio na expansão para outras regiões, exigindo adaptações no cardápio e estratégias de marketing para atender a diferentes preferências culturais.

A análise comparativa das franquias revelou diferentes perfis de investimento e operação. A seguir será discutido como essas características impactam a escolha da franquia pelo investidor.

IMPACTO DA ESCOLHA DA FRANQUIA PARA O EMPREENDEDOR

A decisão de investir em uma franquia envolve diversos fatores que vão além da análise financeira. O perfil do investidor, os riscos inerentes ao setor e as oportunidades de crescimento são aspectos fundamentais na escolha do modelo de negócio mais adequado. Segundo Alon (2006), o sucesso em franchising depende não apenas da força da marca e do suporte oferecido pelo franqueador, mas também da capacidade do franqueado de administrar os desafios operacionais e estratégicos do empreendimento.

Cada franquia analisada neste estudo atende a diferentes perfis de investidores, variando em termos de investimento inicial, tempo de retorno e nível de envolvimento na gestão. Kotler e Keller (2016) destacam que um franqueado bem-sucedido precisa alinhar suas expectativas ao modelo de franquia escolhido, considerando fatores como complexidade operacional, ticket médio⁵ dos clientes e necessidade de inovação constante.

5 O ticket médio é um indicador financeiro que representa o valor médio gasto por cliente em uma compra ou transação em um determinado período. Ele é calculado dividindo o total de receita gerada por uma empresa pelo número de clientes atendidos nesse mesmo período (Ticket Médio = Receita Total / Número de Clientes).

- Amor em Pedações: Indicado para investidores com maior capacidade de investimento, que buscam uma marca consolidada no mercado e estão dispostos a lidar com custos operacionais mais elevados (royalties e taxa de publicidade) em troca de um maior reconhecimento da marca e suporte estruturado do franqueador.
- Vó Alzira: Ideal para empreendedores que preferem um equilíbrio entre investimento e faturamento, com um modelo de operação mais acessível e um apelo emocional forte que facilita a fidelização dos clientes.
- Bolos do Cerrado: Mais adequado para investidores que desejam um modelo de negócio enxuto, com menor barreira de entrada e alto potencial de rentabilidade, mas que exige estratégias específicas para expansão devido à sua identidade regional.

O investimento em franquias traz vantagens significativas, como o suporte operacional do franqueador, a credibilidade de uma marca estabelecida e um modelo de negócios testado. No entanto, também apresenta riscos que devem ser considerados antes da decisão final. Segundo Ferreira (2024), os principais desafios enfrentados pelos franqueados incluem oscilações no mercado, dependência das diretrizes do franqueador e custos recorrentes elevados, como royalties e taxas de publicidade.

Quadro 2 – Comparativo de riscos e benefícios

Franquia	Riscos	Benefícios
Amor em Pedações	Alto custo inicial (200.000/1.200.000 ≈ 16,7% do faturamento anual) e longo prazo para retorno do investimento (36 meses), além de forte concorrência no setor (cerca de 35 unidades enfrentam competição com confeitarias artesanais e redes estabelecidas).	Marca forte e alta demanda por seus produtos, reduzindo riscos operacionais (suporte estruturado e reconhecimento nacional).

Franquia	Riscos	Benefícios
Vó Alzira	Faturamento mensal abaixo da média do setor (70.000/1.200.000 ≈ 5,8% do faturamento anual de referência) e forte concorrência com confeitarias artesanais (274 unidades competem em um mercado saturado).	Apelo nostálgico e fidelização dos clientes devido à proposta de receitas caseiras (taxa de lucro de 12% a 18%).
Bolos do Cerrado	Baixo reconhecimento nacional (42 unidades representam menos de 1% do mercado de franquias de bolos) e competição acirrada em regiões não consolidadas.	Menor investimento inicial (200.000/660.000 ≈ 30,3% do faturamento anual) e margens de lucro mais atrativas (15% a 20%), permitindo um retorno mais rápido.

Fonte: Elaboração própria.

Com base nos dados analisados, a escolha da franquia ideal depende do perfil do investidor, da sua capacidade financeira e do seu nível de envolvimento na gestão do negócio. Dessa forma, o sucesso da operação não dependerá apenas da força da marca, mas também da capacidade do empreendedor de adaptar-se às exigências do setor e implementar estratégias que garantam a sustentabilidade e a expansão do negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar comparativamente três franquias do setor de alimentação – Amor em Pedacos, Vó Alzira e Bolos do Cerrado – com o objetivo de avaliar seus modelos de negócio, desempenho financeiro, estratégias de marketing e impacto para investidores. A partir da análise dos resultados, foi possível identificar vantagens e desafios específicos de cada franquia, oferecendo um panorama detalhado para potenciais empreendedores que desejam ingressar no setor de franquias.

A análise financeira demonstrou que cada franquia apresenta diferentes perfis de investimento e retorno. A Amor em Pedacos possui um alto custo inicial, mas se destaca pelo forte reconhecimento de marca e pelo suporte oferecido ao franqueado. A Vó Alzira apresenta um investimento moderado, equilibrando faturamento e custos operacionais, sendo uma opção para investidores que buscam menor risco e fidelização baseada em um apelo nostálgico. Já a Bolos do Cerrado requer um investimento inicial mais baixo, garantindo margens de lucro mais elevadas, mas com desafios relacionados à expansão e ao reconhecimento nacional.

A análise SWOT evidenciou os pontos fortes e fracos de cada franquia, destacando oportunidades estratégicas que podem ser exploradas pelos franqueados. Entretanto, fatores como a concorrência intensa e as oscilações no custo dos insumos devem ser considerados como potenciais ameaças ao crescimento sustentável dos negócios.

No que diz respeito às estratégias de marketing e posicionamento, cada franquia adota abordagens distintas para atrair e fidelizar clientes. A Amor em Pedacos aposta em um posicionamento premium, com forte presença digital e campanhas voltadas para engajamento nas redes sociais. A Vó Alzira utiliza a nostalgia como ferramentas de marketing, criando uma conexão emocional com seus consumidores. Já a Bolos do Cerrado se diferencia pelo uso de ingredientes regionais, valorizando a identidade cultural e atendendo a nichos de mercado específicos.

A análise do impacto da escolha da franquia para o investidor demonstrou que não há um modelo de negócio único e ideal. A decisão de investimento deve ser baseada no perfil do empreendedor, sua disponibilidade financeira, objetivos estratégicos e nível de envolvimento na operação do negócio. O sucesso de uma franquia está diretamente ligado à capacidade do franqueado de gerenciar desafios operacionais e adaptar-se às dinâmicas do mercado.

Como limitação de pesquisa indica-se que uma pesquisa de campo com franqueados poderia fornecer uma visão mais detalhada sobre a experiência operacional das franquias, mas exigiria um tempo maior para coleta e validação dos dados.

Dessa forma, este estudo contribui ao fornecer um guia comparativo fundamentado, auxiliando investidores a tomarem decisões mais informadas e estratégicas. Para futuras pesquisas, recomenda-se uma análise aprofundada sobre a satisfação dos franqueados, os desafios operacionais do dia a dia e o impacto das tendências digitais no setor de alimentação. Com essas informações, é possível aprimorar ainda mais o entendimento sobre o mercado de franquias e suas oportunidades de crescimento.

REFERÊNCIAS

ALON, I. **Global Franchising and Development**. Vancouver: Routledge, 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING. **Relatório de Desempenho do Setor de Franquias**. 2023.

BRASIL, Presidência da República. **Lei Nº 13.966, De 26 De Dezembro De 2019**. Brasília: Governo Federal, 2019. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/l13966.htm Acesso em: 17 Set 2024.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **International Business: The New Realities**. EUA: Pearson, 2014.

CORDEIRO, M. E. A. **Plano de negócio**: Estudo da viabilidade de abertura de uma confeitaria de doces artesanais na região da grande Florianópolis. Florianópolis: UFSC, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218237> Acesso em: 17 Set 2024.

FARIAS, C. A. **Empreendedorismo digital na gastronomia**: um estudo sobre quatro lojas de confeitaria do município de Maracanaú. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/72105> Acesso em: 17 Set 2024.

FERREIRA, R. **Estratégias para Franquias de Sucesso**. Rio de Janeiro: Editora Negócios e Inovação, 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOURVILLE, J. T. **Evolving to Meet Consumer Needs**: The Importance of Innovation in the Food Sector. EUA: Harvard Business Review, 2006.

GOUVEIA, M. **Tendências Emergentes no Mercado Alimentício**. São Paulo: Editora Gastronomia, 2023.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. Boston: Pearson, 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LAMBIN, Jean-Jacques. **Marketing Estratégico**: Planejamento e Implementação da Orientação para o Mercado. 7. ed. Lisboa: McGraw-Hill, 2007.

OLIVEIRA, J. R. **O Modelo de Franquias e sua Evolução no Mercado Brasileiro**. São Paulo: Editora Business, 2022.

PORTER, M. E. **Competitive Advantage**: Creating and Sustaining Superior Performance. EUA: Free Press, 1996.

QUADROS, C. M. **Tendências do Mercado de Alimentação**: Um Olhar sobre a Personalização e a Sustentabilidade. São Paulo: Editora Cultura, 2015.

QUADROS, P. M. **Estratégias de operacionalização de franquias devorata trufas artesanais**. Florianópolis: UFSC, 2015.

SANTINI, F. O.; SAMPAIO, C. H. **Modelos de avaliação financeira de franquias**. São Paulo: Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 2021.

SEBRAE. **Entenda o sistema de franchising e como ele é operado no mercado**. São Paulo: Sebrae, 2024.

SILVA, A.; COSTA, M. **Franquias: Tendências e Desafios Recentes**. Rio de Janeiro: Editora Empresarial, 2021.

SILVA, J.; LIMA, A. **Gestão e Qualidade em Franquias de Alimentos**. São Paulo: Editora Empresarial, 2022.

7

*Julia Gabriele Abelar Santana
Adriano Aparecido da Silva
Jesiel Souza Silva*

A TRAJETÓRIA ACADÊMICA DE UMA ESTUDANTE SURDA NO CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO:

UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

INTRODUÇÃO

Inicialmente, é necessário apresentar os documentos oficiais que asseguram uma educação de qualidade para estudantes surdos, visto que eles são fundamentais neste contexto. Dessa forma, tem-se a Lei Federal nº 10.436, de 24 de abril de 2002, a qual é um marco para a comunidade surda, pois oficializou a Língua Brasileira de Sinais (Libras) como língua de comunicação dos surdos. Em seguida, a sua regulamentação por meio do Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005, promovendo importantes contribuições para a educação dos surdos, incluindo a obrigatoriedade do uso da língua de sinais em vários espaços públicos e a presença de Tradutores Intérpretes de Libras/Língua Portuguesa (Tilsp).

Outro marco importante é a Lei Brasileira de Inclusão (LBI) da Pessoa com Deficiência (PcD), nº 13.146, de 6 de julho de 2015, abordando as necessidades educacionais dos estudantes surdos e a ênfase está no capítulo IV que trata sobre “Do direito à Educação” (Brasil, 2015). Em relação à educação de surdos, utiliza-se os autores Gesser (2009), Lima (2015), Strobel (2018) e Silva (2019) para ampliar as reflexões sobre a educação de surdos. Como suporte teórico sobre autobiografia utiliza-se Lejeune (1975) e Lenartovicz (2023).

Portanto, a relevância acadêmica desta pesquisa se justifica pela importância de responder às seguintes perguntas: quais os desafios dos estudantes surdos no Ensino Superior? E, principalmente, qual a contribuição da trajetória acadêmica da estudante surda no processo de ensino e aprendizagem de outros estudantes surdos, a partir do relato autobiográfico?

Importante frisar que aceitar o desafio de escrever a autobiografia da trajetória acadêmica de uma estudante surda significa romper com o silêncio e ressignificar a percepção sobre a aprendizagem no ensino superior, imersa na vida pessoal e profissional de quem vivencia diariamente preconceitos linguísticos e sociais.

Deste modo, para estabelecer sentido aos anos trilhados no curso de Bacharelado em Administração, recorre-se a Silva (2019, p. 20), quando ele escreve que o surdo “é o ator, é o sujeito da sua história, ele precisa se empoderar, dar opinião e participar das decisões pedagógicas para marcar a presença da Libras, para marcar o discurso Surdo, para marcar o status e a defesa de uma educação de Surdos de qualidade”. Assim, com direito de comunicação/fala, a estudante surda apresenta este relato de experiência como forma de dar visibilidade às pessoas surdas e tornar o desconhecido mais conhecido e disseminado por esta pesquisa.

O propósito deste relato de experiência é descrever de forma reflexiva a trajetória acadêmica de uma estudante surda no curso de Bacharelado em Administração, localizado na cidade de Rio Verde – Goiás. Este relato é autobiográfico e considera fases anteriores ao ingresso neste curso para que a narrativa seja contextualizada, destaca-se o período de 2020 a 2024. O objetivo é apresentar as vivências, desafios, fragilidades e possíveis intervenções no espaço acadêmico, para que outros estudantes surdos possam ter acesso ao conhecimento e desenvolver seu potencial acadêmico e profissional. Especificamente, busca-se conceituar a educação de surdos com base na legislação e na literatura nacional; definir o que é autobiografia; e apresentar e analisar a trajetória acadêmica de uma estudante surda no ensino superior.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E ASPECTOS LEGAIS NA EDUCAÇÃO DE SURDOS

Historicamente, a educação de surdos é marcada por várias filosofias que adotam diferentes estratégias sobre a melhor forma

de educá-los. Um dos métodos conhecidos é o oralismo, que focava na correção da surdez e no treinamento da oralização. Mas acabou sendo um retrocesso, pois proibiu o uso da língua de sinais e a presença de professores surdos (Lenartovicz, 2023).

Com o tempo, surgiu a comunicação total, uma tentativa de facilitar a interação entre surdos e ouvintes. No entanto, essa abordagem tinha a Língua Portuguesa como base, descaracterizando a língua de sinais. Silva (2019, p. 25) argumenta que “o resultado foi uma percepção equivocada, pois havia implicações da língua majoritária na estrutura gramatical das línguas utilizadas e para os Surdos foi uma tentativa complexa e exaustiva.”

Diante da ineficácia dos métodos anteriores, o bilinguismo foi introduzido, respeitando a língua de sinais como primeira língua (L1) e a Língua Portuguesa na modalidade escrita, como segunda língua (L2), no processo educacional dos alunos surdos. Essa abordagem tem mostrado avanços consideráveis na educação dos surdos (Lima, 2015; Silva, 2019 e Lenartovicz, 2023).

Sobre o bilinguismo, Lenartovicz (2023, p. 33) destaca que “a luta antipaternalista continua e, por meio da educação bilíngue, esperamos ver os surdos escreverem essas obras e determinarem seu futuro.” No entanto, ainda existem desafios devido à falta de profissionais bilíngues e de espaços adequados para atender às necessidades dos estudantes surdos.

Logo, conhecer a história da educação de surdos é fundamental para refletir e questionar os diversos acontecimentos relacionados à educação em várias épocas e também refletir sobre o porquê das políticas de inclusão avançarem e os surdos ainda continuam sendo excluídos (Silva, 2019).

No Brasil, a oficialização da Libras se deu por meio da Lei nº 10.436 de 2002 e sua regulamentação através do Decreto nº 5.626 de 2005, os quais propiciaram um avanço significativo,

dando visibilidade e reconhecimento à Libras em todo o território nacional. A Lei nº 10.436 reconhece a Libras como um sistema linguístico de natureza visual-espacial, com estrutura gramatical própria, utilizado para a comunicação e expressão de ideias pela comunidade surda (Brasil, 2010).

O Decreto nº 5.626 estabelece, entre outras coisas, a obrigatoriedade de oferecer cursos para a formação de professores no ensino e uso da Libras e da modalidade escrita da Língua Portuguesa para surdos, visando prover escolas que atendam às especificidades linguísticas dos alunos surdos (Silva, 2019). Além disso, o Decreto traz diretrizes sobre a formação de Tlsp e esses profissionais são fundamentais na trajetória acadêmica dos estudantes surdos.

Outra Lei importante é a nº 13.146, de 6 de julho de 2015, conhecida como Lei Brasileira de Inclusão e assegura vários direitos às pessoas com deficiência que favorecem o desenvolvimento acadêmico dos estudantes surdos. No seu artigo 27 afirma que a educação constitui direito da pessoa com deficiência, assegurando um sistema educacional inclusivo em todos os níveis e promovendo o máximo desenvolvimento possível de seus talentos e habilidades (Brasil, 2015).

Nesta lei, no artigo 28, reforça a necessidade de um sistema educacional inclusivo, aprimoramento dos sistemas educacionais, oferta de educação bilíngue, adoção de práticas pedagógicas inclusivas, formação de professores e a presença do Tlsp para oferecer a acessibilidade linguística para o estudante surdo (Brasil, 2015).

Em relação ao Tlsp, Quadros (2004, p. 11) descreve ele como um profissional que “traduz e interpreta o que foi dito e/ou escrito, interpretando a língua de sinais para a língua falada e vice-versa em quaisquer modalidades que se apresentar (oral e escrita).” Este profissional é essencial em todos os ambientes institucionais, seja para garantir a acessibilidade comunicacional na sala de aula, ou mesmo em outros ambientes das instituições.

Contudo, Lacerda (2008) afirma que, apenas a presença do Tilsp em sala de aula, sem considerar as estratégias metodológicas adequadas pelos docentes, não garante que uma educação de qualidade seja alcançada. As reflexões são aplicáveis a qualquer modalidade de ensino, destacando a necessidade de conhecimento da língua de sinais e práticas pedagógicas visuais por parte dos professores. Sobre as práticas pedagógicas, Lima (2015) afirma que, quando o professor se interessa pelas experiências dos estudantes surdos, ele se abre para aprender com a experiência do outro, o que “implica encontros, conflitos, estranhamentos, (des)conhecimentos, (des)aprendizagens, dúvidas, (in)certezas, acontecimentos, irrupções ...” (Lima; 2015, p. 33).

A ampliação do acesso das pessoas surdas ao ensino superior tem sido possibilitada por diversas políticas de educação inclusiva e ações afirmativas, como a videoprova em Libras oferecida pelo Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) desde 2018. No entanto, existem desafios, pois, após o ingresso do aluno surdo no ensino superior, a demanda por profissionais Tilsp aumenta. Com a extinção do cargo efetivo de Tilsp na rede de ensino federal pelo Decreto nº 10.185 de 2019, houve prejuízos para os estudantes surdos.

Com os avanços legais permitiram que as pessoas surdas tivessem acesso ao ensino superior, mas, diante da extinção do cargo efetivo de Tilsp, como as Instituições estão oferecendo acessibilidade linguística em Libras? Para responder essa questão, Lenartovicz (2023) ressalta a importância de narrar experiências, afirmando que

Ações como contar fatos, experiências e relatos se configuram como uma das principais atividades que o homem realiza quando utiliza a linguagem. É por meio destas ações que compartilhamos vivências, sejam elas agradáveis ou dolorosas, o que nos faz compreender a vida, a responder algumas dúvidas existenciais e entender como o homem se constitui enquanto sujeito” (Lenartovicz, 2023, p. 6).

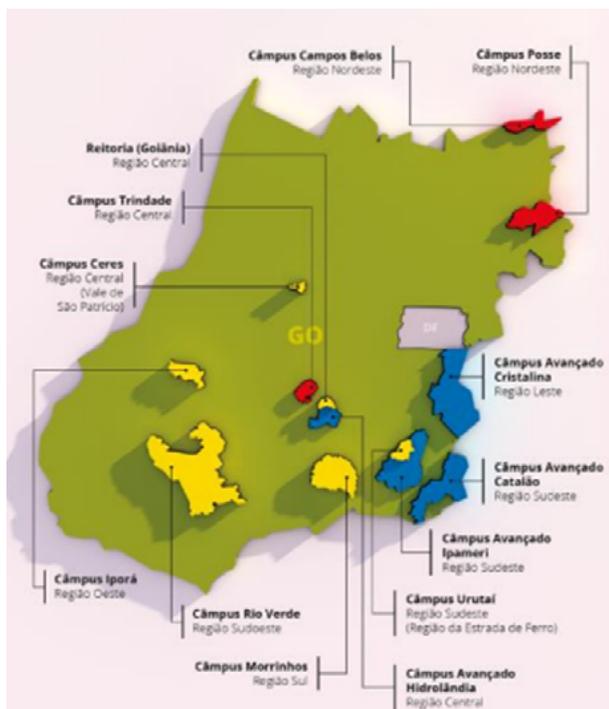
Portanto, este estudo é uma autobiografia de uma estudante surda no curso de Bacharelado em Administração. Segundo Lenartovicz (2023, p. 8), “a autobiografia tem o papel de aprofundar

o conhecimento do sujeito participante da pesquisa acerca de sua própria história, buscando compreender este percurso e imergir no seu interior.” Assim, no próximo capítulo, será contextualizado o estudo a partir da caracterização da Instituição e das ações para o acesso, a permanência e êxito do estudante surdo.

BREVE CONTEXTO EDUCACIONAL NO IFGOIANO – CAMPUS RIO VERDE

O Instituto Federal de Ciências, Tecnologia e Educação Goiano (IFGoiano) surgiu a partir da Lei 11.892, de 29 de dezembro de 2008 e ele possui 12 campi no Estado de Goiás, conforme a figura abaixo.

Figura 1 – Mapa de localização dos campi do Instituto Federal Goiano



Fonte: IFGoiano [online] (2016).

Entre os campi do Instituto Federal Goiano, destaca-se o Campus Rio Verde, localizado na região sudoeste do estado de Goiás. Em 2024, esta unidade oferece um total de 9 cursos técnicos, 11 cursos de graduação, 8 programas de mestrado e 2 de doutorado. Dentre esses cursos está o Bacharelado em Administração, que foi implementado em 2019 (IF Goiano, 2024).

O curso de Bacharelado em Administração tem como missão formar profissionais treinados, proporcionando uma educação que alia teoria e prática e valoriza a diversidade dos alunos ingressantes e disponibiliza vagas anuais, com aulas no período noturno, e adota ações afirmativas no processo seletivo para promover o ingresso de alunos com deficiência (IF Goiano, 2020).

Após serem admitidos, esses estudantes recebem suporte do Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (NAPNE), cuja missão é fomentar a inclusão no Campus.

O NAPNE atua para garantir o acesso, a permanência e o sucesso acadêmico dos alunos com necessidades específicas, promovendo ações que facilitam a inserção de grupos vulneráveis no IF Goiano (IF Goiano, 2024).

Os membros deste núcleo buscam implementar iniciativas voltadas para a inclusão de pessoas com diferentes necessidades e promovem a discussão sobre aspectos técnicos e pedagógicos, bem como a eliminação de barreiras arquitetônicas, atitudinais e educacionais. Consideram-se também as particularidades de cada tipo de deficiência, como o intuito de estimular uma prática pedagógica inclusiva e de reflexão sobre o papel do professor e da instituição nesse contexto (IF Goiano, 2024).

Apesar dos avanços promovidos pela coordenação do NAPNE Campus Rio Verde, ainda há desafios significativos a serem enfrentados. A acessibilidade educacional/comunicacional e a inclusão plena de pessoas com necessidades específicas exigem investimentos

contínuos em infraestrutura, capacitação dos docentes e sensibilização da comunidade acadêmica. O trabalho dos membros do NAPNE e a presença do Tilsp são exemplos de iniciativas essenciais, mas o verdadeiro sucesso da inclusão passa pela construção de uma cultura institucional que valoriza a diversidade e se compromete em eliminar barreiras, sejam elas físicas, pedagógicas e atitudinais.

O compromisso em oferecer condições adequadas aos estudantes com deficiência representa um passo importante, mas a efetivação de uma educação realmente acessível demanda ações articuladas e políticas institucionais que vejam a inclusão como um pilar central do processo educativo. Apenas com esse compromisso contínuo será possível garantir que todos os estudantes, incluindo acadêmicos surdos, tenham as mesmas oportunidades de aprendizado, desenvolvimento e inserção no mercado de trabalho, em igualdade de condições com pessoas sem deficiência.

No entanto, a ausência de recursos adequados e a falta de em número suficiente de Tilsp efetivos ainda representam barreiras significativas para os estudantes surdos, limitando a sua experiência acadêmica e dificultando a sua plena integração. Para que a inclusão não seja apenas uma intenção ou romântica, é fundamental que o IF Goiano – Campus Rio verde avance na criação de um ambiente verdadeiramente acessível e acolhedor para todos.

METODOLOGIA

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é um relato de experiência, fundamentado no gênero autobiográfico, que permite atribuir sentido aos fenômenos observados e expressar, com liberdade, pensamentos e reflexões a partir da trajetória acadêmica de uma estudante surda do curso de Bacharelado em Administração.

A pesquisa se baseia em uma abordagem qualitativa (Bogdan; Biklen, 1994) e foi conduzida por meio das seguintes etapas: coleta de dados pessoais em ordem cronológica, escrita narrativa em primeira pessoa, reflexão crítica e integração teórica (Lejeune, 1975).

RELATO DE EXPERIÊNCIA

A vivência da pessoa surda é marcada por diferentes tipos de lutas diárias. Viver em uma sociedade onde a maioria se comunica por meio da língua oral-auditiva e não conhece a Libras exige de nós, surdos, um esforço constante para superar a falta de inclusão e as barreiras de acessibilidade linguística. Neste relato, compartilho a minha experiência, como estudante surda que, diante de diversos obstáculos, esteve presente no IF Goiano - Campus Rio Verde entre 2020 a 2024 no curso de Bacharelado em Administração.

Contudo, neste relato considero algumas fases que antecederam minha entrada no IF Goiano para contextualizar minha história. Após, farei um recorte cronológico sobre minha vivência no curso de Bacharelado em Administração, entre 2020 a 2024, apresentando os desafios e as potencialidades que podem trazer reflexões e gerar novos conhecimentos de modo que outros estudantes surdos tenham igualdade de acesso à educação com equidade para desenvolver o seu potencial acadêmico e profissional.

As batalhas da minha vida começaram desde cedo, quando nasci prematuramente, com apenas seis meses de gestação e pesando apenas 900 gramas. Fui uma bebê pequena e frágil, necessitando de aparelhos para respirar e de transfusões de sangue; quase perdi a vida. Passei dois meses na incubadora, enfrentando dias difíceis, tanto para mim quanto para minha família. Com muita perseverança, consegui ter alta da Unidade de Terapia Intensiva (UTI), mas as intervenções

médicas deixaram sequelas em minha vida. Aos sete meses, recebi o diagnóstico de surdez profunda bilateral. Naquela época, eu e minha família desconhecíamos a possibilidade de comunicação através da Libras e utilizávamos sinais caseiros⁶ para nos expressar.

Quando eu estava prestes a completar quatro anos, devido à preocupação constante dos meus pais com minha surdez, fomos ao médico, que sugeriu a realização do Implante Coclear (IC). Nos anos seguintes, tentei me adaptar ao IC na esperança de ouvir, mas não consegui me ajustar. Foi então que a Libras se tornou uma parte fundamental da minha vida.

Quando comecei a frequentar a escola, não havia nenhum profissional capacitado em Libras, e isso me fazia sentir excluída de todo o processo educacional. Essa exclusão se estendia a todos os espaços sociais, pois não encontrava pessoas capazes de se comunicar comigo. Somente no 6º ano do ensino fundamental pude interagir na minha língua, a Libras, graças à presença de um Tradutor Intérprete de Libras-português e de colegas surdos na mesma sala de aula. Essa mudança foi significativa e o mundo ao meu redor começou a ganhar cores. Nos anos anteriores, eu não tinha aprendido a ler e escrever, e agora, pela primeira vez, me sentia parte de algo maior.

Assim, continuei meus estudos e, em 2019, me inscrevi no curso técnico em Administração, marcando o início da minha história no IF Goiano – Campus Rio Verde. Para não alongar o texto, resumirei essa etapa, pois as experiências vividas foram semelhantes quando ingressei no curso de Bacharelado em Administração, que é o foco deste relato.

Com muita alegria, fiz minha matrícula no curso técnico e me preparei com ansiedade para o primeiro dia de aula. As aulas aconteciam de segunda à sexta-feira, mas a presença do Tilsps na sala de aula

6

Sinais caseiros correspondem aos gestos ou construções simbólicas inventados no ambiente familiar na tentativa de facilitar a comunicação entre crianças surdas e pais ouvintes. (Strobel, 2018).

era limitada a apenas duas vezes por semana, nas quintas e sextas-feiras, já que havia somente um Tilsp para atender seis alunos surdos matriculados na instituição. Essa situação fez com que o intérprete se dividisse para oferecer acessibilidade a todos. Como resultado, eu enfrentava dificuldades para entender os professores devido à falta de acessibilidade linguística, e essa ausência de práticas pedagógicas adequadas prolongou meu tempo de conclusão do curso técnico em Administração. Apesar das dificuldades, encontrei identificação com a área e decidi me inscrever no processo seletivo para o curso de Bacharelado em Administração.

E assim, no ano de 2018, não fui aprovada no processo seletivo, em parte porque desconhecia a existência da opção de videoprova no ENEM. No ano seguinte, em 2019, me inscrevi novamente no ENEM e, para minha alegria, consegui aprovação. Com minha nota, ingressei no curso de Bacharelado em Administração no IF Goiano – Campus Rio Verde, tornando-me a primeira estudante surda a ingressar em um curso superior na instituição.

Iniciei as aulas em 2020 e, mais uma vez, enfrentei obstáculos. No início do semestre letivo, pois não havia Tilsp disponível, e a instituição contava apenas com um intérprete para atender cinco alunos surdos matriculados nos cursos técnicos. Na sala de aula, os professores falavam incessantemente, e eu não conseguia entender o que estava acontecendo nas aulas, o que gerou muita frustração. Mesmo com o uso de recursos tecnológicos para apresentar os conteúdos das disciplinas, eu saía das aulas angustiada, sem saber se havia compreendido o que me foi ensinado.

Percebi que alguns professores ficaram surpresos ao descobrir que eu sou surda, pois não imaginavam que uma pessoa surda pudesse cursar o ensino superior. Após entrar em contato com o coordenador do NAPNE, o setor responsável por mediar essa situação, minha esperança de obter acessibilidade foi renovada. No entanto, não houve tempo suficiente para resolver essas questões,

pois o coronavírus SARS-COV-2 chegou e as aulas presenciais foram canceladas, dando lugar às aulas remotas.

Esse período foi difícil para todos e a adaptação às aulas online foi complicada, especialmente porque minha língua é visual. Com frequência, as aulas travavam, resultando na perda de informações importantes. Muitos vídeos disponíveis não tinham legendas e nem tradução em Libras, o que dificultava ainda mais meu aprendizado. Além disso, os grupos criados no WhatsApp não ajudaram, já que os professores enviavam áudios que eu, sendo surda, não conseguia acessar. Como resultado, frequentemente perdia prazos para entregar atividades, e o prejuízo acadêmico aumentava a cada dia, perpetuando a exclusão.

Com o retorno das aulas presenciais, novamente fiquei sem o profissional Tilsp. Somente, após esse período foram contratados dois novos intérpretes de Libras. A ausência deles impactou negativamente na minha aprendizagem, gerando muita angústia e resultando em reprovações em algumas disciplinas. No entanto, continuei lutando com o apoio da minha família e amigos, já que o contrato dos intérpretes durou apenas alguns meses. A batalha para garantir meu direito fundamental ao acesso aos conteúdos acadêmicos na minha língua, a Libras, continuou. Em um momento posterior, houve a presença de um Tilsp, mas em um formato itinerante, o que significava que, devido à presença de outros acadêmicos surdos com horários semelhantes, o intérprete ficava apenas alguns dias na minha sala de aula. Fato ocorrido quando cursei o Técnico em Administração. Esse arranjo se manteve até que a Instituição conseguisse contratar novos intérpretes, após várias reuniões com o coordenador do NAPNE.

A partir do momento que eu tinha Tilsp todos os dias na minha sala de aula, em eventos, palestras, eu pude interagir com os professores e demais colegas de sala. Eu ficava emocionada, pois me senti inserida em um ambiente, o qual passei por meses sendo excluída pela falta de acessibilidades, falta de práticas pedagógicas que me inserisse nas aulas, enfim era um processo que me doía muito.

Contudo, foram apenas alguns meses e novamente eu estava sem TilsP e quando fui ao Napne conversar com o coordenador me disseram que o contrato havia sido encerrado.

Eu procurei os meus direitos no Ministério Público para resolver a questão e, posteriormente, recebi a comunicação que iriam contratar outro TilsP. Para minha surpresa, este profissional não tinha proficiência na Libras. Eu recebia conteúdo com lacunas, às vezes bem resumidos e sem clareza na interpretação. No entanto, continuei estudando e buscando outras alternativas, como amigos que sabiam sinalizar para me ajudar nos estudos e trabalhos acadêmicos.

Levei a situação novamente ao coordenador do Napne, mas, infelizmente, não obtive sucesso, pois argumentavam que não havia outro profissional disponível. Enfrentar essas barreiras constantes me fez desanimar e, em alguns momentos, pensar em desistir, pois as dificuldades pareciam insuperáveis.

É exatamente por isso que considero importante compartilhar meu relato de experiência, pois ele evidencia a urgência de políticas públicas voltadas para a inclusão de pessoas surdas no ambiente acadêmico. A falta de acessibilidade impacta profundamente a vida das pessoas em condição de deficiência, causando prejuízos que muitas vezes são irreparáveis.

Ao longo do curso, percebi que muitos dos professores não conheciam ou não compreendiam completamente as dificuldades enfrentadas por um aluno surdo. A inclusão vai muito além da simples presença de um intérprete de Libras; a prática pedagógica dos professores também tem um papel crucial para que eu me sentisse incluída ou excluída do contexto educacional. Agora, ao concluir minha graduação, tenho a certeza de que preciso continuar lutando. Quero fazer com que minha experiência seja um exemplo para impulsionar mudanças e evitar que outros estudantes surdos passem pelas mesmas dificuldades que eu enfrentei.

Portanto, espero que essas narrativas permitam perceber que ainda há um longo caminho para a construção de espaços verdadeiramente inclusivos no ambiente educacional. Mudanças significativas precisam ser implementadas para que estudantes surdos possam concluir sua formação no ensino superior com sucesso e equidade.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O método autobiográfico é uma importante ferramenta que permite ao autor dar significado às suas vivências e comprometer-se em relatar verdades sobre suas experiências, conferindo-lhes sentido. Narrar a trajetória de uma estudante surda no curso de Bacharelado em Administração possibilitou a exploração de experiências pessoais que enriquecem as discussões sobre a educação inclusiva no ensino superior. Conforme Lenartovicz (2023, p. 8), “a autobiografia tem o papel de aprofundar o conhecimento do sujeito participante da pesquisa acerca de sua própria história, buscando compreender este percurso e imergir no seu interior.”

Além disso, as discussões sobre a cultura surda tornam-se essenciais para compreender o impacto da inclusão ou falta dela na trajetória acadêmica de surdos. Segundo Strobel (2008), a cultura surda deve ser vista e compreendida em sua singularidade, pois o sujeito surdo constrói sua identidade e entendimento do mundo de uma forma visual e experiencial. A autora surda Strobel salienta que “não se trata somente de reconhecer a diferença cultural do povo surdo, e sim, além disso, de perceber a cultura surda através do reconhecimento de suas diferentes identidades, suas histórias, suas subjetividades, suas línguas, valorização de suas formas de viver e de se relacionar” (Strobel, 2008, p. 14).

Nesse contexto, este relato expõe exatamente essa realidade, evidenciando como a ausência de intérpretes de Libras e de práticas pedagógicas visuais contribui para a marginalização da pessoa surda. Para Lacerda, o Tils p tem o papel na sala de aula de intermediar “as relações entre professor/aluno surdo, aluno ouvinte/aluno surdos nos processos de ensino/aprendizagem” e argumenta que “na ausência desses profissionais, a interação entre surdos e ouvintes fica muito prejudicada” (Lacerda, 2008, p.17).

As discussões teóricas e práticas levantadas neste trabalho não têm a intenção de julgar as pessoas envolvidas no processo educacional, mas de mostrar que a realidade vivida muitas vezes se desvia do que é previsto na legislação. Assim, o relato de experiência confronta a realidade acadêmica, evidenciando que o acolhimento esperado nem sempre se realiza efetivamente.

Lima (2015, p. 144) traz algumas indagações que merecem reflexões ao se referir ao docente e ao estudante surdo. Ela faz o seguinte questionamento “Que leituras de mundo as docentes vêm construindo com os estudantes surdos e surdas? Que vozes deles ecoam nelas? ”

De acordo com essa autora, a formação de professores para atuar com estudantes surdos ainda é um desafio que precisa ser enfrentado. Ela ressalta a falta de preparo dos docentes para lidar com as particularidades desses estudantes, o que compromete o desenvolvimento acadêmico e limita as oportunidades de aprendizado desses alunos.

Outro fator para ser analisado foi a insuficiência de Tils p na Instituição, o que resultou em prejuízos significativos na formação acadêmica e a falta de conhecimento dos docentes sobre a Libras e a educação de surdos reforçou a exclusão em diversos momentos. A esse respeito, Gesser (2009) afirma que a Libras não é apenas um meio de comunicação, mas também um elemento essencial da

identidade e cultura surda, que deve ser valorizado e reconhecido para que a inclusão de fato aconteça.

Para a autora, a presença de intérpretes de Libras é necessária, mas ainda insuficiente se não houver um esforço por parte dos docentes e da instituição em conhecer e respeitar a língua e a cultura dos surdos (Gesser, 2009). Assim, espera-se que as reflexões apresentadas possam estimular mudanças positivas na Instituição, promovendo a efetivação das Leis 10.436/2002, 13.146/2015 e do Decreto 5.626/2005, de modo que outros estudantes surdos possam desenvolver seu potencial acadêmico no ensino superior. Como afirma o autor surdo Lenartovicz (2023, p. 68):

Embora atualmente existam diversas políticas educacionais que versam sobre a inclusão desses alunos, ainda há muitos preconceitos impregnados, de forma consciente ou inconsciente, na mente humana. O problema reside na formação: se houvesse conhecimento sobre a cultura e a língua de uma pessoa surda, talvez a realidade fosse diferente.

Portanto, essa carência na formação docente e a falta de acessibilidade linguística refletem-se em vivências acadêmicas permeadas por obstáculos que precisam ser reconsiderados. Com as discussões levantadas, estima-se contribuir para que mudanças significativas ocorram no cenário educacional do IFGoiano – Campus Rio Verde.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relato de experiência teve como objetivo apresentar a trajetória acadêmica de uma estudante surda no curso de Bacharelado em Administração no IFGoiano – Campus Rio Verde, com a expectativa de que as reflexões desta vivência possam evidenciar a

necessidade de políticas públicas que garantam não apenas o acesso, mas também a permanência e o sucesso de todos os estudantes, independentemente de suas condições de vida.

Após abordar sobre a legislação, o processo histórico da educação de surdos e o relato de experiência, a relevância deste estudo acadêmico se justificou pela busca de respostas às perguntas: quais são os desafios enfrentados pelos estudantes surdos no ensino superior? E como a trajetória de uma estudante surda pode contribuir para o processo de ensino-aprendizagem de outros alunos surdos, especialmente através do relato de experiência.

O estudo revela que ouvir a experiência dos próprios estudantes é essencial para a construção de um espaço acadêmico mais inclusivo, que precisa ser urgentemente ressignificado. No caso dos estudantes surdos, a presença de Tilsip é fundamental, mas sem metodologias adequadas por parte dos professores, os desafios persistirão ao longo da trajetória acadêmica.

Este relato também aponta a necessidade de novas pesquisas que indiquem caminhos para tornar o ensino superior mais inclusivo e que fundamentem mudanças baseadas em dados confiáveis. O contexto educacional é repleto de conflitos, sendo essencial revisar e ressignificar práticas e teorias para gerar novos conhecimentos que assegurem condições para o pleno desenvolvimento de todos os estudantes.

Embora haja progresso legislativo, é vital entender como essas leis estão sendo aplicadas na prática e quais os impactos são promovidos no ambiente educacional. As respostas aos questionamentos deste estudo indicam que as condições de equidade no espaço acadêmico ainda são insuficientes. Espera-se que, a partir deste relato, os professores reconheçam as dificuldades enfrentadas por estudantes surdos, ajustem suas práticas pedagógicas para proporcionar melhores condições de aprendizagem e compreendam

que a presença de intérpretes de Libras é apenas um dos elementos necessários para essa inclusão. Que essas narrativas incentivem reflexões e possíveis intervenções para oferecer condições adequadas ao desenvolvimento do potencial acadêmico dos estudantes surdos.

Além disso, espera-se que essas reflexões estimulem a criação de políticas e práticas pedagógicas mais eficazes, garantindo que o espaço acadêmico evolua para ser verdadeiramente equitativo e acessível. A presença de intérpretes de Libras e o preparo docente devem caminhar juntos para proporcionar uma experiência educacional, inclusiva, equitativa e de qualidade para todos os estudantes.

REFERÊNCIAS

BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. 2. ed. Porto: Porto Editora, 1994.

BRASIL. **Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005**. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil03/ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm>. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 10.185, de 20 de dezembro de 2019**. Extingue cargos efetivos vagos e que vierem a vagar dos quadros de pessoal da administração pública federal e veda a abertura de concurso público e o provimento de vagas adicionais para os cargos que especifica. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D10185.htm. Acesso em: 12 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002**. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10436.htm. Acesso em: 01 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm. Acesso em: 01 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015.** Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 01 set. 2024.

GESSER, Audrei. **Libras? Que língua é essa?** São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

LACERDA, Cristina Broglia Feitosa de. **Intérpretes de Libras no contexto da educação infantil e no ensino fundamental:** questões relevantes. Educação & Sociedade, 2008.

LEJEUNE, Philippe. **O Pacto Autobiográfico.** São Paulo: Editora 34, 1975.

LIMA, Camila Machado de. **Educação de surdos:** desafios para a prática e formação de professores. Rio de Janeiro: Wak Editora, 2015.

LENARTOVICZ, Lucas Emanuel. **Um relato autobiográfico de um surdo sob o viés das políticas educacionais inclusivas.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Paraná, 2023. Disponível em: <https://tede.unicentro.br/jspui/handle/jspui/2114>. Acesso em: 20 jun. 2024.

PORTAL INSTITUTO FEDERAL GOIANO. **Campus Rio Verde.** Disponível em: <https://www.ifgoiano.edu.br>. Acesso em: 20 set. 2024.

PORTAL INSTITUTO FEDERAL GOIANO. **Projeto Pedagógico do Curso Bacharelado em Administração.** Rio Verde: IFGoiano, 2020. Disponível em: <https://www.ifgoiano.edu.br/home/index.php/cursos-superiores-rio-verde/9722-bacharel-em-administracao.html>. Acesso em: 20 set. 2024.

QUADROS, Ronice Müller de. **O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa.** Brasília, DF: [MEC], 2004.

SILVA, Adriano Aparecido da. **O ensino da língua portuguesa e da matemática para aluno surdo entrelaçado com o atendimento educacional especializado.** Dissertação de Mestrado. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás – Campus Jataí, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ifg.edu.br/handle/prefix/598>. Acesso em: 01 set. 2024.

STROBEL, Karen. **As imagens do outro sobre a cultura surda.** 4. ed., Florianópolis: Ed. da UFSC, 2018.

8

*Sinara Sousa Cardoso
Ítalo José Bastos Guimarães
Liedson Marques de Souza
Raquel dos Santos Canella
Simone Sousa Guimarães*

FATORES QUE IMPACTAM O EMPREENDEDORISMO FEMININO EM GOIÁS

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como um fenômeno de grande relevância no cenário econômico global, contribuindo significativamente para a geração de emprego, inovação e desenvolvimento social. No Brasil, apesar dos avanços conquistados nas últimas décadas, as mulheres empreendedoras ainda enfrentam desafios estruturais que dificultam sua ascensão no mercado de trabalho, especialmente no que se refere ao acesso a crédito, suporte institucional e conciliação entre vida profissional e responsabilidades domésticas (Reis; Leite, 2020; Araújo *et al.*, 2023). No estado de Goiás, essa realidade se manifesta de forma particular, exigindo uma análise detalhada dos fatores que impactam o empreendedorismo feminino e das condições que podem impulsionar sua expansão.

Historicamente, a inserção feminina no mercado de trabalho foi marcada por desigualdades. Desde a Revolução Industrial, as mulheres passaram a ocupar postos de trabalho em condições adversas, recebendo salários inferiores aos dos homens e sendo submetidas a jornadas exaustivas. No Brasil, avanços legais e sociais permitiram uma maior participação feminina no ambiente corporativo e empreendedor, contudo, ainda persistem barreiras que limitam o pleno desenvolvimento das mulheres no mundo dos negócios (Santos, 2021).

Diante desse contexto, este estudo tem como objetivo compreender o panorama do empreendedorismo feminino em Goiás, com base nos dados levantados pelo SEBRAE entre os anos de 2022 e 2023 e pelo IBGE (2022), a fim de identificar padrões, desafios e oportunidades que caracterizam o ambiente empreendedor liderado por mulheres no estado. Para tanto, foram definidos três objetivos específicos: a) analisar as características demográficas e os setores econômicos das empreendedoras goianas, a partir dos dados do SEBRAE, para compreender o perfil socioeconômico desse grupo; b) examinar o papel do empreendedorismo feminino no desenvolvimento

econômico regional em Goiás, considerando aspectos como rede de apoio, condições familiares e percepção sobre desigualdade de gênero; e c) propor recomendações práticas para o aprimoramento de políticas públicas, programas de apoio e estratégias de desenvolvimento que promovam a equidade de gênero e o crescimento sustentável do empreendedorismo feminino.

A relevância científica deste estudo reside na contribuição para o preenchimento de lacunas na literatura acadêmica sobre o empreendedorismo feminino em Goiás, oferecendo insights acerca das dificuldades e potencialidades desse segmento. Ademais, os achados podem embasar pesquisas futuras e subsidiar a formulação de estratégias e políticas que favoreçam a participação feminina no mercado empreendedor. Do ponto de vista social, a investigação destaca a importância das mulheres empreendedoras na geração de emprego e renda, contribuindo para a redução da desigualdade de gênero e para o fortalecimento da economia regional.

Dessa forma, a pesquisa pretende ampliar a compreensão sobre o empreendedorismo feminino em Goiás, contribuindo para o debate acadêmico e para a formulação de políticas públicas e iniciativas que fortaleçam as condições de atuação das mulheres empreendedoras. Por meio da análise dos relatórios do SEBRAE e de referências acadêmicas sobre o tema, este estudo busca fornecer um diagnóstico atualizado e embasado que auxilie na construção de um ambiente mais equitativo e favorável ao empreendedorismo feminino em Goiás.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: CONCEITOS, DESAFIOS E IMPACTOS SOCIAIS

O empreendedorismo pode ser compreendido como a capacidade de identificar oportunidades e utilizá-las de forma estratégica

para inovação e desenvolvimento econômico. Baggio e Baggio (2015) ressaltam que essa prática envolve criatividade, proatividade e gestão de riscos. Para Cardoso (2022), o empreendedorismo também pode ser analisado sob a ótica do impacto social, impulsionando práticas sustentáveis e promovendo mudanças na sociedade.

O empreendedorismo feminino tem crescido no Brasil, especialmente durante a pandemia de COVID-19, quando muitas mulheres recorreram a essa alternativa para garantir sustento e autonomia financeira. Notoriamente, a inserção feminina no mercado de trabalho foi marcada por desafios, incluindo a desigualdade salarial e a sobrecarga de funções. Com o tempo, essa realidade impulsionou o desenvolvimento de competências empreendedoras entre as mulheres (Santos, 2010).

Desde a década de 1980, observa-se um crescimento expressivo do empreendedorismo feminino no Brasil. Segundo a pesquisa *Women in Business* (Grant Thornton, 2024), o país está entre os dez com maior participação feminina em cargos de liderança. Estudos indicam que mulheres tendem a reinvestir sua renda no bem-estar familiar, o que gera impactos positivos na sociedade (Bandeira; Amorim; Oliveira, 2020).

Silva, Oliveira e Silva (2022) destacam que o empreendedorismo feminino não apenas gera independência financeira, mas também promove a transformação social. O relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2022) aponta que as mulheres empreendem tanto em negócios informais quanto em empreendimentos estruturados, demonstrando resiliência e inovação. A busca pela liberdade financeira tem sido uma motivação crescente, desafiando antigos estereótipos de gênero.

Embora o empreendedorismo seja uma ferramenta de empoderamento, mulheres ainda enfrentam dificuldades adicionais, como acesso a crédito e redes de apoio. Segundo Teixeira *et al.* (2021), nos

primeiros 48 meses de um negócio, os homens ainda representam a maioria dos empreendedores. Para reduzir essa disparidade, é essencial fortalecer políticas de incentivo e suporte institucional.

Pesquisas regionais apontam desafios específicos para as empreendedoras goianas. Sousa (2023) identificou dificuldades relacionadas à gestão do tempo e separação entre finanças pessoais e empresariais. Já, Machado (2021), em seu documentário sobre empreendedoras goianas, destacou o papel do meio digital na superação dessas barreiras e na expansão de negócios.

Diante desses fatores, percebe-se que as mulheres têm se destacado no empreendedorismo devido à capacidade de adaptação e inovação. Em um mercado dinâmico e globalizado, essa habilidade de reinvenção tem sido essencial para o sucesso e crescimento dos negócios liderados por mulheres.

METODOLOGIA

Conforme a definição de Prodanov e Freitas (2013), o presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, cujo propósito é gerar conhecimentos voltados à solução de problemas específicos, promovendo impacto prático sobre a realidade investigada. Além de buscar compreender os fenômenos estudados, esse tipo de pesquisa visa influenciar e aprimorar as condições existentes, considerando verdades e interesses contextuais, que abrangem os dados analisados.

Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, uma vez que tem como propósito coletar e relatar dados, informações e fenômenos, descrevendo-os conforme sua ocorrência. De acordo com Sampieri, Collado e Lucio (2006), a pesquisa descritiva permite mensurar as informações coletadas, ainda que não envolva necessariamente uma análise aprofundada desses materiais.

No que se refere à abordagem metodológica, o estudo adota uma perspectiva quali-quantitativa, conforme Gerhardt e Silveira (2009). Com a finalidade de compreender os fatores subjacentes aos fenômenos investigados, analisando as interações sem atribuir valores numéricos e utilizando diversas perspectivas analíticas, este estudo apoiou-se na abordagem qualitativa. Adicionalmente, a abordagem quantitativa foi utilizada para realizar a análise estatística dos dados, possibilitando a generalização dos resultados para um universo mais amplo, no caso específico, as mulheres empreendedoras do estado de Goiás.

Os procedimentos metodológicos empregados incluem a pesquisa documental que, segundo Marconi e Lakatos (2003), baseia-se na coleta de dados provenientes de documentos escritos ou não, considerados fontes primárias, que podem ser acessados tanto no momento da ocorrência dos eventos quanto posteriormente, como é o caso deste estudo.

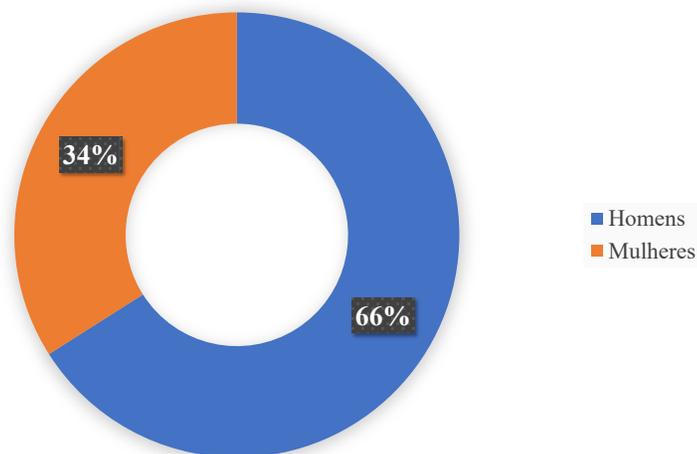
Para tanto este estudo apoiou-se em uma pesquisa bibliográfica, fundamentada em artigos disponíveis em bases eletrônicas acadêmicas, periódicos científicos, livros, websites e documentos institucionais. Entre as fontes utilizadas, destacam-se artigos científicos recuperados por meio da Plataforma Google Acadêmico, estudos realizados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), incluindo relatórios como “Perfil da Empreendedora Goiana – Empreendedorismo por Mulheres em Goiás” e “Características dos(as) Empreendedores – Empreendedorismo Feminino Completo”, abrangendo os anos de 2022 e 2023, além de dados do 4º tri/2023 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc, 2023) e do portal Data SEBRAE (2024), que disponibilizam um vasto conjunto de informações sobre empreendedorismo.

ANÁLISE DE DADOS

O EMPREENDEDORISMO FEMININO EM GOIÁS: ANÁLISE DEMOGRÁFICA, ECONÔMICA, SOCIAL E SETORIAL

A análise do empreendedorismo feminino em Goiás, baseada nos dados do portal Data SEBRAE (2024), revela discrepâncias significativas entre gêneros na atividade empresarial. O Gráfico 1 mostra que os homens representam 66% dos proprietários de negócios no estado, enquanto as mulheres correspondem a 34%, evidenciando uma disparidade considerável. Esse percentual reflete a histórica desigualdade de acesso a oportunidades empreendedoras, marcada por barreiras estruturais e culturais.

Gráfico 1 - Percentual de empreendedoras no total de donos de negócios em Goiás



Fonte: Adaptado de portal Data SEBRAE (2024).

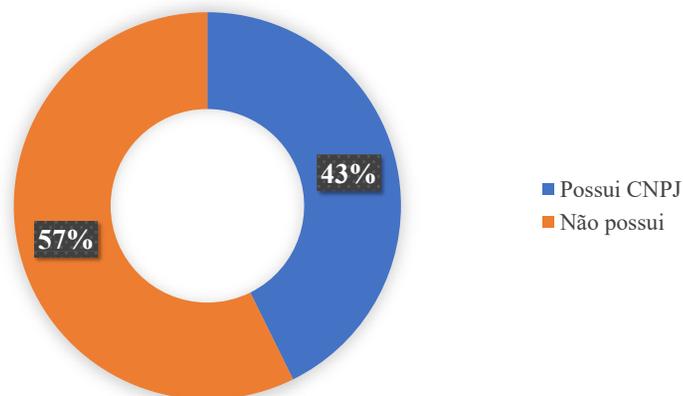
Pesquisas indicam que a pandemia de COVID-19 impulsionou o empreendedorismo feminino. Em Luziânia, sétimo município mais populoso do estado (IBGE, 2022), um estudo realizado entre 2020 e 2022 demonstrou que a crise sanitária ampliou a participação das mulheres nos negócios, motivadas pela escassez de empregos formais, necessidade de renda e busca por flexibilidade (Silva; Oliveira; Silva, 2022). Isso sugere que muitas ingressaram no empreendedorismo por necessidade, e não por oportunidade estratégica.

Em Rio Verde, a pesquisa de Pereira (2022) identificou desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em 2022, como falta de conhecimento de mercado, dificuldades na gestão, acesso restrito ao crédito, ausência de apoio institucional, inadimplência de clientes e burocracia excessiva.

No contexto nacional, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023) apontou desigualdade de gênero na abertura de novos negócios (TEA - sigla em inglês para Taxa de Empreendedorismo Inicial), com 22,8% liderados por homens e 14,7% por mulheres. Essa diferença de 8,1 pontos percentuais também se reflete em Goiás, onde apenas 33,7% dos mais de 1 milhão de empreendimentos são chefiados por mulheres (PNADc, 2023).

Outro dado relevante diz respeito à informalidade dos negócios femininos. O Gráfico 2 mostra que a maioria das empreendedoras goianas atua sem CNPJ, superando em 14 pontos percentuais aquelas com registro formal. A informalidade limita o acesso a crédito, parcerias e garantias legais, representando um entrave ao crescimento sustentável dos empreendimentos (PNADc, 2023).

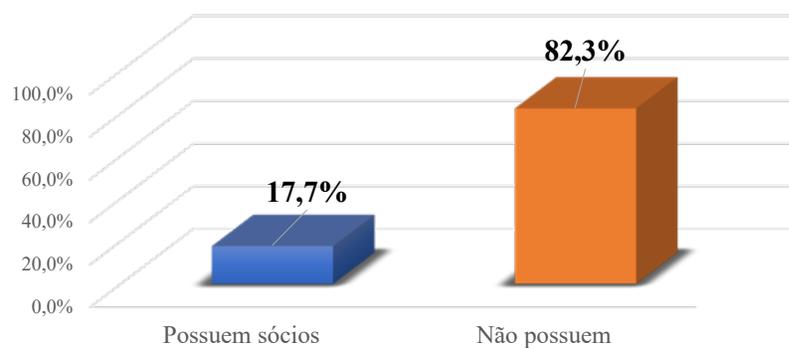
Gráfico 2 - Donas de negócios que possuem CNPJ em Goiás



Fonte: Adaptado de PNADc (2023).

O Gráfico 3 revela que apenas 17,7% das empreendedoras possuem sócios, demonstrando a predominância de negócios individuais. Segundo o Relatório Características dos Empreendedores - Empreendedorismo Feminino Completo (SEBRAE, 2023a), essa autonomia pode indicar tanto um desejo de independência quanto a ausência de apoio institucional ou familiar. A desigualdade de gênero se acentua ao observar que 21% dos homens recebem apoio das prefeituras locais para iniciar seus negócios, contra apenas 8% das mulheres (SEBRAE, 2023a).

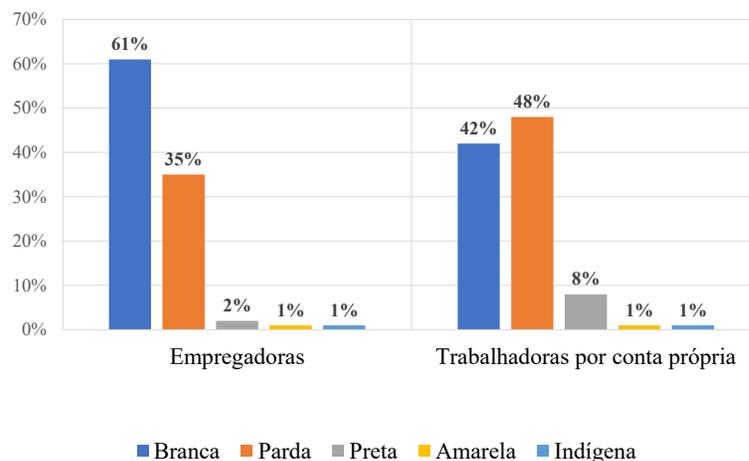
Gráfico 3 - Percentual de empreendedoras que possuem sócios



Fonte: Adaptado de Sebrae (2023a).

A análise racial mostra uma significativa desigualdade no empreendedorismo feminino goiano. O Gráfico 4 aponta que, entre as mulheres empregadoras, 61% são brancas, enquanto 35% são pardas e 2% são pretas. Esse cenário sugere que as mulheres brancas têm maior acesso a capital, redes de apoio e menores barreiras institucionais (SEBRAE, 2023b).

Gráfico 4 - Perfil ocupacional por cor/raça em Goiás

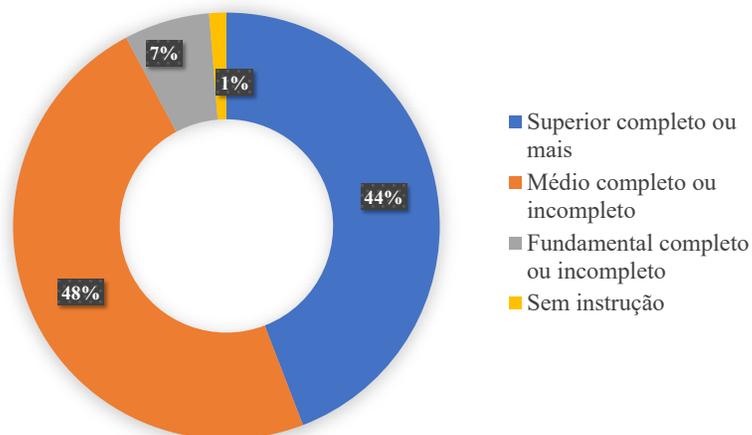


Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

A informalidade é mais comum entre mulheres pardas (48%) e pretas (8%), enquanto a presença de brancas cai para 42%. Essa diferença reflete desigualdades estruturais, como restrição ao crédito e redes profissionais menos consolidadas, reforçando a necessidade de políticas públicas para equidade racial no empreendedorismo.

O Gráfico 5 revela que 48% das mulheres empreendedoras possuem ensino médio completo ou incompleto, 44% possuem nível superior ou mais e 7% possuem apenas o ensino fundamental (SEBRAE, 2023b). A existência de apenas 1% das empreendedoras sem escolaridade destaca a importância da educação formal no ingresso e permanência no empreendedorismo.

Gráfico 5 - Escolaridade das donas de negócio em Goiás

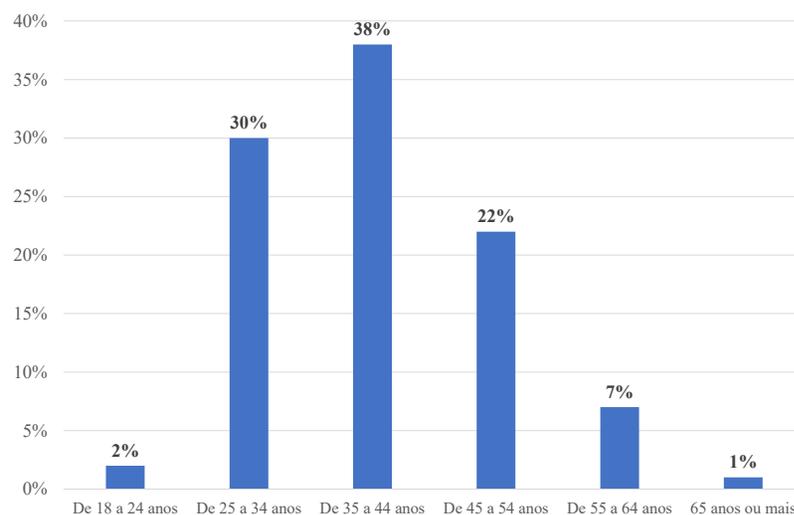


Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

O cenário atual do empreendedorismo feminino corrobora a análise de Santos (2021), que associa o crescimento da presença das mulheres no mercado de trabalho à erradicação do trabalho infantil nas fábricas e aos avanços tecnológicos. Esses fatores contribuíram para sua qualificação e ingresso em funções mais complexas. Assim, a elevação do nível de escolaridade favorece não apenas o ingresso no empreendedorismo, mas também a competitividade e a sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres, consolidando a educação como pilar do desenvolvimento econômico e social.

Em Goiás, os dados sobre a faixa etária das donas de negócios apresentam que mulheres entre 25 e 54 anos, com maior formação e trajetória profissional, demonstram condições mais favoráveis para uma atuação estratégica e segura no mercado, conforme evidencia o Gráfico 6.

Gráfico 6 - Faixa etária das donas de negócio em Goiás

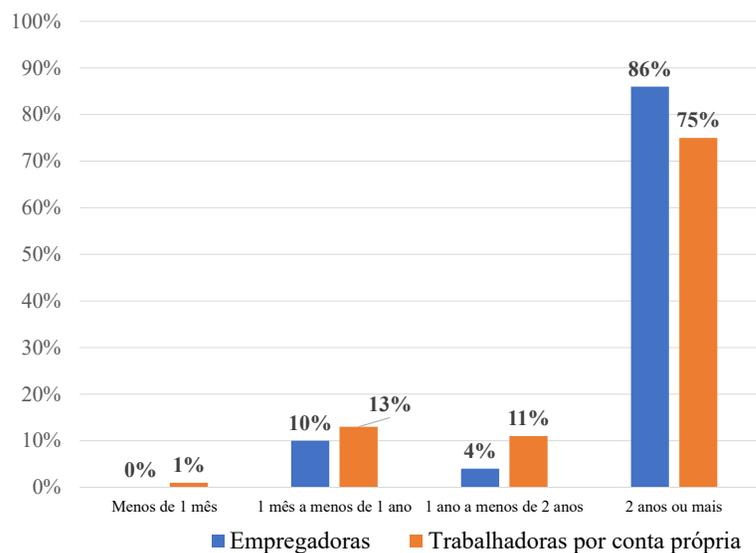


Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

A maioria das empreendedoras tem entre 35 e 44 anos (38%), seguida por 25 a 34 anos (30%). Mulheres de 45 a 54 anos representam 22%, enquanto aquelas acima de 55 anos têm menor participação, possivelmente devido à transição para aposentadoria ou desafios na gestão de novos negócios.

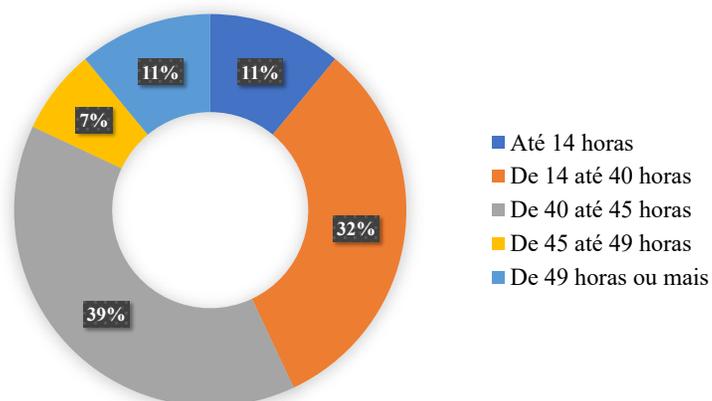
Os Gráficos 7 e 8 mostram que a maioria das empreendedoras atua no mercado há mais de dois anos e trabalha entre 40 e 45 horas semanais, o que equivale a uma jornada formal. Contudo, 32% dedicam entre 14 e 40 horas semanais, refletindo a conciliação do trabalho com outras responsabilidades. Além disso, 11% ultrapassam 45 horas semanais, indicando sobrecarga e dificuldades na expansão dos negócios sem comprometer o bem-estar (SEBRAE, 2023b).

Gráfico 7 - Tempo de atuação como empreendedora (2021)



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

Gráfico 8 - Carga de Trabalho Semanal das Donas de Negócio de Goiás

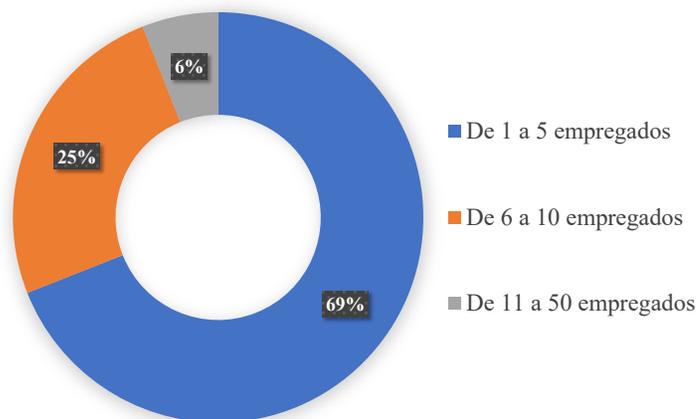


Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

Os dados do Gráfico 9 apontam que 69% das empreendedoras empregam de 1 a 5 pessoas, reforçando a predominância de pequenos negócios que exigem uma gestão direta e enfrentam desafios como acesso restrito a crédito, capacitação e formalização (SEBRAE, 2023b). O setor de serviços concentra 54% das empreendedoras, seguido pelo comércio (26%), enquanto a indústria (16%) e agropecuária (3%) possuem menor presença feminina, conforme observa-se no Gráfico 10 (PNADc, 2023).

Por fim, 45% das empreendedoras atuam sem estabelecimento fixo, indicando informalidade e modelos de negócios domiciliares. Esse dado reflete barreiras ao financiamento e um movimento intensificado pela pandemia, consolidando alternativas como o *home office* e negócios digitais.

Gráfico 9 - Número de empregados das donas de negócios em Goiás

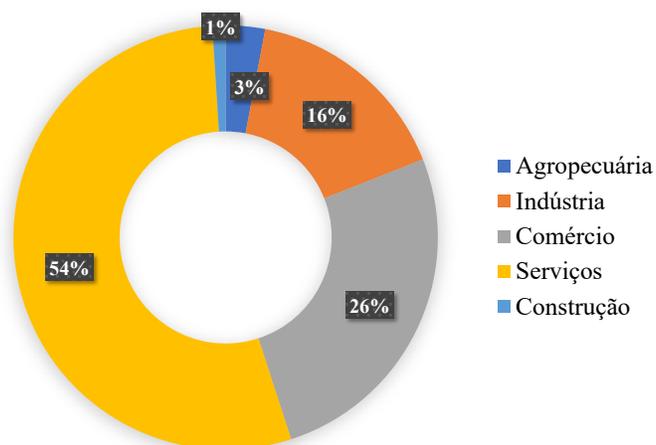


Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

O Gráfico 9 também aponta que 25% das empresas empregam de 6 a 10 pessoas, sugerindo uma expansão moderada, enquanto 6% têm entre 11 e 50 empregados. Esses dados revelam

que, apesar do crescimento do empreendedorismo feminino, a maioria das mulheres lidera negócios de pequeno porte, com dificuldades em escalar e acessar mercados mais amplos.

Gráfico 10 - Setor de atividade das donas de negócios Goianas

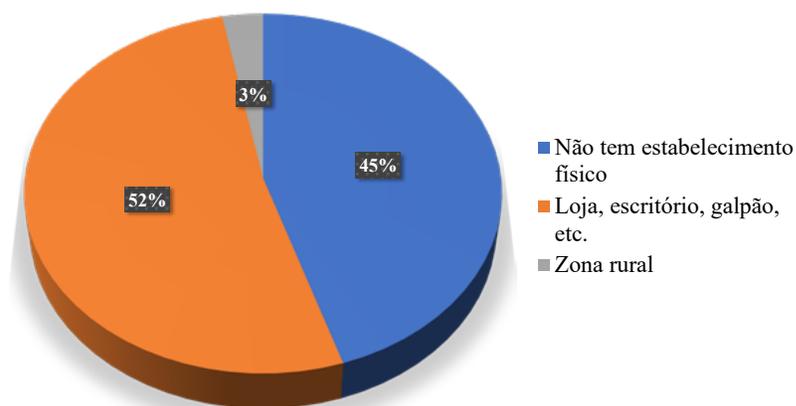


Fonte: Adaptado de (PNADc, 2023).

Os dados do Gráfico 10 indicam que 54% das empreendedoras atuam no setor de serviços, o que reflete a demanda crescente por serviços especializados e o baixo custo inicial de empreendimentos nesse segmento, em comparação com a indústria ou agropecuária. O comércio, com 26%, também é relevante, refletindo o interesse das mulheres pelo varejo e negócios de pequeno porte, que exigem menos capital e oferecem maior flexibilidade. Em contrapartida, os setores de indústria (16%) e agropecuária (3%) têm uma participação menor, devido a barreiras estruturais e ao maior investimento necessário. O setor de construção, com 1%, evidencia a sub-representação feminina em áreas tradicionalmente dominadas por homens, como engenharia e obras. Esses dados destacam tanto

as oportunidades quanto os desafios enfrentados pelas mulheres nos setores de empreendedorismo, além de apontar a necessidade de apoio para promover maior diversidade de gênero.

Gráfico 11 - Local onde as donas de negócios exercem suas atividades em Goiás



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2023b).

Os dados do Gráfico 11 mostram que 45% das empreendedoras não possuem um estabelecimento fixo, sugerindo que muitas operam de modo informal ou em modelos de negócios domiciliares, possivelmente devido a barreiras de financiamento, dificuldades de formalização ou escolha por modelos mais flexíveis e de baixo custo inicial. Em contraste, 52% das empreendedoras possuem um estabelecimento fixo, como lojas, escritórios ou galpões, o que indica uma tendência à formalização e estruturação dos negócios, conferindo-lhes maior acesso a mercados e crédito, embora enfrentem desafios operacionais e financeiros. Apenas 3% atuam na zona rural, uma participação reduzida, provavelmente devido à falta de infraestrutura, recursos e domínio masculino. Esses dados, junto aos do Gráfico 10, indicam que muitas mulheres no setor de

serviços estão operando sem um ponto comercial fixo, uma prática que se intensificou após a pandemia, quando o *home office* e os negócios informais se tornaram alternativas viáveis.

PAPEL DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL EM GOIÁS

Os dados da Tabela 1 evidenciam a significativa contribuição das mulheres para o cenário econômico do estado, especialmente no empreendedorismo feminino. As mulheres empregadoras representam 27% do total de empregadores, correspondendo a 30.209 empreendedoras, o que destaca sua presença no setor empresarial e sua capacidade de gerar empregos. Embora esse número seja inferior ao de homens empregadores (73%), ainda representa uma parcela relevante da força de trabalho no estado. Ademais, as mulheres que trabalham por conta própria constituem 36% dos trabalhadores autônomos, totalizando 300.247 mulheres, o que reforça sua presença no empreendedorismo informal e em pequenos negócios, contribuindo para a geração de renda e diversificação econômica local. Em comparação com os homens autônomos (64%), esse dado reflete o crescimento da participação feminina, apesar das barreiras estruturais enfrentadas, ainda com forte discrepância.

Tabela 1 - Perfil ocupacional por sexo em Goiás

Posição na Ocupação	Mulher	%	Homem	%	Total
Empregador(a)	30.209	27%	104.015	73%	142.224
Trabalhador(a) por Conta Própria	300.247	36%	536.377	64%	836.624
Empregado(a)	958.226	46%	1.140.040	54%	2.098.266
 Geral	1.296.682	42%	1.780.432	58%	3.077.114

Fonte: Adaptado de UFG. Base de dados IBGE (PNADc, 2020).

As mulheres representam 42% da força de trabalho em Goiás, destacando sua contribuição significativa para a economia regional. Esse dado evidencia o papel crucial do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico do estado, sendo um vetor importante de criação de empregos e renda. Contudo, persiste a desigualdade de gênero, especialmente em posições de liderança e no número de trabalhadores autônomos, o que reforça a necessidade de políticas públicas que promovam a equidade de gênero e fortaleçam a presença feminina no mercado de trabalho e no empreendedorismo.

De acordo com informações do site do Governo de Goiás, o estado se destaca no cenário nacional como um dos principais produtores rurais, historicamente dominado por homens. No entanto, as mulheres têm superado barreiras ao ingressar no setor agropecuário. Dados da CONAB indicam que a participação feminina nos programas de incentivo à agricultura familiar tem crescido significativamente, alcançando 80% em relação aos homens. Esse aumento reflete tanto o papel crescente das mulheres na agricultura familiar de Goiás quanto os avanços na busca pela igualdade de gênero e empoderamento feminino no meio rural (Portal Goiás, 2024).

Esse contexto é corroborado pelos dados da Tabela 1, que mostram uma crescente participação feminina no empreendedorismo, com mulheres representando 27% dos empregadores e 36% dos trabalhadores autônomos no estado. A atuação das mulheres no empreendedorismo, tanto no meio rural quanto urbano, contribui para a diversificação econômica e para o desenvolvimento social e econômico das regiões em que atuam. Segundo Silva, Oliveira e Silva (2022), as mulheres empreendedoras se destacam frequentemente por sua resiliência, habilidade natural que as capacita a enfrentar desafios e inovar em seus negócios.

Tabela 2 - Posição na ocupação em Goiás por região e sexo

Área da UF	Sexo	Empregadores	%	Conta Própria	%	Empregados	%	Total	%
Capital	Mulher	10.592	34%	83.834	40%	225.733	51%	320.158	47%
	Homem	20.784	66%	126.376	60%	218.571	49%	365.732	53%
RM	Mulher	6.090	24%	68.125	42%	134.536	43%	208.750	42%
	Homem	19.170	76%	93.540	58%	176.565	57%	289.275	58%
RIDE	Mulher	3.363	26%	49.345	38%	174.482	47%	227.189	44%
	Homem	9.741	74%	79.676	62%	199.650	53%	289.066	56%
Demais Municípios	Mulher	18.164	25%	98.944	29%	423.475	44%	540.583	39%
	Homem	54.319	75%	236.786	71%	545.254	56%	836.359	61%
Total	Mulher	38.209	27%	300.247	36%	958.226	46%	1.126.682	42%
	Homem	104.015	73%	536.377	64%	1.140.040	54%	1.780.432	58%

Fonte: Adaptado de UFG. Base de dados IBGE (PNADc, 2020).

Legenda:

RM - Região Metropolitana exceto capital.

RIDE - Região integrada de desenvolvimento econômico, exceto capital e RM.

No entanto, ainda persiste uma desigualdade de gênero, especialmente em posições de liderança empresarial, o que aponta para a necessidade de políticas públicas que incentivem o empoderamento feminino e ofereçam suporte ao empreendedorismo feminino, não apenas em áreas urbanas, mas também em regiões mais periféricas, conforme observa-se na Região Integrada de Desenvolvimento Econômico (RIDE) e os demais municípios da Tabela 2.

Portanto, incentivar o empreendedorismo feminino, especialmente no campo e nas áreas periféricas, é uma estratégia fundamental para promover o desenvolvimento econômico regional e a igualdade de gênero. O fortalecimento das mulheres como empreendedoras não apenas melhora a diversificação econômica e a criação de empregos, mas também contribui para uma abordagem mais inclusiva e sustentável da economia, favorecendo o progresso social e econômico das comunidades em que estão inseridas.

RECOMENDAÇÕES SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS, PROGRAMAS DE APOIO E ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM GOIÁS

A falta de apoio social, governamental e de políticas públicas voltadas para o incentivo ao empreendedorismo feminino é um desafio identificado neste estudo. De acordo com o SEBRAE (2023a), a pesquisa “Características dos Empreendedores” aponta que apenas 8% das mulheres receberam suporte das prefeituras, em contraste com 12% dos homens. Esse dado revela a necessidade urgente de medidas que garantam igualdade de oportunidades e o acesso a recursos para as empreendedoras.

O apoio governamental e a implementação de políticas públicas são essenciais para criar um ambiente favorável ao crescimento dos negócios liderados por mulheres. Tais medidas devem incluir programas de capacitação, mentoria, facilitação do acesso ao crédito e incentivos fiscais.

Outrossim, é crucial promover a conscientização e a mobilização social para combater estereótipos de gênero e criar uma cultura empresarial mais inclusiva. Ao reconhecer e valorizar o papel das mulheres no empreendedorismo, contribui-se para o desenvolvimento de uma economia mais dinâmica e equitativa.

Quadro 1 - Recomendações para os órgãos de fomento ao empreendedorismo no estado de Goiás

Item	Recomendação:	Autores
1	Criar um programa de apoio específico para as mulheres empreendedoras	Rosa <i>et al.</i> , (2024)
2	Aproximar as entidades (SEBRAE, Governos estaduais e municipais) das mulheres empreendedoras	Alves <i>et al.</i> (2023)
3	Diminuir o preconceito relacionado às mulheres empreendedoras	Lima e Naves (2024)

Item	Recomendação:	Autores
4	Incentivar a formalização dos empreendimentos, e a qualificação das empreendedoras	Tiryaki (2008)
5	Incentivar a criação de programas educacionais e de desenvolvimento profissional direcionados para empreendedoras em todo o país	SEBRAE (2019)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A falta de uma rede de apoio robusta é um desafio recorrente para as mulheres empreendedoras, identificado em diversos estudos. Além das dificuldades empresariais, muitas enfrentam obstáculos na conciliação das responsabilidades no negócio e nas tarefas domésticas, como o cuidado com os filhos. O estudo de Rosa *et al.* (2024) confirma essa lacuna, destacando que uma rede de apoio mais sólida permitiria maior dedicação aos empreendimentos.

A educação empreendedora contínua é essencial para aproximar os empreendedores das entidades de apoio e impulsionar o empreendedorismo. Alves *et al.* (2023) demonstram que a integração do empreendedorismo ao currículo escolar prepara os adolescentes para iniciar negócios e acessar recursos, como os oferecidos pelo SEBRAE, que disponibiliza cursos e consultorias. Informar os estudantes sobre essas oportunidades fortalece a cultura empreendedora e impulsiona a economia local.

No entanto, o estudo de Lima e Naves (2024) aponta que o retorno das mulheres ao mercado de trabalho após a maternidade é frequentemente marcado por preconceitos, com as mulheres sendo vistas como trabalhadoras problemáticas. Esse estigma impacta tanto a participação feminina no mercado de trabalho quanto suas oportunidades de empreender e liderar negócios.

O trabalho informal, conforme argumenta Tiryaki (2008), prejudica o desenvolvimento econômico, pois esses negócios enfrentam dificuldades de acesso a crédito e apoio financeiro. Muitas mulheres

empreendem por necessidade ou pela busca por horários flexíveis. Os dados indicam que apenas 27% das mulheres em Goiás ocupam o papel de empregadoras (vide Tabela 1), refletindo a desigualdade de gênero no empreendedorismo formal.

Para reduzir essas desigualdades, é fundamental a implementação de políticas públicas que fortaleçam os empreendimentos informais, especialmente os liderados por mulheres. Programas de capacitação, acesso a crédito e suporte jurídico são essenciais para criar um ambiente econômico inclusivo e sustentável.

O programa “SEBRAE Delas – Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas Pelo Sucesso”, lançado em 2019, é um exemplo positivo. Ele visa apoiar as mulheres empreendedoras ao oferecer capacitação nas áreas de marketing, gestão financeira e gestão de pessoas, além de estabelecer uma rede de apoio e mentoria essencial para o sucesso a longo prazo (SEBRAE, 2019).

Iniciativas como o “SEBRAE Delas” são fundamentais para buscar mais equilíbrio no mercado de trabalho, combater os preconceitos e estereótipos de gênero no empreendedorismo. Investir na capacitação empreendedora é uma estratégia crucial para fortalecer a economia e promover uma sociedade mais justa e inclusiva, oferecendo igualdade de oportunidades para todos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo analisou o empreendedorismo feminino em Goiás com base nos relatórios do SEBRAE de 2022 e 2023, destacando o papel das mulheres empreendedoras no desenvolvimento econômico regional. A pesquisa evidenciou as principais características sociodemográficas das empreendedoras, os desafios enfrentados e as oportunidades disponíveis, além de propor

recomendações para fomentar a equidade de gênero e o fortalecimento dos negócios femininos.

Constatou-se que, embora a participação das mulheres no empreendedorismo tenha avançado, elas ainda representam apenas 34% dos proprietários de negócios em Goiás, enfrentando barreiras estruturais relacionadas ao acesso ao crédito, suporte institucional e à conciliação entre responsabilidades familiares e profissionais (PNADc, 2020). Além disso, a dupla jornada de trabalho, marcada pela sobrecarga de tarefas domésticas, agrava as dificuldades das mulheres em gerenciar e expandir seus negócios (SEBRAE, 2023b).

A informalidade também se mostrou um desafio significativo, com 57% das empreendedoras atuando sem CNPJ, o que limita suas oportunidades de crescimento e formalização dos negócios. Essa situação evidencia a urgência de políticas públicas voltadas à formalização, inclusão financeira e capacitação específica para as mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2023b).

Outro fator relevante identificado foi a predominância do empreendedorismo por necessidade, especialmente entre mulheres que buscam maior flexibilidade de horários e geração de renda, evidenciando uma vulnerabilidade maior em comparação aos negócios iniciados por oportunidade (SEBRAE, 2023b). Essa realidade ressalta a necessidade de iniciativas que ofereçam suporte contínuo e promovam a sustentabilidade dos negócios femininos, visto que muitas são chefes de família.

A pesquisa também destacou a importância da educação como fator determinante para o sucesso dos empreendimentos. Com 44% das empreendedoras possuindo ensino superior completo, verifica-se que a qualificação favorece a gestão e a competitividade dos negócios. Contudo, a significativa presença de empreendedoras com ensino fundamental (7%) reforça a necessidade de programas de capacitação contínua e educação empreendedora (SEBRAE, 2023b).

Adicionalmente, a disparidade racial no empreendedorismo feminino em Goiás foi evidente. Mulheres brancas ocupam a maioria dos cargos de empregadoras (61%), enquanto mulheres pardas e pretas encontram maiores dificuldades para formalizar e expandir seus negócios. A falta de acesso a redes de apoio, mentorias personalizadas e financiamento são desafios adicionais enfrentados por esse grupo (SEBRAE, 2019).

Para mitigar essas desigualdades, recomenda-se a implementação de programas de apoio específicos para mulheres empreendedoras. Iniciativas como capacitações empresariais, acesso facilitado a crédito e suporte jurídico são fundamentais para fortalecer os negócios femininos. Além disso, a criação de redes de apoio, mentorias e incubadoras especializadas pode fornecer suporte técnico e estratégico, impulsionando o crescimento e a sustentabilidade das empresas lideradas por mulheres (SEBRAE, 2019).

Embora este estudo tenha fornecido uma análise aprofundada das barreiras e motivações das mulheres empreendedoras em Goiás, suas limitações incluem a abordagem qualitativa e a restrição geográfica, não permitindo generalizações para outras regiões do Brasil. Assim, futuras pesquisas poderiam explorar diferentes estados para comparar as experiências e identificar padrões regionais. Estudos quantitativos, análises longitudinais e investigações sobre o impacto de programas de apoio específicos também são recomendados para aprofundar o entendimento sobre o empreendedorismo feminino e progressos.

Por fim, promover o empreendedorismo feminino não é apenas uma questão de equidade, mas também uma estratégia eficiente para o desenvolvimento socioeconômico. Ao investir em políticas públicas inclusivas e no fortalecimento das redes de apoio, o governo, as instituições de fomento e a sociedade civil podem contribuir para um ambiente empreendedor mais justo, inovador e sustentável em Goiás.

REFERÊNCIAS

ALVES, Alinne Amunielle Silva; SILVA, Ângelo Magalhães; FERNANDES, Elicely Cesário; BARBOSA, Werena Oliveira; SARMENTO, Renata Jane Gomes; MARQUES, Emanuely Santos. Empreendedorismo e políticas públicas de fomento à educação empreendedora no Brasil. **Revista Foco**, v. 16, n. 10, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3253>. Acesso em: 15 jun. 2024.

ARAÚJO, Daniely Ramos De; SILVA, Jean Pablo Monteiro; LIMA, Jardel Rodrigues Marques de; GONÇALVES, Tamara de Oliveira; CAIXETA, Altair Gomes; MORAES, Sergio Augusto Santos de. Empreendedorismo: as técnicas e ferramentas de gestão utilizadas por mulheres de sucesso. **Revista Científica Online**, v. 15, n. 1, 2023. Disponível em: http://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/magazines/1/EMPREENDEADORISMO__as_tecnicas_e_ferramentas_de_gestao_utilizadas_por_mulheres_de_sucesso__.pdf. Acesso em: 12 mar. 2024.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>. Acesso em: 4 mar. 2024.

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Rev. Psicol., Organ. Trab. [online]**, vol. 20, n.3, p. 1105-1113, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>. Acesso em: 29 fev. 2024.

CARDOSO, Antonia Maria Sousa Silva. **Empreendedorismo no Brasil: uma análise sobre os desafios e barreiras das organizações com baixo capital financeiro**. 2022. Monografia (Bacharelado em Administração) – Unidade de Ensino Superior Dom Bosco, São Luís, 2022, 53f. Disponível em: <http://repositorio.undb.edu.br/jspui/handle/areas/734>. Acesso em: 8 mar. 2024.

DATA SEBRAE. **Donas de Negócio no Brasil**. 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/painel-de-empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 19 abr. 2024.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**. 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2024.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2023. Disponível em: Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5.pdf. Acesso em: 16 jun. 2024.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GRANT THORNTON BRASIL. **Cenário brasileiro**: Women in Business. 2024. Disponível em: <https://www.grantthornton.com.br/insights/artigos-e-publicacoes/women-in-business2024-cenario-brasileiro/>. Acesso em: 19 mar. 2025.

IBGE. **Prévia da população calculada com base nos resultados do Censo Demográfico**. 2022. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2022/Previa_da_Populacao/GO_POP2022.pdf. Acesso em: 19 mar. 2025.

LIMA, Rebeca Oliveira; NAVES, Nayara. Trabalho pós maternidade desafios e preconceitos. **Editora Pascal**, v. 4, p. 102-347, 2024. Disponível em: <https://editorapascal.com.br/wp-content/uploads/2024/02/PSICOLOGIA-VOL.-04-1.pdf#page=102>. Acesso em: 15 jun. 2024.

MACHADO, Stefany dos Santos. **Mulheres Empreendedoras...** Elas querem, elas fazem. 2021. Produto Filme Documentário apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021, 85f. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/3408>. Acesso em: 8 abr. 2024.

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

PEREIRA, Jhennyfer Gonçalves. **Empreendedorismo feminino**: um estudo das características e práticas de gestão na cidade de Rio Verde – GO. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, Campus Rio Verde, 2022, 42f. Disponível em: <https://repositorio.ifgoiano.edu.br/handle/prefix/4359>. Acesso em: 19 abr. 2024.

PNAD Contínua do IBGE. **Base dados IBGE**. 2020. Disponível em: <https://painel.ibge.gov.br/pnadc/>. Acesso em: 19 mar. 2025.

PNAD Contínua do IBGE. **Infográfico Perfil da Empreendedora Goiana**. 2023. Disponível em: <https://vitrine.sebraego.com.br/wp-content/uploads/2024/11/Empreendedora-Goiana-Infografico.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2025.

PORTAL GOIÁS. **Participação da mulher para o desenvolvimento no campo foi tema de live na Emater**. 2024. Disponível em: <https://goias.gov.br/participacao-da-mulher-para-o-desenvolvimento-no-campo-foi-tema-de-live-na-emater/>. Acesso em: 1 ago. 2024.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

REIS, Brizza Danielle Silva; LEITE, Danielle Thais Barros de Souza. Empreendedorismo feminino: o lugar de mulher é onde ela quiser. **Ideias e Inovação**, v. 5, n. 3, p. 97-106, jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/8909/4029>. Acesso em: 20 dez. 2023.

ROSA, Lia Fernanda da; MAGGIONI, Márcia Bandeira Landerdahl; SILVA, Aline Stangherli; ARAGÃO, Paula Balardin Ribeir; CARVALHO, Ana Clara da Paz de. Rede de apoio e seu impacto no empreendedorismo feminino: um estudo com empreendedoras participantes do programa de extensão era rede que me faltava. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo, REAT**, v. 18, n. 1, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.15210/reat.v18i1.28132>. Acesso em: 15 maio 2024.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia da pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, Claudete Moura da Gama. Mulheres empreendedoras. **Caleidoscópio**, v. 2, n. 1, 2010. Disponível em: <https://ojs.eniac.com.br/index.php/anais/article/view/30>. Acesso em: 2 ago. 2024.

SANTOS, Viviane Aparecida Soares dos. **O avanço do empreendedorismo feminino no Brasil**. 2021. Monografia (Graduação em Tecnologia em Gestão Empresarial) – Faculdade de Tecnologia Dep. Julinho Marcondes de Moura, Garça, 2021. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/9965>. Acesso em: 20 dez. 2023.

SEBRAE. **Características dos Empreendedores**: empreendedorismo feminino - completo. Nov. 2023a. Disponível em https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/Apresentacao_Empreendedorismo-Feminino-2023VF_COMPLETO.pdf. Acesso em: 23 dez. 2023.

SEBRAE. **Perfil da empreendedora goiana**: empreendedorismo por mulheres em goiás. Fev. 2023b. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Perfil_empreendedora_Goiana_2023_digital.pdf. Acesso em: 10 fev. 2024.

SEBRAE. **Sebrae DELAS Mulher de Negócios**. 2019 disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/sebraeaz/sebrae-delas,7ae7afecbbee7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 2 ago. 2024.

SILVA, Isabella Souza Blanck; OLIVEIRA, Magaly Santana de; SILVA, Clawdemy Feitosa e. **Uma análise do empreendedorismo feminino e sua presença no município de Luziânia/GO**. 2022. Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Estadual de Goiás, Unidade Universitária de Luziânia, 2022, 15 f. Disponível em: <https://repositorio.ueg.br/jspui/handle/riueg/1172>. Acesso em: 19 abr. 2024.

SOUSA, Gabrielle Stefany Barbosa. **Mulheres Empreendedoras: o impacto do programa IF mais empreendedor no Nordeste Goiano**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, Campus Posse, 2023, 36f. Disponível em: <https://repositorio.ifgoiano.edu.br/handle/prefix/4100>. Acesso em: 20 mar. 2024.

TEIXEIRA, Cristiane Martins; SILVA, Andréa Ferreira da; SOUSA, Felipe Neris Torres de; LAVOR, Neukele Bento de. Empreendedorismo feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, 2021. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/473>. Acesso em: 16 mar. 2024.

TIRYAKI, Gisele Ferreira. A informalidade e as flutuações na atividade econômica. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 38, n. 1, p. 97-125, mar. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0101-41612008000100005>. Acesso em: 16 jun. 2024.

9

*Welington Jesus Santos Cabral
Jesiel Souza Silva*

O COOPERATIVISMO DE CRÉDITO E SUA RELEVÂNCIA REGIONAL

INTRODUÇÃO

O produtor rural, em especial o que lida com a agricultura familiar, depara-se constantemente com a necessidade de melhoria no seu desempenho produtivo. Desse modo, em muitos casos o produtor rural recorre a empréstimos, que podem ser de grande relevância e podem ser considerados indispensáveis.

Visando a oferecer vantagens e unir produtores, surgiram as cooperativas de crédito voltadas ao produtor, que cada vez mais precisa de meios para financiar e investir na ampliação e melhoria de sua atividade produtiva.

A recorrência ao capital de terceiros por meio de linhas de crédito é denominada como alavancagem financeira, termo utilizado na gestão financeira. Em inglês utiliza-se *leverage*, direcionado a designar qualquer técnica ou método aplicado com o intuito de multiplicar ou aumentar a rentabilidade de uma organização privada por meio do endividamento (Di Luca, 2013).

Assim, incide a participação de recursos de terceiros, que passam a compor a estrutura do capital da empresa, que se utilizará de ativos ou de recursos externos, somados a um custo (taxa de juros) fixo, que, por outro lado, devidamente planejados, permitem aumentar o lucro da empresa. Deve-se assim, analisar sua viabilidade, e se opta pelo empréstimo ou aquisição de ativos fixos (Caires *et al.*, 2014).

Assim, o presente estudo aborda as informações acerca dos benefícios ao produtor rural de se optar pela cooperativa de crédito e obter linhas de financiamentos mais atrativas enquanto cooperado.

A escolha do tema se justifica porque, devido aos avanços tecnológicos, há um aumento da demanda e do crescimento agropecuário. Sendo assim, são necessários incentivos de crédito e oportunidades de acesso a esses com o intuito de progredir cada vez mais.

Embora alguns produtores se sintam inseguros e temem a aquisição de crédito, observa-se que muitos dos que investem com capital de terceiros em crescimento conseguem um retorno significativo por meio de inovações que promovam o desenvolvimento e a produtividade.

O presente estudo tem como problema de pesquisa a seguinte questão: Qual é a importância das cooperativas e das linhas de créditos que beneficiam pequenos produtores agropecuários?

A cooperativa de crédito atua como um verdadeiro suporte ao produtor que possui sua empresa rural, pois detém experiência e conhecimentos. Acompanhado dessa assistência financeira e ainda de um suporte técnico, o produtor poderá se orientar quanto ao que realmente será investido em prol de seu crescimento. Os capítulos a seguir apresentam a metodologia aplicada para a pesquisa, e o referencial teórico com os conceitos relacionados ao cooperativismo de crédito e os princípios deste. Por último, apresentam-se os resultados e discussões da pesquisa e a conclusão.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a importância das cooperativas de crédito para o desenvolvimento do produtor rural e para o alcance deste, abordando os seguintes objetivos específicos: conceituar a cooperativa de crédito sua história e evolução; realizar um levantamento acerca da importância das cooperativas de crédito; compreender o processo de financiamento por meio dessas; e analisar as vantagens da cooperativa de crédito.

METODOLOGIA DA PESQUISA

O método científico é uma ferramenta fundamental e específica para diferenciar as mais diversas obras do saber científico. Importante salientar que nem toda obra que busca cuidar do

emprego do método científico pode ser identificada como ciência (Marconi; Lakatos, 2013).

Marconi e Lakatos (2013, p. 105) ainda concluem “que a utilização de métodos científicos não é da alçada exclusiva da ciência, mas não há ciência sem o emprego de métodos científicos”. A descrição da metodologia empregada neste estudo foi subdividida por meio da classificação da pesquisa, fontes de coleta de dados e análise dos dados.

Uma pesquisa pode ser classificada de três formas: quanto à forma de abordagem do problema, quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos técnicos (Silva e Menezes, 2000). A seguir, é feita a classificação desta pesquisa, conforme esta abordagem discutida pelas autoras.

Quanto aos objetivos, uma pesquisa pode ser classificada em exploratória, descritiva ou explicativa (Silva; Menezes, 2000, p. 21). Segundo Silva e Menezes (2000, p. 21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”. Esta pesquisa terá características de uma pesquisa descritiva.

Quanto aos procedimentos técnicos, uma pesquisa pode ser bibliográfica, documental, experimental, levantamento, estudo de caso, pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação ou pesquisa participante (Silva; Menezes, 2000, p. 21-22; Gil, 1993, p. 48).

A pesquisa bibliográfica é realizada a partir da identificação do tema do trabalho. Realiza-se, então, uma pesquisa bibliográfica, com a consulta de livros, jornais, dissertações e teses defendidas, periódicos nacionais e internacionais, bases de dados, universidades, legislações, doutrinas, jurisprudências e artigos localizados na internet.

Quanto à forma de abordagem do problema, uma pesquisa pode ser classificada em quantitativa ou qualitativa (Silva e Menezes, 2000, p. 20). Esta pesquisa possuirá características citadas por Silva e Menezes (2000, p. 20) como sendo de uma pesquisa qualitativa, como a interpretação de fenômenos e a atribuição de significados, a utilização do ambiente natural como fonte dos dados e a ação do pesquisador como instrumento-chave para a análise de dados.

O Presente trabalho foi realizado na agência do Sicoob Credi-Rural, município de Rio Verde – GO, onde são comercializados serviços bancários diariamente às dezenas de cooperados. Foram utilizadas fontes de sites da internet, periódicos de revistas, livros e artigos dos últimos dez anos, no intuito de esclarecer dados utilizados no tema em estudo. Sendo assim, será utilizado um estudo de caso para levantamento de dados.

A partir da coleta de dados, há a revisão de literatura em livros e revistas especializadas, artigos publicados, teses, e dissertações com dados relativos ao assunto para a fundamentação teórica dos resultados da pesquisa aplicada. Os dados serão analisados criticamente e, por meio deles, pretende-se esclarecer e incentivar as oportunidades existentes ao se optar por usar um crédito agrícola ressaltando seus benefícios.

DESENVOLVIMENTO DAS COOPERATIVAS

COOPERATIVAS: CONCEITO

De acordo com o SESCOOP (2012), o ato de cooperar significa agir de modo coletivo, por meio de um trabalho em conjunto visando a um objetivo comum. Tal prática traz benefícios como educação

e socialização, além de expandir as fronteiras culturais, tornando o homem e suas sociedades mais abertas, flexíveis, participativas e solidárias. Já o cooperativismo esse mesmo autor conceitua como:

É uma doutrina socioeconômica fundamentada na liberdade humana e nos princípios cooperativos. A cultura cooperativista visa a desenvolver a capacidade intelectual das pessoas de forma criativa, inteligente, justa e harmônica, procurando a sua melhoria contínua. Os seus princípios buscam, pelo resultado econômico, o desenvolvimento social através da melhoria da qualidade de vida e da boa convivência entre seus cooperados (SESCOOP, 2012, p. 1).

Já para a Aliança Cooperativa Internacional – ACI, também citada por SESCOOP (2012), a cooperativa trata-se de uma associação de pessoas unidas de forma voluntária, visando à satisfação das aspirações e necessidades comuns, sejam elas econômicas, sociais e culturais por meio de uma empresa de propriedade coletiva e de gestão democrática.

A Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, instituiu o regime jurídico das sociedades cooperativas e definiu a Política Nacional de Cooperativismo. As sociedades cooperativas são compostas pela associação de pessoas, têm natureza civil, prestam serviços aos seus associados, e se distinguem das demais formas de sociedades devido às especificações apresentadas no Quadro 1, que apresenta as principais diferenças entre as organizações cooperativas e as mercantis:

Quadro 1 – Diferença entre organizações cooperativas e mercantis

COOPERATIVA	MERCANTIL
O principal é o Homem	O principal é o Capital
O cooperado é dono e usuário da sociedade.	Os sócios são vendedores de produtos e serviços aos consumidores.

COOPERATIVA	MERCANTIL
É uma sociedade simples, regida por legislação específica.	Sociedade de capital - ações.
Assembleia: quórum baseado no número de associados.	Assembleia: quórum baseado na participação no capital social.
Controle democrático	Controle financeiro
Sociedade de pessoal que funciona democraticamente.	Sociedade de capital que funciona hierarquicamente.
As quota-partes não podem ser transferidas a terceiros estranhos à cooperativa.	As ações podem ser transferidas a terceiros.
Afasta os intermediários	São, muitas vezes, os próprios intermediários.
Objetivo: melhoria da qualidade de vida dos cooperados.	Objetivo: lucro
O retorno dos resultados é proporcional ao valor das operações com a cooperativa.	O dividendo é proporcional ao valor total das ações.

Fonte: SESCOOP (2012, p. 1).

As cooperativas têm por intuito a viabilização das atividades econômicas de seus associados, devendo, porém, todos esses respeitarem as limitações legais (não exercerem atividades ilícitas perante a lei). O ingresso numa cooperativa é livre desde que descendam aos propósitos sociais, devendo ainda preencher as condições estabelecidas de acordo com o estatuto da cooperativa (Lei federal nº 5.764, de 1971). Essas devem contar com no mínimo 20 pessoas físicas para sua constituição (SESCOOP, 2012).

Para Brechó (2005, p. 95), as sociedades cooperativas são: “[...] sociedades de pessoas, de cunho econômico, sem fins lucrativos, criadas para prestar serviços aos sócios de acordo com princípios jurídicos próprios e mantendo seus traços distintos intactos”.

Buttenbender (2011) afirma que uma cooperativa é uma sociedade econômica, originada do resultado da união de várias pessoas

com a mesma finalidade, procurando, assim, maneiras diversificadas para sanar as necessidades culturais e econômicas encontradas. Tem-se em vista que essa sociedade não poderá ter a finalidade de lucro, pois somente presta serviço ao seu cooperado e não há sentido tirar esses lucros dos próprios sócios que deram a origem para a entidade. Portanto, ela é resultado do trabalho individual de cada associado e atua na satisfação do mesmo.

A Lei nº 5.764 – de 16 de dezembro de 1971, chamada Lei do Cooperativismo, em seu art. 3º, define sociedades cooperativas como “[...] sociedade de pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro” (Brasil, 1971).

Estão dispostas no artigo 4º da Lei 5.764/ 1971 as características das sociedades cooperativas da seguinte forma:

Art. 4º As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características:

I - Adesão voluntária, com número ilimitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços;

II - Variabilidade do capital social representado por quotas-partes;

III - Limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais;

IV - Insensibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;

V - Singularidade de voto, podendo as cooperativas centrais, federações e de crédito, optar pelo critério da proporcionalidade;

VI - “Quórum” para o funcionamento e deliberação da Assembleia Geral baseado no número de associados e não no capital;

VII - Retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembleia Geral;

VIII - Indivisibilidade dos fundos de Reserva e de Assistência Técnica Educacional e Social;

IX - Neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social;

X - Prestação de assistência aos associados, e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

XI - Área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços.

Conforme o colocado, as sociedades cooperativas são constituídas por pessoas com fins econômicos, porém sem fins lucrativos, que têm por finalidade a prestação de serviço aos que participam, ou seja, os seus cooperados. As sociedades cooperativas se distinguem de uma sociedade empresarial normal, cujo objetivo final é a obtenção de lucro.

Até o ano de 2019, as cooperativas se dividiam em 13 (treze) ramos do cooperativismo: agropecuário; consumo; crédito; educacional; especial; infraestrutura; habitacional; produção; mineral; trabalho; saúde; turismo e lazer; transporte.

Por sua vez, em 2020, com o intuito de reorganizar internamente as ações e projetos, a OCB reformulou as divisões, tornando-as em 7 (sete) ramos do cooperativismo, que passamos seguintes: agropecuário; consumo; crédito; infraestrutura; saúde; trabalho, produção de bens e serviços; e transporte, conforme ilustra a Figura 1 a seguir, acerca dos ramos do cooperativismo:

Figura 1 – Ramos do cooperativismo

RAMOS	 AGROPECUÁRIO	 CONSUMO	 CRÉDITO	 INFRAESTRUTURA	 TRABALHO, PRODUÇÃO DE BENS E SERVIÇOS	 SAÚDE	 TRANSPORTE
NOVIDADES	Composto por: AGROPECUÁRIO + Cooperativas de alunos de escolas técnicas de produção rural	Composto por: CONSUMO + TURISMO E LAZER (consumidores) + EDUCACIONAL (pais)	Sem alterações	Composto por: INFRAESTRUTURA + HABITACIONAL	Composto por: TRABALHO + PRODUÇÃO + MINERAL + TURISMO E LAZER (profissionais) + ESPECIAL + EDUCACIONAL (professores)	Composto por: MÉDICOS + ODONTÓLOGOS + DEMAIS PROFISSIONAIS DE SAÚDE	Composto por: TRANSPORTE DE CARGAS + TRANSPORTE DE PASSAGEIROS + TRANSPORTE TURÍSTICO

Fonte: OCB 2019 (Cartilha Ramos, 2019).

De acordo com Ramos (2019), as cooperativas são organizações que surgem para suprir a necessidade de um determinado grupo econômico ou social de um lugar, que possuem o mesmo interesse. As cooperativas de crédito não são diferentes: elas visam a satisfazer as necessidades econômicas de seus cooperados, em que o foco é nas necessidades do grupo, buscando pelo crescimento em conjunto. Os princípios do cooperativismo são diretrizes fundamentais que orientam a organização e funcionamento das cooperativas. São eles:

1. Adesão voluntária e livre
2. Gestão democrática
3. Participação econômica dos membros
4. Autonomia e independência

5. Educação, formação e informação
6. Intercooperação
7. Interesse pela comunidade

Esses princípios garantem que as cooperativas funcionem de forma justa, transparente e sustentável, beneficiando seus membros e a comunidade em geral. Há uma grande diferença dos bancos convencionais, já que na cooperativa os cooperados são, clientes e donos do negócio ao mesmo tempo. Com isso, ajudam a definir os rumos da organização, pelo direito de voto nas assembleias, momento em que são escolhidos os representantes. É a melhor forma de alocar os recursos, ações que refletirão diretamente nas taxas de juros, trazendo grandes melhorias para o próximo ciclo. A principal diferença entre as cooperativas de crédito e os bancos está ligada à ausência de lucro, ou seja, as cooperativas têm como finalidade prestar serviços financeiros aos associados, trazendo por consequência vantagens, diferenciais e ganhos que visam a uma melhor qualidade de vida, devido a diferenças exorbitantes nos valores pagos aos bancos (Camargo; Macedo, 2021, p. 9).

Para Crocteau, “a cooperativa de crédito é um instrumental econômico que diligência em desenvolver entre os seus participantes uma abordagem de eficiência empresarial na operação de suas respectivas realizações”. As cooperativas de crédito são consideradas instituições financeiras por equiparação, ou seja, são equivalentes às instituições financeiras comerciais, consideradas pela Lei 4.595/64, também sendo controladas e fiscalizadas pelo Banco Central, conforme o artigo 92, I da Lei 5.764/71 (Camargo, Macedo, 2021, p. 6).

Ao se tornar um cooperado e integralizar a cota capital, é possível obter cartão de débito e crédito, realizar empréstimos e financiamentos, fazer transações financeiras como depósitos ou pagamentos, aplicar dinheiro em fundo de investimento de renda fixa, e muitos outros serviços bancários.

HISTÓRIA E EVOLUÇÃO DO COOPERATIVISMO

O surgimento do cooperativismo no mundo pode ser datado de 21 de dezembro de 1844, com criação da “Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale”, que ocorreu no bairro de Rochdale, em Manchester, Inglaterra, situação em que vinte e sete tecelões e uma tecelã buscavam um meio alternativo econômico para sua atuação no mercado, mediante o capitalismo e sua ganância que os reprimiam a preços abusivos, bem como a exploração da jornada de trabalho de mulheres e crianças, que chegavam a 16 horas, e do desemprego gerado pela revolução industrial. A época foi marcada por mudanças nos padrões econômicos na vida das pessoas, que geraram o movimento do cooperativismo, inicialmente criticado e ironizado. Porém, já nos primeiros 12 meses, o funcionamento dele gerou um aumento de 180 libras para seu capital, e em 10 anos já havia 1400 cooperados, no chamado Armazém de Rochdale. O sucesso acabou inspirando outros grupos (COOPEDER, 2017)

De acordo com o Sicoob (2015), há mais de 6.800 cooperativas atualmente no Brasil, sendo que deste total, aproximadamente 3500 são cooperativas agropecuárias, de transporte e de crédito, sendo as demais cooperativas de trabalho, de saúde, de educação, habitação, de produção, de infraestrutura, de consumo, de minerais e até de turismo e lazer, porém nem sempre ocorreu deste modo.

- Séc. XVIII – revolução industrial: A organização cooperativa da forma que existe hoje teve origem na Inglaterra, em plena Revolução Industrial, quando 28 operários se reuniram na Sociedade dos Probos de Rochdale, a fim de cooperarem entre si para o benefício de todos, diante da dura realidade capitalista que se impunha de forma crescente.
- Anos 60 – criação da OCB: Criada em 2 de dezembro de 1969 e registrada em cartório no ano seguinte, a OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras –, é um órgão da sociedade civil,

sem fins lucrativos e com neutralidade política e religiosa. Tratava-se, até então, da única representante e defensora dos interesses do cooperativismo nacional, surgida já tardiamente, tendo em vista que o sistema cooperativo demorou a se difundir pelo amplo território nacional.

- Anos 70 e 80 – lei das cooperativas e Constituição Federal: Foi em 1971 que a Lei 5.764/71 disciplinou a criação de cooperativas no país. Porém, a legislação também limitou a autonomia dos cooperados, interferindo na criação, funcionamento e fiscalização das instituições. Isso só foi resolvido com a Constituição de 1988, que coibiu a interferência do Estado e deu às cooperativas o poder de autogestão. Afinal, naquela época, as cooperativas já tinham uma organização própria que as defendesse.
- Anos 90 – reconhecimento e sistemas: O movimento cooperativista brasileiro só passou a ter maior reconhecimento internacional a partir de 1995, com a eleição do paulista Roberto Rodrigues para a presidência da Associação Cooperativa Internacional. Em seguida, em 1998, foi criado o SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo –, instituição do sistema S (Sebrae, Sesc, Senac, Senai), com a missão de promover a cultura cooperativista e aperfeiçoar a gestão das cooperativas para o seu desenvolvimento.
- Séc. XIX e XX – as primeiras cooperativas brasileiras: Foi em meados do século XIX, mais precisamente em 1889, que surgiu a primeira cooperativa do país, uma cooperativa de consumo em Ouro Preto/MG. Já no século XX, em 1902, surge a primeira cooperativa de crédito do país, no Rio Grande do Sul. E, em 1906, começam a se desenvolver as primeiras cooperativas agropecuárias nacionais. Essas são as primeiras instituições do Movimento Cooperativo Brasileiro de que se tem registro. Marcam a origem da implantação do sistema

no país. Mas é claro que as raízes dessa ideia nasceram bem antes, antes até da colonização do nosso país.

No Brasil, com base em pesquisas na história, observou-se que

A construção de um estado cooperativo em bases integrais começou em 1610, com a fundação das primeiras reduções jesuíticas no Brasil. Por mais de 150 anos, esse modelo deu exemplo de sociedade solidária, fundamentada no trabalho coletivo, onde o bem-estar do indivíduo e da família se sobrepunha ao interesse econômico da produção. A ação dos padres jesuítas se baseou na persuasão, movida pelo amor cristão e no princípio do auxílio mútuo (mutirão), prática encontrada entre os indígenas brasileiros e em quase todos os povos primitivos, desde os primeiros tempos da humanidade. Mas somente dois séculos depois, em 1847, é que a história registra o início do movimento cooperativista no Brasil. Foi quando o médico francês Jean Maurice Faivre, adepto das ideias reformadoras de Charles Fourier, fundou nos sertões do Paraná, juntamente com um grupo de europeus, a colônia Tereza Cristina, organizada em bases cooperativas (COOPEDER, 2017, p. 1).

Ainda de acordo com este autor, essa organização teve uma breve existência, porém, mesmo que sucinta a participação desta organização, contribuiu com o cooperativismo na história do Brasil, por meio de um marco presente na memória coletiva, enquanto elemento formador.

A IMPORTÂNCIA DOS BANCOS COOPERATIVOS - BCO

É de conhecimento geral que “os bancos cooperativos são representantes das cooperativas de crédito, pois atendem setores da economia e por conhecerem rigorosamente seus clientes, tem melhores condições de diminuir riscos quanto à prática de empréstimos” (Stefanello; Freitas; Staduto, 2004 citado por Lentz, 2016, p. 22).

As cooperativas de crédito possuem funções similares aos bancos comerciais mais tradicionais, pois,

Trata-se de Bancos Cooperativos as cooperativas de crédito que autorizadas pelo BC, podem fazer as mesmas operações que qualquer outro banco faz, isso inclui: trabalhar com talão de cheques, cartão de crédito, compensação de documentos, administrar carteira de crédito, carteira de investimentos, seguros e aquirencia (Stefanello; Freitas; Staduto, 2004 citado por Lentz, 2016, p. 22).

Diante dessa definição, é importante destacar que uma das funções que mais sobressai em uma cooperativa são os investimentos financeiros, que podem ser definidos como:

Em finanças, “investimento” também pode referir-se à compra de ativos financeiros (ações, letras de câmbio e outros papéis), caracterizando o chamado investimento financeiro. Ele é dividido em classes de ativos (renda fixa, renda variável, fundo de investimento, investimentos alternativos) que são classificados conforme o risco, e cada uma dessas classes de ativos são compostos por vários produtos financeiros: por exemplo, os produtos de renda fixa são os títulos do governo (Letra do Tesouro Nacional, Nota do Tesouro Nacional etc.), títulos de dívida de empresas (debêntures), título de dívida de bancos (Certificado de Depósito Bancário) (Giudicce; Estender, 2017, p. 8).

Nesse contexto, as aplicações mais comuns no mercado financeiro e disponíveis em cooperativas são a Poupança, o Certificado de Depósito Bancário (CDB), o Recibo de Depósito Bancário (RDB) e os Fundos de Investimento (Banco Central do Brasil, 2016).

Algumas aplicações são parcialmente garantidas pelo Fundo Garantidor de Créditos – FGC. O Fundo Garantidor de Créditos (FGC) é uma entidade privada, sem fins lucrativos, que administra um mecanismo de proteção aos correntistas, poupadores e investidores, que permite recuperar os depósitos ou créditos mantidos em instituição financeira, até determinado valor, em caso de intervenção,

de liquidação ou de falência. O total de créditos de cada pessoa contra a mesma instituição associada, ou contra todas as instituições associadas do mesmo conglomerado financeiro, será garantido até o valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) (Banco Central do Brasil, 2016).

A agilidade no atendimento é um grande diferencial para a qualidade do atendimento e satisfação do cliente. De acordo com Silva Júnior (2020), a agilidade no atendimento e nos canais de comunicação para dúvidas e informações aspectos é um aspecto apontado como relevante quanto à qualidade e para o aumento do nível de satisfação dos clientes.

A REDE SICOOB

A história do Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil – SICOOB se relaciona à criação do Banco Cooperativo do Brasil S.A – BANCOOB. Ambas são cooperativas de créditos (instituições financeiras) subordinadas às normas de constituição, e atuando sob a supervisão do Banco Central do Brasil sem, porém, acesso à conta reserva bancária no Banco Central e à câmara de compensação de cheques e outros papéis, dependendo das instituições bancárias para efetuar esses serviços (Moraes, 2013)

Até a promulgação da Resolução nº 2.193, de 31/08/1995, que passou a permitir a constituição de Bancos Cooperativos, as cooperativas de créditos eram obrigadas a firmar convênios com bancos comerciais, visando ao atendimento das demandas dos cooperados. Até o início da década de 90, as cooperativas de crédito possuíam serviços do Banco Nacional de Crédito Cooperativo (BNCC), que foi extinto pelo Governo Federal, tornando-as dependentes dos convênios junto aos bancos comerciais, por não serem adequadas, operacional e financeiramente, sem autonomia e com altos custos (Moraes, 2013).

Tornou-se evidente a necessidade de constituir bancos para o sistema cooperativista de crédito, que deu origem à Resolução 2.193, permitindo que os bancos cooperativos fossem criados e o setor fosse fortalecido. Sendo assim, inicialmente foi fundado o BANSICREDI, do Rio Grande do Sul, depois a central das cooperativas mineiras de crédito, a CREDIMINAS, e posteriormente o SICREDI com a possibilidade de participação das demais cooperativas centrais de outros Estados e assim foram criados bancos mais sólidos e fortes (MORAES, 2013).

Inicialmente, o sistema SICOOB não tinha uma cúpula de orientação estratégica. Para coordenar as ações dos entes do sistema, tinha tal função exercida pelo BANCOOB, que atendia às necessidades financeiras das cooperativas e seus associados. Além disso, a heterogeneidade entre as cooperativas do sistema devido à desigualdade de recursos acabou gerando uma disparidade entre as cooperativas, o que ocasionou um conflito da imagem das cooperativas de crédito singulares e do BANCOOB. Devido aos problemas que agravavam a situação do Sistema, foi criada uma entidade própria do sistema, a Confederação Nacional das Cooperativas do SICOOB – SICOOB Confederação (Moraes, 2013).

Assim, desde seu surgimento em 1996, a instituição financeira vem construindo uma história baseada na gestão estratégica dos negócios e no trabalho integrado, visando a promover o desenvolvimento do cooperativismo de crédito no Brasil por meio de uma organização que democratiza o acesso a produtos e serviços financeiros (Moraes, 2013).

As cooperativas de crédito são agentes de promoção do desenvolvimento econômico regional. Sua administração diverge das instituições financeiras tradicionais ao cumprirem responsavelmente a sua missão de atuar pelo sistema financeiro, transferindo da poupança para investimentos local, além de gerar rotatividade e reciclagem dos recursos onde atua, evitando que esses recursos

sejam deslocados para as grandes corporações bancárias, conforme a lucratividade é distribuída proporcionalmente entre os cooperados, levando-se em conta a cota de participação individual, de modo que esses dividendos são incorporados ao capital social da cooperativa. Isso leva ao maior aporte de recursos para o crédito, ainda contribuindo com a solidez para o sistema (Santos, 2017).

As cooperativas de crédito ainda podem ser aprimoradas se seguirem o exemplo dos mais de 100 Bancos Comunitários de Desenvolvimento atuantes no Brasil, que se utilizam de formas “pouco ortodoxas” em seu funcionamento e concessão de crédito, sendo formas seguras e promotoras de desenvolvimento local sustentável. As cooperativas de crédito podem ter nos BCDs exemplos de como integrar a produção e o consumo por meio de ferramentas como o mapeamento da oferta e da demanda e a moeda social (circulante local) (Cançado, 2015).

Está organizada em 3 níveis, sendo eles:

- I. As cooperativas singulares: são as agências físicas, onde prestam atendimento aos cooperados; estão presentes em todos os estados do Brasil e no Distrito Federal;
- II. As cooperativas centrais: são as entidades regionais, promovendo a integração sistêmica e fornecendo coordenação e apoio as filiais;
- III. Centro Cooperativo Sicoob (CCS): é o responsável pelas normas, condutas, processos, políticas, tecnologias, produtos e serviços da marca Sicoob.

Atualmente, o Sicoob está presente em 26 estados e no Distrito Federal. Ele apresentou no ano de 2021 o resultado de R\$ 6 milhões, contando com 5,2 bilhões de correspondentes, caixas eletrônicos próprios, cooperativas singulares, novas agências, dirigentes e empregados presentes em 2.070 municípios, nas 27 unidades federativas (Sicoob, 2021).

A pesquisa foi realizada na empresa Sicoob Credi-Rural, cooperativa de crédito de grande porte, localizada na cidade de Rio Verde no estado de Goiás. Cooperativa de crédito de livre admissão do sudoeste goiano, instituição que começou seus primeiros passos rumo a uma trajetória de sucesso em 18 de março de 1988, constituído com a denominação de Cooperativa de Crédito Rural do Sudoeste Goiano Ltda com sede em Rio Verde – GO. Nasceu da vontade de 32 produtores rurais, que se propuseram a constituir uma Cooperativa de Crédito e integralizar um montante de R\$ 32.000,00, seu capital inicial.

Esta instituição financeira cooperativa surgiu para proporcionar, por meio da mutualidade, assistência financeira aos associados em suas atividades, fomentando a produção e produtividade rural, fazendo a circulação dessa produção e sua industrialização. São objetivos na formação educacional de seus associados, para promover o desenvolvimento do Cooperativismo, por meio da ajuda mútua, da economia sistemática e do uso adequado do crédito. Em 2008, passou de crédito rural para livre admissão, além da moderna sede em Rio Verde, contando com Postos de Atendimento ao Cooperado (PACs) em outras 15 cidades: Jataí, Acreúna, Paraúna, Montividiu, Indiara, Santa Helena de Goiás, Iporá, São Luís de Montes Belos, Caiapônia, Edéia, Catalão, Jandaia, Anicuns, Montes Claros e Palmeiras de Goiás.

Graças a um desempenho exemplar, o trabalho com foco nos interesses comuns dos associados, a empresa apresenta um alicerce calcado nos preceitos do Cooperativismo e ações bem planejadas. O Sicoob Credi-Rural é, hoje, a maior Cooperativa de Crédito de Goiás em patrimônio de referência e a 12ª do Brasil. A força e a união de seus cooperados, os quais são os verdadeiros donos da Cooperativa, somados ao empenho e profissionalismo de sua diretoria e empregados, têm trazido retornos significativos.

A empresa conta com colaboradores efetivos, estagiários e jovens aprendizes, que atuam em diversas áreas, como atendimento direto ao cooperado, atendimento interno e externo, retaguarda, superintendências de produtos e serviços de TI, Suporte organizacional, Recursos Humanos, limpeza, manutenção, diretoria operacional e executiva.

Sicoob Credi-Rural conta com diversos produtos e serviços, como crédito rural, consignado para servidores públicos e federais do INSS, cartão de crédito, conta corrente, produtos investimentos, como poupança, aplicações em RDC – Recibo, LCA – Letra de crédito do agronegócio, consórcios, linhas de crédito, seguros, Sicoob Previ, dentre outros diversos produtos e serviços bancários.

MOTIVAÇÃO PARA SE TORNAR ASSOCIADO

A adesão a cooperativas de crédito especializadas em agropecuária é uma opção relativamente nova para muitos que até então optavam pelos bancos convencionais. O que pode ser confirmado por Búrigo (2006) cooperativismo de crédito tem ganhado destaque no Brasil, consolidando-se de diferentes modos e aposta na verticalização, concentração e bancarização de suas ações.

A cooperativa de crédito possui diversas vantagens em relação às instituições financeiras convencionais, entre as quais podemos citar alguns bons exemplos para se tornar um cooperado.

- 1º Ser dono de uma instituição financeira, onde o maior patrimônio são as pessoas. No Sicoob Credi-Rural, o cooperado recebe atendimento pessoal, fácil e ágil, pois ele é o dono da instituição.
- 2º Livre admissão de associados. Desde 2008, o Sicoob passou de cooperativa de crédito rural, para cooperativa de livre

admissão, ou seja, além dos produtores rurais, pessoa física e jurídica de outros segmentos também possui o direito de ser tornar cooperado. Não há discriminação de gênero, religião ou ideologia política.

- 3º Horário de atendimento diferenciado. As unidades de atendimento físico funcionam de segunda a sexta, das 8:00h às 18:00h; o caixa funciona das 8:00h às 16:00h, proporcionando aos cooperados mais facilidade, comodidade e conforto no momento de resolver seus assuntos financeiros.
- 4º Equipe qualificada, o Sicoob Credi-Rural preocupa-se em ter sempre uma equipe capacitada para prestar o melhor atendimento aos associados. Para isso, promove contínuos treinamentos e fornece incentivos para que todos tenham ensino superior e especializações, além de possuir uma universidade da rede Sicoob, com diversos cursos gratuitos para que os colaboradores tenham acesso dentro e fora do seu ambiente de trabalho, trazendo qualificação acessível para todos.
- 5º Distribuição anual das sobras feitas no final de cada ano: são distribuídos os resultados pela participação efetiva dos cooperados, proporcionalmente à sua movimentação financeira, gerando crescimento econômico do seu capital social na cooperativa.
- 6º As riquezas ficam na região: o Sicoob Credi-Rural atrai desenvolvimento para as cidades em que atua, gera empregos e promove o crescimento econômico.
- 7º Responsabilidade social: o Sicoob Credi-Rural sempre apoia diversas entidades, como escolas onde são realizados diversos projetos para incentivar o cooperativismo financeiro, hospitais, iniciativas de combate ao câncer, entre tantos outros projetos para promover a solução de alguma causa regional.

- 8º Gestão democrática: por ser controlado por seus membros/cooperados, o Sicoob possui uma gestão democrática, em que um membro é igual a um voto. As cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões (Carmargo; Macedo, 2021, p. 6).

Assim, confirma-se a relevância dessas cooperativas para o setor. No entanto, acredita-se que essas ainda podem melhorar e dominar o público objeto da pesquisa, uma vez que a concessão de crédito por parte das instituições financeiras em nosso país ainda não se faz adequada, sendo escassa e com taxas muitas vezes inviáveis. Outro agravante é a atual conjuntura econômica em que o Brasil está inserido, e as incertezas reinam num cenário cada vez mais caótico (Kassai; Nova, 2006).

O DIFERENCIAL NAS TAXAS DE JUROS E SUAS CONTRIBUIÇÕES REGIONAIS E PARA A AGRICULTURA

Com os dados da tabela podemos ver de forma clara e nítida, como as taxas de juros de diferentes produtos são diferentes das taxas dos bancos convencionais. Algumas chegam a ser exorbitantes em relação às taxas da cooperativa. Isso faz com que seja bastante atrativa aos clientes dos bancos a busca por algo novo e justo, e se torna um diferencial no momento de optar por abrir uma conta corrente.

Quadro 1 – Comparativo Cooperativas x Bancos Comuns

COOPERATIVAS	BANCOS COMUNS (MÉDIA)
Empréstimo pessoal Taxas de juros (mensal) 2,24% e 3,08%	Empréstimo Pessoal Taxas de juros (mensal) de 6,81%
Cheque Especial Taxas de juros (mensal) entre 5,52% a 8,82%	Cheque Especial Taxas de juros (mensal) de 11,88%

Fonte: SICOOB Cocred (2016).

Devido ao fato de as cooperativas de crédito se relacionarem ao setor de produção agrícola, possuem boa lucratividade. Assim, a participação nos resultados é uma vantagem lucrativa que interessa seus cooperados, além do fato de oferecerem melhores condições quanto à prática de empréstimos e atendimento (Stefanello; Freitas; Staduto, 2004 citado por Lentz, 2016; Stefanello; Freitas; Staduto, 2004 citado por Lentz, 2016, p. 22).

Fazio (2007), em seu estudo, verificou que as dificuldades na abertura de contas decorriam da falta de preparo dos colaboradores para a tarefa, principalmente devido ao treinamento do banco ser muito rápido e superficial, assim acredita-se que ao longo dos anos houve uma reformulação de todo o processo de abertura de contas como forma de buscar melhor atendimento visando à fidelização dos clientes, como se observa hoje que esta pode ser feita virtualmente pelo celular conectado à internet e com câmera.

De acordo com o Plano Safra 2019/2020, entre julho de 2019 e junho de 2020, houve a retirada de R\$ 191,8 bilhões, um aumento de 11% em relação ao período anterior, que, se somar aos recursos da fonte Letra de Crédito do Agronegócio (LCA) e às operações com agroindústrias, atinge R\$ 225 bilhões (+30%). Desse modo, compreende-se que a aquisição desse crédito pelos produtores é indispensável para a melhoria do processo e investimento tecnológico (MAPA, 2019).

A Secretaria da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA, 2014) afirma que a agricultura familiar brasileira gera 70% dos alimentos produzidos e que chegam às mesas dos brasileiros, além de empregar 77% das pessoas envolvidas com o setor agrícola.

As necessidades dos produtores em geral estão relacionadas à necessidade de aprimorar o processo produtivo é constante no setor, que, segundo Eusébio (2012), por meio do crédito, investe

em insumos básicos e tecnológicos. Por sua vez, a incorporação de novas tecnologias amplia e aprimora seus processos.

De acordo com Michels *et al.* (2021) e Fernandes *et al.* (2018), as cooperativas de crédito podem contribuir significativamente com o desenvolvimento regional, especialmente na comunidade agrícola, por disponibilizar crédito acessível e de longo prazo para os agricultores, permitindo-lhes investir em equipamentos, insumos e tecnologias que melhorem a produtividade e competitividade de suas atividades, além de oferecer serviços financeiros personalizados e adequados às necessidades específicas dos agricultores, como linhas de crédito sazonais, seguro agrícola e orientação financeira, facilitar o acesso dos agricultores a programas governamentais de incentivo à agricultura, por meio de parcerias e colaborações com órgãos públicos, e promover a educação financeira e cooperativa entre os agricultores, fortalecendo sua capacidade de gestão e organização comunitária.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo, foi possível concluir que a cooperativa de crédito voltada para o produtor agropecuário é de grande relevância e apresenta vantagens competitivas com relação aos bancos convencionais. Além disso, os cooperados mostram-se satisfeitos com os produtos e serviços. Quanto à motivação da adesão, observou-se o fato de ter participação dos resultados como uma grande vantagem se comparado aos sistemas financeiros convencionais. Além disso, a facilidade na abertura de conta ainda se destaca quanto às vantagens citadas.

As cooperativas de crédito contribuem com o desenvolvimento regional, especialmente na comunidade agrícola, por disponibilizar crédito acessível e de longo prazo para os agricultores,

permitindo-lhes investir em equipamentos, insumos e tecnologias que melhorem a produtividade e competitividade de suas atividades, além de oferecer serviços financeiros personalizados e adequados às necessidades específicas dos agricultores, como linhas de crédito sazonais, seguro agrícola e orientação financeira, facilitar o acesso dos agricultores a programas governamentais de incentivo à agricultura, por meio de parcerias e colaborações com órgãos públicos, e promover a educação financeira e cooperativa entre os agricultores, fortalecendo sua capacidade de gestão e organização comunitária.

REFERÊNCIAS

BCB – BANCO CENTRAL DO BRASIL. **MCR – Manual de Crédito Rural**. 2020.

BECHO, Renato Lopes. **Tributação das Cooperativas**. 2. ed. São Paulo: Dialética, 1999.

BECHO, Renato Lopes. **Tributação das Cooperativas**. 3. ed. São Paulo: Dialética, 2005.

BECHO, Renato Lopes (coord.). **Problemas atuais no direito cooperativo**. São Paulo: Dialética, 2002.

BRASIL. **Lei n.º 5.764, de 16 de Dezembro de 1971**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm. Acesso em: mai. 2024.

BÚRIGO, Fábio Luiz. **Finanças e solidariedade: uma análise do cooperativismo de crédito rural solidário no Brasil**. 375f 2006. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

BÜTTENBENDER, Pedro Luís *et al.* Cooperativismo e desenvolvimento regional: aportes teóricos, experiências e perspectivas. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, ed. esp. 2 (Dossiê Cooperativismo), p. 1-7, 27 maio 2022.

BÜTTENBENDER, Pedro Luís. **Gestão de cooperativas: fundamentos, estudos e prática**. Porto Alegre: UNIJUÍ, 2011.

CAMARGO, Guilherme Benvindo; MACEDO, Karla Gonçalves. Cooperativas de crédito: um modelo econômico de sucesso. **CREDI-RURAL em Revista**, 3ª ed., set. 2020.

BRAÚNA, Ayrton Alves; CANÇADO, Ayrton Cardoso. **O papel do cooperativismo no desenvolvimento do estado do Tocantins**: uma análise a partir das liberdades de SEN. Intenções de desenvolvimento em espacialidades desiguais, p. 154. *In*: FILOCRAO, Antônio Sérgio Monteiro (Org.) Intenções de desenvolvimento em especialidades desiguais. Palmas: EDUFT, 2021.

CHIARETTO, Silvana *et al.* Um estudo bibliográfico sobre o cooperativismo de crédito como fator de desenvolvimento e fortalecimento econômico e social. **Revista Científica Faculdade Unimed**, v. 3, n. 2, p. 83-104, 2021.

COOPEDER. **Cooperativismo no mundo**. Disponível em: <<https://www.coopededer.org.br/a-coopededer/cooperativismo/cooperativismo-no-mundo/>>. Acesso em: 15 maio 2024.

FAZIO, Nivaldo. **O Banco do Brasil e o impacto da abertura de contas no relacionamento com o cliente**: o caso da agência Campo Largo. 2007. 48f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia em MBA em gestão de Negócios Financeiros)_ – Escola de Administração. Curso de especialização a distância: Gestão de negócios financeiros – Banco do Brasil, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

FERNANDES, Rodrigo André *et al.* Contribuição das cooperativas de crédito no desenvolvimento da agricultura familiar: o caso da Sulcredi Ouro. **Desenvolvimento Socioeconômico em Debate**, v. 4, n. 1, p. 88-105, 2018.

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

GIUDICCE, Thiago Lucas; ESTENDER, Antônio Carlos. O Processo de Análise de Investimentos Financeiros em Instituições Financeiras. **Caderno de Administração**, v. 11, n. 1, 2017.

GREATTI, Ligia; SELA, Vilma Meurer. Atuação das cooperativas de crédito no processo de inclusão financeira no Brasil. **Enfoque Reflexão Contábil**, v. 40, n. 3, p. 21-37, 2021.

LENTZ, Karina Rodrigues. **Aplicação financeira**: as principais alternativas de investimento em renda fixa no mercado financeiro para pessoas físicas. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma, 2017.

MICHELS, Andressa; LUNA, Joice Coletti; RINALDI, Daniela. Importância do cooperativismo de crédito para o desenvolvimento do agronegócio. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, v. 26, n. 55, p. 244-271, 2020.

MORAES, Pedro Paulo Costa de. **Cooperativismo de crédito**: uma análise do SICCOOB. 2013.

OCB. **Cartilha Ramos do Cooperativismo**. Disponível em: <<https://api.somoscooperativismo.coop.br/portal/arquivopublicacao/arquivo/get/184>>. Acesso em: 15 maio 2024.

PIZZANI, Luciana *et al.* A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 10, n. 2, p. 53-66, 2012.

POLONIO, Wilson Alves. **Manual das sociedades cooperativas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ROVANI, Bruno Pilatti *et al.* Desenvolvimento Socioeconômico e Cooperativismo de Crédito no Município de Concórdia/SC. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 52, p. 308-323, 2020.

SESCOOP. **Conceitos e Princípios (2012)**. Disponível em: <<http://www.ocergs.coop.br/cooperativismo/conceitos-principios>>. Acesso em: 15 maio 2024.

SICCOOB. **Investimentos**: Aplicações para o seu negócio. 2021. Disponível em: <https://www.siccoob.com.br/web/siccoob/investimentos-empresa/-/most_viewed_assets/rb7p99cJkFPU/>. Acesso em: 15 maio 2024.

SILVA JUNIOR, Valdir Freancisco Silva; GALVÃO, Henrique Martins; MATIAS, Nelson Tavares. Percepção do nível de satisfação com os serviços bancários. **Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia**, v. 4, n. 1, p. 123-136, 2020.

STEFANELLO, E.; FREITAS, C. A. DE; STADUTO, J. A. R. Avaliação do desempenho financeiro dos bancos cooperativos no Brasil. **Anais do Congresso de Economia e Sociologia Rural**, Cuiabá, MT, Brasil, 42, 1-19, 2004.

SANTOS, Tamara Pelissari dos. **Impacto social e econômico do cooperativismo de crédito**: estudo de caso em uma cooperativa de crédito da região da Serra Gaúcha.

SANTOS, Maxsuel Fernandes. **Cooperativas de crédito e sua influência na economia regional**: um estudo de caso sobre a SICCOOB Sertão-Ba. 2017.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Sociedades Cooperativas**: Resumo prático. 8 ed. Curitiba: Juruá, 2008.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Sociedades cooperativas**: resumo prático. Curitiba: Juruá, 2003.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Sociedades cooperativas**. 7 ed. rev. e atual. Curitiba: Juruá, 2007.

10

*José Eduardo Cardoso Ataiades
Emival da Cunha Ribeiro*

ANÁLISE DO POTENCIAL ECONÔMICO NA GERAÇÃO DE CRÉDITOS DE CARBONO EM FLORESTAS DE EUCALIPTO NO MUNICÍPIO DE RIO VERDE (GO)

INTRODUÇÃO

O mercado de carbono surgiu como uma resposta às crescentes preocupações globais com as mudanças climáticas e a necessidade urgente de reduzir as emissões de gases de efeito estufa (GEE). Esse mercado possibilita a comercialização de créditos de carbono, que representam a redução ou remoção de uma tonelada de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) da atmosfera. A ideia central é que países e empresas possam cumprir suas metas de redução de emissões comprando créditos de projetos que promovem a captura ou redução de GEE (IPAM, 2023).

O mercado de carbono no Brasil está em fase de regulamentação, com propostas de leis em tramitação que visam criar um mercado regulado de créditos de carbono (Assembleia Legislativa De Goiás, 2023). Enquanto isso, o mercado voluntário permite que empresas e indivíduos comprem créditos de carbono para compensar suas emissões. Esse mercado oferece uma oportunidade para a geração de receita por meio de projetos de reflorestamento e outras iniciativas sustentáveis. No contexto global, o Acordo de Paris e o Protocolo de Quioto são marcos importantes que reforçam a necessidade de ações para reduzir as emissões de GEE e promover a sustentabilidade.

Segundo a Embrapa (2021), o eucalipto *Eucalyptus* tem sido utilizado em diversos projetos de reflorestamento devido à sua capacidade de crescimento rápido e alta produtividade. Estudos demonstram que o plantio de eucalipto pode contribuir para o sequestro de carbono e a mitigação das mudanças climáticas, além de oferecer benefícios econômicos aos produtores (Oliveira *et al.*, 2021).

A produção de eucalipto no Brasil é uma atividade de grande importância econômica e ambiental, contribuindo para a recuperação de áreas degradadas e a geração de créditos de carbono.

O Brasil possui uma área total de 9 milhões de hectares dedicados ao plantio de florestas, sendo que 6,97 milhões de hectares correspondem ao eucalipto, destacando-se como a espécie predominante no setor florestal do país (Amorim *et al.*, 2021).

Em 2019, de acordo com os dados mais recentes do IBGE e CNA (Confederação Da Agricultura e Pecuária do Brasil), Goiás possui uma área significativa destinada ao cultivo de eucalipto, somando aproximadamente 168,6 mil hectares, o que representa 94,4% da área total de silvicultura no estado. Rio Verde se destaca como um dos principais polos de produção, contribuindo substancialmente para essa área plantada, com 9.000 hectares dedicados ao eucalipto. Esse cultivo é essencial não apenas para a economia local, mas também para a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas, através do sequestro de carbono.

Recentemente, a Câmara dos Deputados (2024) aprovou a exclusão da silvicultura do rol de atividades potencialmente poluidoras e utilizadoras de recursos ambientais, o que elimina a necessidade de licenciamento ambiental para atividades de plantio de florestas destinadas à extração de celulose, como o eucalipto. Essa mudança legislativa é vista como um impulso para o setor, pois reduz a burocracia e facilita investimentos, mas também gera críticas devido ao potencial impacto ambiental, como a exaustão de recursos hídricos e a redução da biodiversidade nas áreas de monocultura.

A introdução e ampliação do cultivo de eucalipto em áreas como Rio Verde não só contribuem para a economia local, mas também oferecem uma estratégia eficiente de captura de carbono, gerando créditos que podem ser comercializados no mercado de carbono. Proporcionando um duplo benefício: a mitigação das mudanças climáticas e o incentivo econômico para os produtores locais. Com a crescente demanda global por créditos de carbono, explorar o potencial de geração desses créditos em Rio Verde pode posicionar a região como um importante player no mercado

de carbono, contribuindo para a sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento econômico local (Embrapa, 2021).

A escolha de Rio Verde para este estudo se justifica pela importância econômica e ambiental da região no contexto do cultivo de eucalipto. Além de contribuir significativamente para a economia local, as plantações de eucalipto em Rio Verde têm o potencial de gerar créditos de carbono, proporcionando uma nova fonte de receita para os produtores e contribuindo para a mitigação das mudanças climáticas (Embrapa, 2021). A relevância desse estudo reside na necessidade de explorar alternativas sustentáveis que promovam o desenvolvimento econômico ao mesmo tempo em que contribuem para a conservação ambiental. A análise do potencial de créditos de carbono pode fornecer fundamentação para a formulação de políticas públicas e estratégias empresariais voltadas para a sustentabilidade.

O presente estudo tem como objetivo geral analisar o potencial econômico na geração de créditos de carbono em florestas de eucalipto no município de Rio Verde, Goiás. Para atingir esse objetivo, serão avaliados a área plantada de eucalipto em Rio Verde e seu potencial de sequestro de carbono, estimando a quantidade de créditos de carbono que podem ser gerados com base nos

dados de produção de eucalipto. Serão analisados os resultados de Rio Verde verificando a viabilidade econômica do projeto de geração de créditos de carbono.

A análise deste potencial é essencial para responder à questão-problema deste estudo: Como o cultivo de eucalipto em Rio Verde pode contribuir para a mitigação das mudanças climáticas através da geração de créditos de carbono?

REFERENCIAL TEÓRICO

MERCADO DE CARBONO: ORIGENS, EVOLUÇÃO E TIPOS

O mercado de carbono surgiu como uma estratégia global para combater as mudanças climáticas, sendo formalmente introduzido com o Protocolo de Quioto, em 1997. Este tratado internacional estabeleceu metas obrigatórias de redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para os países desenvolvidos, criando mecanismos de mercado como o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL). O MDL permitiu que países desenvolvidos investissem em projetos de redução de emissões em países em desenvolvimento, gerando créditos de carbono que poderiam ser usados para cumprir suas metas de redução, incentivando assim um mercado global de carbono (Limiro, 2008; Sister, 2008).

Ao longo dos anos, o mercado de carbono evoluiu significativamente. No início, o foco estava no mercado regulamentado, especialmente no âmbito do Protocolo de Quioto. No entanto, a crescente conscientização sobre as mudanças climáticas e a necessidade de uma ação mais ampla levaram ao desenvolvimento de mercados voluntários de carbono. Nestes mercados, empresas e indivíduos optam por compensar voluntariamente suas emissões, mesmo sem obrigações legais, contribuindo para a expansão do mercado e aumentando as oportunidades de negócios sustentáveis (Seiffert, 2009; Limiro, 2008).

De acordo com Sister (2008) o Protocolo introduziu mecanismos de flexibilização, como o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), que permitia que nações desenvolvidas investissem em projetos de redução de emissões em países em desenvolvimento, recebendo em troca créditos de carbono que poderiam ser utilizados para cumprir suas metas de redução.

A partir de então, o mercado de carbono evoluiu significativamente, culminando com o Acordo de Paris em 2015. Este acordo, ratificado por quase 200 países, visa manter o aumento da temperatura média global abaixo de 2°C, preferencialmente abaixo de 1,5°C, em relação aos níveis pré-industriais. Diferente do Protocolo de Quioto, o Acordo de Paris envolve todos os países e não apenas os desenvolvidos, estabelecendo metas voluntárias e nacionalmente determinadas (IPAM, 2023). Este acordo também enfatizou a importância de mecanismos de mercado para alcançar as metas de redução de emissões, promovendo a continuidade e a expansão do mercado de carbono global (Lelis *et al.*, 2021).

Com o Acordo de Paris, houve uma mudança significativa na abordagem global em relação ao combate às mudanças climáticas, com uma maior ênfase na cooperação internacional e no envolvimento de todos os países, independentemente de seu nível de desenvolvimento. O mercado de carbono passou a ser visto como uma ferramenta essencial para facilitar essa cooperação, permitindo que os países mais desenvolvidos ajudassem os países em desenvolvimento a implementar projetos de redução de emissões. A inclusão de mecanismos de mercado no Acordo de Paris abriu caminho para o desenvolvimento de novas iniciativas e ferramentas para a mitigação das mudanças climáticas (Gobor *et al.*, 2023).

A evolução do mercado de carbono também foi marcada pelo aumento da conscientização sobre a importância de reduzir as emissões de GEE e pela crescente demanda por soluções sustentáveis por parte de empresas e consumidores. Resultando em um aumento no número de projetos de redução de emissões e na diversificação dos tipos de projetos elegíveis para a geração de créditos de carbono, incluindo iniciativas de reflorestamento, energia renovável, eficiência energética e gestão de resíduos. A expansão do mercado de carbono global também foi acompanhada por um maior rigor na verificação e certificação dos projetos, garantindo a integridade ambiental e a credibilidade dos créditos de carbono gerados (Lelis *et al.*, 2021).

O mercado de carbono pode ser dividido em dois tipos principais: o mercado regulamentado e o mercado voluntário. O mercado regulamentado é aquele imposto por legislações específicas, onde os governos estabelecem limites obrigatórios para as emissões de GEE e criam sistemas de comércio de emissões (cap-and-trade). Exemplos de mercados regulamentados incluem o Sistema de Comércio de Emissões da União Europeia (Eu Ets) e o sistema de comércio de emissões da Califórnia. No Brasil, a regulamentação do mercado de carbono ainda está em fase de desenvolvimento, com propostas de leis em tramitação no Congresso Nacional que visam criar um mercado regulado de créditos de carbono (Assembleia Legislativa de Goiás, 2023).

Esses mercados, tanto regulamentados quanto voluntários, oferecem um mecanismo eficaz para a internalização das externalidades ambientais, permitindo que os custos das emissões de GEE sejam refletidos nos preços de mercado. Incentivando práticas mais sustentáveis e estimulando a inovação em tecnologias limpas, reforçando a importância do mercado de carbono como uma ferramenta na busca pela sustentabilidade global (Seiffert, 2009).

O mercado voluntário, por outro lado, é caracterizado pela adesão espontânea de empresas e organizações que desejam neutralizar suas emissões de carbono, independentemente de obrigações legais. Neste mercado, os participantes compram créditos de carbono para compensar suas emissões, promovendo projetos sustentáveis em diversas áreas, como reflorestamento, energias renováveis e eficiência energética (Gobor *et al.*, 2023). No Brasil, o mercado voluntário tem sido uma alternativa viável para empresas que buscam melhorar sua imagem corporativa e atender às demandas de consumidores cada vez mais conscientes sobre questões ambientais (IPAM, 2023).

O mercado regulamentado oferece uma estrutura mais formal e robusta para a redução de emissões, com metas obrigatórias

e um sistema de monitoramento e verificação rigoroso. As empresas que operam em setores cobertos por um mercado regulamentado são obrigadas a reduzir suas emissões ou comprar créditos de carbono para compensar o excesso de emissões. Criando um incentivo financeiro significativo para investir em tecnologias e práticas mais limpas. No entanto, a criação de um mercado regulamentado também envolve desafios, como a definição de limites de emissão justos e a implementação de mecanismos de fiscalização eficazes para garantir a conformidade (Lelis *et al.*, 2021).

Em contraste, o mercado voluntário é mais flexível e permite que uma ampla gama de atores participe na mitigação das mudanças climáticas. As empresas que operam no mercado voluntário não estão sujeitas a limites obrigatórios de emissão, mas optam por compensar voluntariamente suas emissões como parte de suas estratégias de responsabilidade social corporativa. O mercado voluntário também permite uma maior diversidade de projetos, incluindo aqueles que podem não ser elegíveis no mercado regulamentado, como projetos de pequena escala em comunidades locais. No entanto, a falta de regulamentação pode levar a preocupações sobre a integridade e a transparência dos créditos de carbono gerados (Gobor *et al.*, 2023).

Apesar de o Brasil não possuir um mercado de carbono regulado estabelecido, várias iniciativas estão em andamento para criar um ambiente regulatório favorável. O Projeto de Lei nº 528/2021, em tramitação no Congresso Nacional, propõe a criação de um mercado brasileiro de carbono, com regras claras para a emissão e comercialização de créditos de carbono (Assembleia Legislativa de Goiás, 2023), o Projeto de Lei nº 2148/2015 institui a criação do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões de Gases de Efeito Estufa (SBCE) para controle, compensações e emissões de créditos, além do controle das empresas poluidoras (Câmara Dos Deputados, 2023). Enquanto isso, o mercado voluntário continua a crescer, com empresas investindo em projetos de compensação de carbono e contribuindo para a sustentabilidade ambiental.

O desenvolvimento de um mercado regulamentado no Brasil poderia proporcionar uma série de benefícios, incluindo maior transparência, padronização e a possibilidade de atrair investimentos internacionais. Ademais, ajudaria a alinhar o Brasil com as melhores práticas globais e a cumprir seus compromissos climáticos internacionais (Gobor *et al.*, 2023). A implementação de um mercado regulamentado também poderia estimular a inovação tecnológica e a adoção de práticas de gestão mais eficientes em setores intensivos em carbono, contribuindo para a transição para uma economia de baixo carbono.

No entanto, a criação de um mercado regulamentado no Brasil enfrenta desafios significativos, incluindo a necessidade de conciliar interesses diversos e garantir que o mercado seja justo e eficaz. A definição de limites de emissão apropriados, a criação de mecanismos de fiscalização robustos e a integração do mercado brasileiro com os mercados internacionais são questões que precisam ser resolvidas. Vale ressaltar a necessidade de garantir que o mercado regulamentado beneficie todas as partes interessadas, incluindo pequenas e médias empresas e comunidades locais (IPAM, 2023).

Enquanto o mercado regulamentado está em desenvolvimento, o mercado voluntário no Brasil tem mostrado um crescimento significativo, com um número crescente de empresas adotando metas de neutralidade de carbono e investindo em projetos de compensação. Este crescimento é impulsionado pela demanda dos consumidores por produtos e serviços mais sustentáveis, bem como pela crescente pressão dos investidores por práticas empresariais responsáveis. O mercado voluntário oferece uma oportunidade para que as empresas brasileiras se destaquem no cenário global, demonstrando seu compromisso com a sustentabilidade e contribuindo para a mitigação das mudanças climáticas (Cândido *et al.*, 2021).

CRÉDITOS DE CARBONO: DEFINIÇÃO E FUNCIONAMENTO

Créditos de carbono são certificados que representam a redução ou remoção de uma tonelada de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) da atmosfera. Esses créditos são gerados por projetos que promovem a redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) através de diversas atividades, como o reflorestamento, a utilização de energias renováveis, a eficiência energética e a gestão de resíduos. A criação de créditos de carbono é uma forma de monetizar as reduções de emissões, incentivando economicamente os projetos que contribuem para a mitigação das mudanças climáticas (IPAM, 2023).

O funcionamento dos créditos de carbono envolve várias etapas. Primeiramente, um projeto deve ser desenvolvido para reduzir ou capturar emissões de GEE. Este projeto é então submetido a uma metodologia de certificação reconhecida, que valida e verifica a quantidade de emissões reduzidas. Organizações internacionais, como a Verra e o Gold Standard, são algumas das entidades que fornecem essa certificação. Uma vez certificadas, as reduções de emissões são convertidas em créditos de carbono, que podem ser comercializados no mercado de carbono. Cada crédito de carbono representa uma tonelada de CO₂e evitada ou removida da atmosfera (Gobor *et al.*, 2023).

No mercado de carbono, esses créditos podem ser comprados por empresas ou indivíduos que desejam compensar suas próprias emissões. Por exemplo, uma empresa que excede seu limite de emissões estabelecido em um mercado regulamentado pode comprar créditos de carbono para cumprir suas obrigações. Da mesma forma, empresas e organizações que operam no mercado voluntário podem adquirir créditos para neutralizar suas emissões como parte de suas estratégias de responsabilidade social corporativa. O preço dos créditos de carbono pode variar significativamente, dependendo

de fatores como a demanda do mercado, a qualidade do projeto e a localização geográfica (Cândido *et al.*, 2021).

Os créditos de carbono são fundamentais em incentivar práticas sustentáveis e promover a transição para uma economia de baixo carbono. Projetos de geração de créditos de carbono frequentemente trazem benefícios adicionais, como a proteção da biodiversidade, a melhoria da qualidade do ar e da água, e o apoio ao desenvolvimento econômico local. Por exemplo, projetos de reflorestamento não apenas sequestram carbono, mas também contribuem para a conservação dos ecossistemas e a criação de empregos nas comunidades locais. Da mesma forma, projetos de energias renováveis ajudam a reduzir a dependência de combustíveis fósseis e promovem a segurança energética (Lelis *et al.*, 2021).

A verificação e a certificação dos projetos são etapas essenciais para garantir a integridade ambiental dos créditos de carbono. Esse processo envolve a medição, a monitoração e a verificação das reduções de emissões, seguindo metodologias rigorosas e padrões internacionais.

A transparência e a credibilidade dos créditos de carbono são fundamentais para a confiança dos investidores e a eficácia do mercado de carbono. As entidades certificadoras realizam auditorias periódicas para assegurar que os projetos estão cumprindo suas metas de redução de emissões e que os créditos emitidos representam reduções reais e adicionais (IPAM, 2023).

Projetos que geram créditos de carbono frequentemente incluem componentes sociais e econômicos que beneficiam as comunidades locais. Por exemplo, projetos de reflorestamento não apenas contribuem para a captura de carbono, mas também melhoram a qualidade do solo, protegem a biodiversidade e criam oportunidades de emprego nas áreas rurais. Esses benefícios adicionais são frequentemente chamados de “co-benefícios” e são altamente

valorizados no mercado de carbono, aumentando a atratividade dos projetos para investidores e compradores (Seiffert, 2009).

A criação de um mercado de carbono regulamentado no Brasil pode aumentar a eficácia desses projetos, ao garantir que os créditos emitidos sejam resultado de reduções de emissões reais, verificáveis e adicionais. No entanto, a confiança dos investidores e a credibilidade do mercado dependem da transparência e da rigidez dos processos de certificação. A adoção de padrões internacionais, como os estabelecidos pela Verra ou pelo Gold Standard, é fundamental para assegurar que os créditos de carbono negociados no mercado brasileiro estejam em conformidade com as melhores práticas globais (Limiro, 2008).

Os créditos de carbono também incentivam a inovação tecnológica e a transição para fontes de energia mais limpas. Por exemplo, empresas que investem em energias renováveis ou em tecnologias de captura e armazenamento de carbono podem gerar créditos de carbono, o que não apenas compensa as emissões de GEE, mas também promove a adoção de práticas mais sustentáveis em toda a cadeia produtiva. A longo prazo, isso contribui para a construção de uma economia de baixo carbono, onde o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental andam de mãos dadas (Sister, 2008).

No contexto brasileiro, os créditos de carbono têm um grande potencial para contribuir para as metas de redução de emissões do país. Com vastas áreas de florestas e uma rica biodiversidade, o Brasil possui condições favoráveis para o desenvolvimento de projetos de créditos de carbono, especialmente no setor de reflorestamento e conservação florestal. No entanto, a expansão desse mercado requer um marco regulatório claro e políticas públicas que incentivem a participação de diversos atores, incluindo pequenas e médias empresas e comunidades locais. A criação de um mercado regulamentado de carbono no Brasil poderia fortalecer a integridade dos créditos gerados e aumentar a atratividade do país para investimentos internacionais em projetos de sustentabilidade (Gobor *et al.*, 2023).

BENEFÍCIOS E MALEFÍCIOS AMBIENTAIS DO PLANTIO DE EUCALIPTO

O plantio de eucalipto tem sido objeto de debate tanto em comunidades científicas quanto entre ambientalistas, devido aos seus impactos ambientais, que podem ser positivos ou negativos dependendo de diversos fatores, como as práticas de manejo utilizadas e as características específicas do ecossistema onde são implantados.

Um dos principais benefícios ambientais do cultivo de eucalipto é sua capacidade de promover a recuperação de áreas degradadas. Projetos de reflorestamento utilizando o eucalipto têm demonstrado eficácia na regeneração de solos que foram exauridos por práticas agrícolas intensivas ou mineração. O eucalipto, devido ao seu rápido crescimento e à capacidade de adaptação a diferentes tipos de solo, pode reverter processos erosivos e aumentar a retenção de água no solo através da deposição de serapilheira que é composta por matéria vegetal depositada no solo das florestas, que melhora a estrutura do solo e contribui para o aumento da matéria orgânica (Amorim *et al.*, 2021; Amorim, 2022).

O eucalipto tem um papel significativo na captura de carbono, contribuindo para a mitigação das mudanças climáticas. Estudos mostram que plantações de eucalipto podem sequestrar grandes quantidades de dióxido de carbono da atmosfera, o que é essencial em um contexto global de combate ao aquecimento global. Essa capacidade é maximizada quando o eucalipto é integrado em sistemas agroflorestais, onde o impacto positivo é ampliado pela combinação de culturas e a promoção de biodiversidade no entorno das plantações (Vechi; Júnior, 2018; Araujo *et al.*, 2013).

Outra contribuição importante do eucalipto é no controle da erosão. Em áreas de declive acentuado, o plantio de eucalipto pode ajudar a estabilizar o solo, reduzir a perda de solo e prevenir

o assoreamento de corpos d'água. O sistema radicular profundo do eucalipto facilita a ancoragem do solo e melhora a infiltração da água, reduzindo o escoamento superficial e, conseqüentemente, a erosão (Amorim, 2022).

Apesar dos benefícios, o plantio de eucalipto também pode trazer malefícios ambientais significativos, especialmente em situações onde o manejo não é feito de forma sustentável. Um dos impactos negativos mais discutidos é a perda de biodiversidade associada às monoculturas de eucalipto. A substituição de ecossistemas naturais por grandes áreas de eucalipto pode resultar na eliminação de diversas espécies nativas de flora e fauna, criando paisagens homogêneas e ecologicamente menos diversas. Essa redução da biodiversidade pode ter conseqüências graves para o equilíbrio ecológico e para os serviços ecossistêmicos que dependem de uma rica variedade de espécies (Vechi; Júnior, 2018).

Ademais, a monocultura do eucalipto pode levar ao empobrecimento do solo ao longo do tempo. Embora o eucalipto possa inicialmente contribuir para a melhoria da qualidade do solo, a exploração contínua sem práticas adequadas de rotação de culturas e adubação pode esgotar os nutrientes essenciais, como o nitrogênio e o fósforo, resultando em solos menos produtivos. Esse efeito é agravado em áreas onde a fertilidade do solo já é naturalmente baixa, limitando o potencial de recuperação das áreas após a exploração (Rezende *et al.*, 2011).

Outro malefício importante a ser considerado é o impacto sobre os recursos hídricos. Embora o eucalipto seja eficiente no uso da água, quando plantado em alta densidade ou em áreas inadequadas, pode competir com outras espécies vegetais por esse recurso, reduzindo a disponibilidade de água no solo e nos corpos hídricos adjacentes. Esse efeito é particularmente preocupante em regiões onde a água já é um recurso escasso, podendo causar redução da vazão de rios e córregos, afetando tanto os ecossistemas aquáticos

quanto as comunidades humanas que dependem desses recursos (Rezende *et al.*, 2011; Araujo *et al.*, 2013).

O plantio de eucalipto apresenta uma dualidade de impactos ambientais, sendo capaz de proporcionar benefícios significativos, como a recuperação de áreas degradadas, sequestro de carbono, e controle da erosão, mas também malefícios, como a perda de biodiversidade, empobrecimento do solo, e competição por recursos hídricos. Para maximizar os benefícios e minimizar os impactos negativos, é fundamental que o manejo dessas plantações seja realizado com base em práticas sustentáveis e integradas, que considerem as especificidades de cada ecossistema e as necessidades das comunidades locais. A adoção de políticas públicas e a criação de marcos regulatórios que incentivem o manejo sustentável e a conservação da biodiversidade são essenciais para assegurar que o plantio de eucalipto contribua para um desenvolvimento ambientalmente equilibrado e socialmente justo (Amorim *et al.*, 2021; Vechi; Júnior, 2018; Rezende *et al.*, 2011).

Dessa forma, a adoção de práticas de manejo integrado, que promovam a conservação dos recursos naturais e a biodiversidade, é fundamental para garantir que os aspectos positivos do eucalipto, como a recuperação de áreas degradadas e o sequestro de carbono, sejam totalmente aproveitados. Ao mesmo tempo, é necessário mitigar os efeitos adversos, como a competição por recursos hídricos e a redução da diversidade biológica, assegurando que o cultivo dessa espécie contribua para um desenvolvimento ambientalmente equilibrado e socialmente responsável em Rio Verde e em outras regiões produtoras.

METODOLOGIA

A metodologia adotada para este estudo envolve a realização de uma pesquisa bibliográfica de 2008 a 2024, a coleta de dados

secundários e a aplicação de fórmulas de cálculo de sequestro de carbono criado por Oliveira (2011) para estimar o potencial de geração de créditos de carbono nas florestas de eucalipto no município de Rio Verde, Goiás. Inicialmente, foi conduzida uma extensa pesquisa bibliográfica para fundamentar teoricamente o estudo, abordando temas como mercado de carbono, origens, evolução e tipos (regulado e voluntário), definição e funcionamento dos créditos de carbono, produção de eucalipto no Brasil e especificamente em Rio Verde, além dos benefícios ambientais do plantio de eucalipto. As fontes utilizadas incluíram artigos científicos, livros, relatórios técnicos e legislações pertinentes ao tema, com referências como Cândido *et al.* (2021), Gobor *et al.* (2021), Lelis *et al.* (2021), entre outros.

A coleta de dados baseou-se principalmente em fontes secundárias confiáveis, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e relatórios da Embrapa. Os dados coletados incluíram informações sobre a área plantada de eucalipto em Rio Verde, produção e produtividade das florestas de eucalipto, e dados climáticos e de solo da região. Esses dados foram essenciais para compreender o cenário atual e avaliar o potencial de sequestro de carbono.

Para realizar uma comparação e estimar a quantidade de créditos de carbono que poderiam ser gerados, foi utilizado um orçamento elaborado pela empresa CredCarbo no ano de 2022. Este orçamento incluiu os custos de implementação e manutenção das florestas de eucalipto, bem como a expectativa de receita proveniente da venda de créditos de carbono. A utilização deste orçamento permitiu realizar uma análise detalhada dos custos e benefícios econômicos associados à geração de créditos de carbono.

O cálculo do potencial de sequestro de carbono foi realizado utilizando uma fórmula padrão de cálculo de biomassa e sequestro de carbono, conforme estabelecido por Oliveira (2011). A fórmula utilizada foi $C = V \times BEF \times D \times 0,5$, onde C representa o carbono armazenado em toneladas de CO_2 , V é o volume de madeira em metros

cúbicos, BEF é o fator de expansão de biomassa, D é a densidade da madeira em toneladas por metro cúbico, e 0,5 é o fator de conversão de biomassa em carbono. Este método permitiu estimar com precisão a quantidade de carbono sequestrado pelas florestas de eucalipto em Rio Verde.

Com base no cálculo de sequestro de carbono, estimou-se a quantidade de créditos de carbono que podem ser gerados. Considerando que um crédito de carbono equivale a uma tonelada de CO₂ equivalente, utilizou-se a fórmula $CC=C \div 1$, onde CC é o número de créditos de carbono. Esta estimativa forneceu uma visão clara do potencial de geração de créditos de carbono na região.

A análise econômica envolveu a avaliação dos custos de implementação e manutenção das florestas de eucalipto e a potencial receita proveniente da venda de créditos de carbono. Consideraram-se os preços médios de mercado dos créditos de carbono e as taxas de retorno econômico para os produtores. Esta análise permitiu compreender a viabilidade econômica dos projetos de geração de créditos de carbono em Rio Verde.

Os resultados obtidos para Rio Verde foram comparados com dados de outras regiões produtoras de eucalipto no Brasil. Utilizaram-se indicadores como produtividade, custo-benefício e viabilidade econômica dos projetos de geração de créditos de carbono para realizar esta comparação. Estimou-se as potenciais perdas econômicas de Rio Verde por não entrar no mercado de créditos de carbono, calculando a receita que poderia ser gerada pela venda de créditos de carbono e comparando-a com a situação atual.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme o IBGE e CNA em 2019, Goiás destaca-se pela extensa área dedicada ao cultivo de eucalipto, totalizando cerca de

168,6 mil hectares, o que representa a maior parte da silvicultura no estado, com 94,4% dessa área voltada para essa espécie. Essa cultura é vital tanto para a economia regional quanto para os esforços de sustentabilidade, como o sequestro de carbono, que ajuda a mitigar os impactos das mudanças climáticas.

Rio Verde, integra a microrregião do Sudoeste de Goiás, é uma cidade que se destaca por sua significativa contribuição ao agronegócio brasileiro. Com um solo predominantemente do tipo latossolo vermelho, a região é altamente propícia para a agricultura, favorecendo a produção de culturas como soja, milho, sorgo, e, mais recentemente, o eucalipto. Este solo, caracterizado por sua elevada fertilidade, quando bem manejado, permite não só a prática agrícola intensiva, mas também a manutenção da sustentabilidade ambiental através de práticas como a rotação de culturas e a conservação do solo (Venturoli; Morales, 2014).

O agronegócio é o principal motor econômico de Rio Verde, contribuindo de maneira significativa para o Produto Interno Bruto (PIB) do município. O setor agropecuário responde por uma grande parte da geração de empregos e renda na cidade, impulsionando não apenas o crescimento econômico local, mas também auxiliando de forma direta no desenvolvimento regional. A produção de soja e milho, em particular, tem colocado Rio Verde entre os maiores produtores agrícolas do Brasil, o que fortalece sua posição estratégica no cenário nacional (Soares *et al.*, 2019).

A economia de Rio Verde é diversificada, com o agronegócio se destacando como o setor mais importante. A cidade conta com uma área total de 649 mil hectares disponíveis para a agricultura, dos quais 9.000 hectares são dedicados ao plantio de eucalipto (Figura 1). Essa vasta área agrícola é um reflexo da força do setor na região, que continua a atrair investimentos e a desenvolver novas tecnologias para aumentar a produtividade e a sustentabilidade (IBGE, 2024).

Figura 1 - Plantação de eucalipto em Rio Verde - Goiás



Fonte: Acervo pessoal do autor.

O solo de Rio Verde, rico em nutrientes e com boa capacidade de retenção de água, é ideal para o cultivo do eucalipto, uma espécie que tem sido cada vez mais cultivada na região devido ao seu rápido crescimento e à sua capacidade de sequestro de carbono. Estudos mostram que o eucalipto tem um papel importante na proteção do solo contra a erosão e na conservação dos recursos hídricos, além de contribuir para a mitigação das mudanças climáticas por meio da captura de CO₂ (Moreira et al., 2019). A implementação de práticas de manejo sustentável é fundamental para garantir que o cultivo de eucalipto não degrade o solo ao longo do tempo, mas sim contribua para a regeneração de áreas anteriormente degradadas (Venturoli; Morales, 2014).

A escolha do eucalipto como cultura florestal em Rio Verde se deve a uma série de fatores, incluindo a adaptabilidade da espécie às condições locais e a alta demanda por madeira de reflorestamento. O eucalipto é amplamente utilizado para a produção de energia, celulose, e madeira para construção, o que torna essa cultura uma escolha estratégica tanto do ponto de vista econômico

quanto ambiental. O cultivo de eucalipto em áreas semelhantes à Rio Verde tem mostrado ser uma alternativa eficaz para o sequestro de carbono, podendo contribuir para a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas (MOREIRA *et al.*, 2019).

Em termos de gestão sustentável, a produção de eucalipto em Rio Verde também serve como um exemplo de boas práticas ambientais. A utilização de solos anteriormente degradados para o plantio de eucalipto, além de ajudar na recuperação dessas áreas, minimiza a pressão sobre as florestas nativas e promove a conservação da biodiversidade. Essas práticas são essenciais para garantir que o crescimento da indústria de reflorestamento em Goiás continue a ser sustentável e benéfico para a sociedade como um todo (Venturoli; Morales, 2014).

Com base nos 9.000 hectares de eucalipto plantados em Rio Verde, utilizando como base a fórmula criada por Oliveira (2011) e considerando que cada hectare de eucalipto tem a capacidade de sequestrar aproximadamente 10 toneladas de CO₂ por ano, podemos estimar o potencial de geração de créditos de carbono.

A tabela 1 detalha os cálculos para fins hipotéticos, considerando também a totalidade da área disponível para agricultura no município. Vale ressaltar que trata-se de situações de exemplo apenas para hipóteses, em uma situação real não seria possível utilizar toda a área disponível para plantio, para silvicultura, respeitando os critérios do manejo sustentável.

Tabela 1 - Potencial de geração de carbono

Área de Plantio (ha)	Sequestro de CO ₂ (t/ha/ano)	Total de CO ₂ sequestrado (t/ano)	Valor do Crédito de Carbono (R\$/t)	Receita Potencial (R\$/ano)
9.000	10	90.000	60	5.400.000
649.000	10	6.490.000	60	389.400.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir de um exemplo hipotético, o potencial econômico da geração de créditos de carbono em Rio Verde, considerando tanto os 9.000 hectares já plantados com eucalipto quanto a totalidade dos 649 mil hectares disponíveis para agricultura no município. O valor do crédito de carbono foi estimado em R\$ 60,00 por tonelada de CO₂, resultando em uma receita potencial de R\$ 5,4 milhões anualmente para os 9.000 hectares atualmente plantados. Caso a totalidade da área disponível fosse utilizada para o plantio de eucalipto, o potencial de receita poderia chegar a R\$ 389,4 milhões por ano, o que evidencia a viabilidade econômica e ambiental dessa atividade em Rio Verde.

Conforme observado por Amorim *et al.* (2021), o solo da região, predominantemente argiloso e com boa capacidade de retenção de água, associado ao clima com períodos de chuva bem definidos, oferece condições ideais para o crescimento do eucalipto. Esse tipo de solo, quando manejado adequadamente, pode suportar o cultivo intensivo sem causar grandes impactos negativos ao meio ambiente, permitindo a maximização da produtividade florestal e do sequestro de carbono. Assim o clima favorável contribui para uma maior eficiência no crescimento das árvores, aumentando a quantidade de biomassa acumulada e, conseqüentemente, o carbono sequestrado.

A exploração do mercado de carbono, portanto, não é apenas uma oportunidade para mitigar os impactos ambientais do cultivo intensivo, mas também para adicionar uma significativa fonte de receita para os produtores locais. Conforme discutido por Gobor *et al.* (2023), a proximidade de Rio Verde a centros industriais e mercados consumidores facilita a logística e a comercialização dos créditos de carbono gerados, tornando a região altamente competitiva.

Rio Verde, com sua vasta área agrícola e relevo favorável à mecanização, tem o potencial de se tornar referência na produção sustentável de eucalipto e na geração de créditos de carbono. A exclusão da silvicultura do rol de atividades potencialmente poluidoras abre

novas possibilidades para o desenvolvimento do setor, garantindo que a cidade continue a crescer economicamente, ao mesmo tempo em que contribui para a mitigação das mudanças climáticas (Câmara dos Deputados, 2024).

A produção de eucalipto em Rio Verde, Goiás, é um elemento para entender o impacto ambiental e o potencial econômico do município no contexto do mercado de carbono. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), Rio Verde possui 9.000 hectares de eucalipto plantados, o que não só contribui significativamente para a economia local, mas também oferece um potencial considerável para a geração de créditos de carbono. Utilizando a fórmula de cálculo de biomassa e sequestro de carbono estabelecida por Oliveira (2011), calculamos o sequestro de carbono nas plantações de eucalipto de Rio Verde. A fórmula é expressa como:

$$C=V\times BEF\times D\times 0,5$$

Onde:

- C é o carbono armazenado em toneladas de CO₂.
- V é o volume de madeira em metros cúbicos.
- BEF é o fator de expansão de biomassa.
- D é a densidade da madeira em toneladas por metro cúbico.
- 0,5 é o fator de conversão de biomassa em carbono.

Assumindo que o volume médio de madeira por hectare seja de 150 m³, com um fator de expansão de biomassa (BEF) adequado e uma densidade média para o eucalipto, chegamos à estimativa de que cada hectare de eucalipto sequestra cerca de 9 toneladas de CO₂ por ano. Para os 9.000 hectares em Rio Verde, isso se traduz em um sequestro total anual de aproximadamente 81.000 toneladas de CO₂. Esta quantidade é equivalente à geração de 81.000 créditos

de carbono anualmente, onde cada crédito representa uma tonelada de CO₂ equivalente.

A Tabela 1 apresenta um cenário amplo, sugerindo um potencial de 90.000 toneladas de CO₂ sequestradas anualmente para 9.000 hectares, considerando todo o potencial agrícola da região. Em contraste, a Tabela 2 oferece uma estimativa mais precisa de 81.000 toneladas, baseada em cálculos detalhados de volume de madeira e densidade. Essa comparação ressalta a importância de cálculos refinados para uma avaliação realista do potencial de sequestro de carbono em Rio Verde, ajustando as expectativas do cenário hipotético para uma análise prática e fundamentada. A Tabela 2 apresenta os principais dados utilizados e os resultados obtidos.

Tabela 2 - Estimativa de Sequestro de Carbono e Geração de Créditos em Rio Verde, GO

Área Plantada (ha)	Volume Madeira (m ³ /ha)	Sequestro de Carbono (tCO ₂ /ha/ano)	Total de Carbono Sequestrado (tCO ₂ /ano)	Créditos de Carbono Gerados (CC/ano)
9.000	150	9	81000	81.000

Fonte: Elaborado pelo autor.

A viabilidade econômica da geração de créditos de carbono em Rio Verde foi analisada considerando tanto os custos de implementação e manutenção das florestas de eucalipto quanto a receita potencial proveniente da venda desses créditos. De acordo com o orçamento fornecido pela CredCarbo (2022), o custo inicial de implementação é de aproximadamente USD \$84.260, enquanto o custo anual de manutenção é estimado em USD \$35.000.

A tabela 3 inclui diferentes cenários de custo e receita e pode fornecer uma visão clara das variações possíveis no retorno econômico do projeto. Como discutido por LELIS et al. (2021), a flutuação nos preços dos créditos de carbono pode ter um impacto significativo na viabilidade econômica dos projetos, e a análise de cenários

permite aos produtores planejar melhor suas operações, considerando as incertezas do mercado.

Tabela 3 - Cenários de Custo e Receita em Rio Verde, GO

Cenário	Área Plantada (ha)	Custo de Manutenção (USD/ano)	Preço dos Créditos (USD/CC)	Receita Bruta (USD/ano)	Receita Líquid (USD/ano)
Cenário 1 (Base)	9000	35.000	11	891.000	771.740
Cenário 2 (Aumento de 20% na Área)	10800	42.000	11	1.069.200	956.200
Cenário 3 (Aumento de 50% na Área)	13500	52.500	11	1.336.500	1.199.740
Cenário 4 (Preço dos Créditos a \$15)	9000	35.000	15	1.215.000	1.095.740

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Cenário 1, considerado a base, assume os 9.000 hectares plantados com um custo de manutenção anual de USD \$35.000 e um preço de USD \$11 por crédito de carbono, resultando em uma receita líquida de USD \$771.740. No Cenário 2, é simulado um aumento de 20% na área plantada, elevando tanto os custos quanto a receita proporcionalmente, enquanto o Cenário 3 considera um aumento de 50% na área, evidenciando um crescimento ainda maior na receita líquida. O Cenário 4 explora a possibilidade de um aumento no preço dos créditos para USD \$15, mantendo a área plantada original, o que resultaria em uma receita significativamente maior. Esses cenários permitem avaliar como diferentes fatores podem influenciar o retorno econômico do projeto, auxiliando na tomada de decisões estratégicas.

Com base na cotação de 08/2024, USD \$11,00 por crédito de carbono, a receita anual estimada pode chegar a USD \$891.000,

o que equivale a aproximadamente R\$ 4.719.000,00, considerando a taxa de câmbio de R\$ 5,30/USD. Esta receita demonstra que, após a dedução dos custos operacionais, o projeto não apenas é economicamente viável, mas também proporciona um retorno financeiro significativo. A Tabela 4 detalha os custos e as receitas estimadas.

Tabela 4 - Análise Econômica da Geração de Créditos de Carbono em Rio Verde, GO

Descrição	Valor Estimado (USD)	Valor Estimado (r\$)
Custo Inicial De Implementação	84260	R\$ 446.578
Custo Anual De Manutenção	35000	R\$ 185.500
Receita Anual Estimada (Créditos)	891000	R\$ 4.719.000
Receita Líquida Estimada (Anual)	771740	R\$ 4.087.922

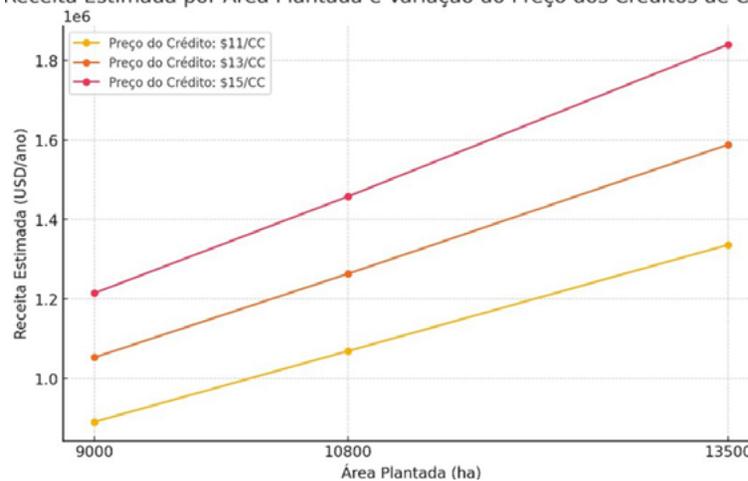
Fonte: Elaborado pelo autor.

Os resultados indicam que Rio Verde tem grande potencial para se beneficiar do mercado de créditos de carbono, não apenas contribuindo para a mitigação das mudanças climáticas, mas também proporcionando um retorno financeiro substancial aos produtores locais. A viabilidade econômica do projeto, evidenciada pelos cálculos e comparações, reforça a ideia de que a exploração sustentável das florestas de eucalipto pode ser uma estratégia eficaz para a geração de renda adicional, ao mesmo tempo que atende às demandas ambientais globais. A implementação de práticas de manejo sustentável e a participação ativa no mercado de carbono poderão aumentar ainda mais a receita gerada, tornando Rio Verde um exemplo de como a sinergia entre desenvolvimento econômico e conservação ambiental pode ser alcançada.

No gráfico 1 é possível visualizar como a receita pode variar significativamente com o aumento da área plantada e com o preço dos créditos de carbono, destacando a importância de estratégias de manejo e de posicionamento no mercado.

Gráfico 1 - Receita estimada por área plantada

Receita Estimada por Área Plantada e Variação do Preço dos Créditos de Carbono

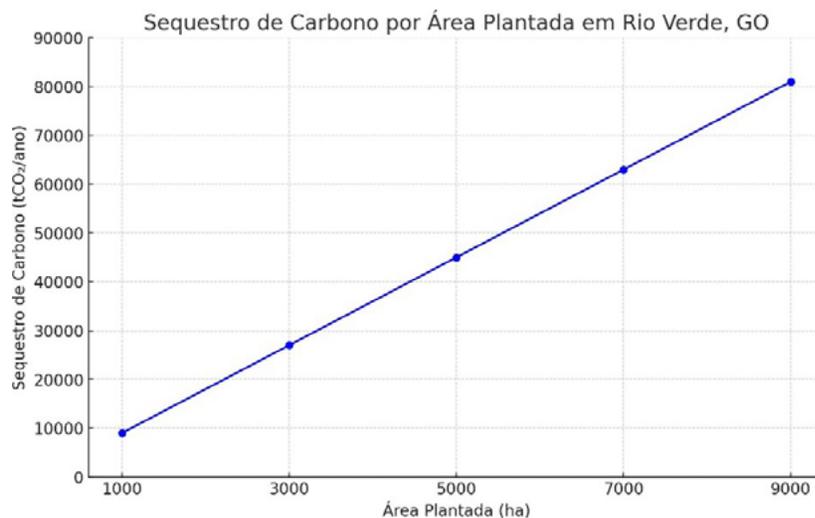


Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme Cândido *et al.* (2021) apontam, o aumento da área plantada em regiões com características favoráveis, como Rio Verde, pode resultar em um incremento significativo na receita gerada, especialmente se o mercado de carbono continuar em expansão.

O gráfico 2 ilustra a relação entre a área plantada com eucalipto em Rio Verde, GO, e o sequestro de carbono estimado em toneladas de CO₂ por ano. O gráfico mostra que à medida que a área plantada aumenta, o sequestro de carbono também cresce proporcionalmente. Refletindo a capacidade das plantações de eucalipto de capturar grandes quantidades de CO₂ da atmosfera, contribuindo significativamente para a mitigação das mudanças climáticas.

Gráfico 2 - Sequestro de Carbono por Área Plantada em Rio Verde



Fonte: Elaborado pelo autor.

Através dele é possível visualizar como o aumento da área plantada está diretamente relacionado ao aumento do sequestro de carbono, demonstrando o potencial significativo de Rio Verde para contribuir com a mitigação das mudanças climáticas através da geração de créditos de carbono. Especificamente, o gráfico demonstra que para cada hectare de eucalipto plantado, há uma expectativa de sequestro de aproximadamente 9 toneladas de CO₂ por ano. Portanto, com os 9.000 hectares atualmente plantados, o sequestro total é estimado em 81.000 toneladas de CO₂ anuais.

Quando comparada a outras regiões produtoras de eucalipto no Brasil, como o Espírito Santo e o Sul da Bahia, Rio Verde se destaca pelo equilíbrio entre custo da terra, disponibilidade de água e produtividade das plantações. Segundo Oliveira *et al.* (2021), enquanto o Espírito Santo enfrenta desafios com o custo elevado da terra, e o Sul da Bahia com questões relacionadas à gestão de recursos hídricos, Rio Verde oferece uma combinação de fatores que favorecem a viabilidade econômica e a sustentabilidade do cultivo de eucalipto.

O plantio de eucalipto em Rio Verde oferece diversos benefícios ambientais, como a recuperação de áreas degradadas e a melhoria da qualidade do solo, como apontado por Amorim (2022). A presença de eucaliptos pode melhorar a estrutura do solo ao aumentar a matéria orgânica e promover a retenção de água, o que é fundamental para áreas que sofreram com práticas agrícolas intensivas no passado.

Entretanto, os malefícios ambientais também precisam ser considerados. Vechi e Júnior (2018) alertam para os riscos de perda de biodiversidade associados à monocultura do eucalipto, que pode substituir ecossistemas nativos e reduzir a diversidade de espécies vegetais e animais. O impacto sobre os recursos hídricos, principalmente em regiões onde a água é um recurso escasso, deve ser cuidadosamente gerido. Como discutido por Rezende *et al.* (2011), a alta demanda de água pelo eucalipto pode afetar a disponibilidade hídrica local, prejudicando outras atividades agrícolas e a oferta de água para consumo humano.

Os cálculos de viabilidade econômica apresentados mostram que, mesmo em cenários conservadores, o projeto de créditos de carbono em Rio Verde é viável, considerando os aspectos econômicos e sustentáveis. Oliveira *et al.* (2011) demonstram que a utilização de fórmulas padrão para o cálculo de biomassa e sequestro de carbono, adaptadas às condições locais, permite estimar com precisão o potencial de geração de créditos de carbono.

Esses cálculos são fundamentais para os produtores locais, pois oferecem uma base sólida para a tomada de decisões, permitindo a avaliação de diferentes cenários de custos e receitas. A análise de Moreira *et al.* (2019) complementa essa visão, mostrando que a implementação de práticas de manejo sustentável pode reduzir os custos operacionais e aumentar a rentabilidade do projeto.

Nesse sentido, políticas públicas que incentivem a certificação de créditos de carbono e ofereçam suporte técnico aos produtores são essenciais para garantir a competitividade de Rio Verde no mercado de carbono. Gobor *et al.* (2023) enfatizam que incentivos fiscais e programas de capacitação podem aumentar significativamente a participação de pequenos e médios produtores, garantindo que os benefícios econômicos e ambientais sejam amplamente distribuídos na região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo investigar o potencial de geração de créditos de carbono através do cultivo de eucalipto no município de Rio Verde, Goiás, e analisou os impactos econômicos e ambientais dessa prática. Os resultados obtidos demonstram que Rio Verde possui um grande potencial para se destacar no mercado de carbono, contribuindo significativamente para a mitigação das mudanças climáticas ao mesmo tempo em que oferece uma fonte de receita adicional para os produtores locais.

Com uma área plantada de 9.000 hectares, foi estimado que as plantações de eucalipto em Rio Verde poderiam sequestrar aproximadamente 81.000 toneladas de CO₂ por ano, resultando na geração de 81.000 créditos de carbono. A viabilidade econômica do projeto foi confirmada pela análise de custos e receitas, que indicou um retorno financeiro significativo, mesmo após a dedução dos custos operacionais. Esses resultados destacam a atratividade do mercado de carbono como uma estratégia viável e lucrativa para os produtores da região.

Além dos benefícios econômicos, o plantio de eucalipto também pode oferecer vantagens ambientais, como a recuperação de

áreas degradadas e a conservação do solo. No entanto, os malefícios potenciais, como a perda de biodiversidade e o impacto nos recursos hídricos, precisam ser gerenciados por meio de práticas de manejo sustentável. A adoção de políticas públicas e iniciativas de certificação pode ajudar a maximizar os benefícios e mitigar os impactos negativos, promovendo um desenvolvimento mais equilibrado e sustentável.

O estudo revelou que Rio Verde em relação a outras regiões produtoras de eucalipto no Brasil, tem condições favoráveis para se tornar um importante participante do mercado de créditos de carbono, desde que adote práticas de manejo adequadas e se integre de forma eficiente aos mecanismos de mercado.

Durante a realização desta pesquisa bibliográfica, identificou-se uma significativa limitação relacionada à escassez de literatura recente sobre o tema proposto. Grande parte dos estudos disponíveis são datados e podem não refletir as mudanças e avanços ocorridos na área nos últimos anos. Essa falta de literatura atualizada restringe a compreensão dos desenvolvimentos recentes e das novas abordagens que poderiam enriquecer a análise. Considerando essa lacuna, sugere-se que futuras pesquisas explorem mais profundamente o tema, incentivando a produção de estudos empíricos e revisões atualizadas que possam fornecer uma visão mais contemporânea e abrangente. Investir em novas investigações com metodologias modernas é essencial para preencher as lacunas identificadas e fornecer uma base mais sólida e atualizada para profissionais e pesquisadores da área.

Diante deste estudo, destaca-se que a exploração do mercado de carbono em Rio Verde não só é viável, como também pode gerar benefícios econômicos e ambientais significativos. Recomenda-se a continuidade dos esforços para fortalecer o manejo sustentável e a certificação das práticas florestais na região, visando otimizar o potencial de sequestro de carbono e ampliar as oportunidades de

receita para os produtores locais. A implementação dessas estratégias pode posicionar Rio Verde como um destaque em desenvolvimento sustentável no Brasil, contribuindo para a economia local e para a mitigação dos impactos ambientais.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Vanessa da Silva Santos de. **Benefícios das florestas plantadas com eucalipto na recuperação de áreas degradadas**. Trabalho de Conclusão de Curso (Especializada em Recuperação de Áreas Degradadas) — Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão — UEMASUL, Imperatriz, MA, 2022.

ARAUJO, Vagner Gabriel et al. A importância das plantações de eucalipto na conservação da biodiversidade. **Pesquisa florestal brasileira**, v. 33, n. 74, p. 203-213, 2013.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS. **Projeto regulamenta mercado de créditos de carbono em Goiás**. Disponível em: <https://portal.al.go.leg.br/noticias/134794/projeto-regulamenta-mercado-de-creditos-de-carbono-e-m-goias>. Acesso em: 06 ago. 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Câmara aprova exclusão de silvicultura do rol de atividades poluidoras**. Agência Câmara de Notícias, 08 maio 2024. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/1060054-camara-aprova-exclusao-de-silvicultura-do-rol-de-atividades-poluidoras/>. Acesso em: 09 ago. 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **SUBEMENDA SUBSTITUTIVA AO PROJETO DE LEI Nº 2148, DE 2015**. Apresentação: 21/12/2023 21:37:15.260 - PLEN PRLE1 => PL 2148/2015. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2382007&filename=SSP+1+CEURG+%3D%3E+PL+2148/2015. Acesso em: 05 set. 2024.

CÂNDIDO, A. L. B.; et al. Os benefícios ambientais do plantio de eucalipto: revisão de literatura. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 11, e318101119604, 2021.

CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (CNA). **CNA debate custos de produção de eucalipto em Goiás**. Disponível em: <https://www.cnabrasil.org.br/noticias/cna-debate-custos-de-producao-de-eucalipto-em-goias>. Acesso em: 09 ago. 2024.

EMBRAPA. Eucalipto para restauração florestal com renda para propriedades rurais familiares. In: OLIVEIRA, E. B. et al. **O eucalipto e a Embrapa**: quatro décadas de pesquisa e desenvolvimento. Colombo: Embrapa Florestas, 2021. p. 667-682.

GOBOR, D.; *et al.* Produção de eucalipto em sistemas ILPF e sua contribuição para a mitigação das mudanças climáticas. **Agropecuária Brasileira**, v. 12, p. 123-145, 2021.

GOBOR, D.; SOUSA, L. P.; SANTOS, L. M. F.; MAXIMIANO, G. A.; TINA, V. S.; OLIVEIRA, E. B. de; MORIS, A. C. **Eucalipto para restauração florestal com renda para propriedades rurais familiares**. In: OLIVEIRA, E. B. de; PENNO, L. S.; SANTOS, L. M. F. O eucalipto e a Embrapa: quatro décadas de pesquisa e desenvolvimento. Colombo: Embrapa Florestas, 2021. p. 667-682.

GOBOR, D.; *et al.* Análise comparativa do mercado voluntário e mercado regulado de créditos de carbono no Brasil. **Revista Brasileira de Economia e Meio Ambiente**, v. 13, n. 2, p. 21-23, 2023.

GOVERNO DE GOIÁS. **Rio Verde é o segundo maior produtor de lenha de eucalipto do Brasil**. Disponível em: <https://goias.gov.br/agricultura/rio-verde-e-o-segundo-maior-produtor-de-lenha-de-eucalipto-do-brasil/>. Acesso em: 06 ago. 2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura**: Tabela 5930 - Área total existente em 31/12 dos efetivos da silvicultura por espécie florestal: Eucalipto. 2022. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5930>. Acesso em: 06 ago 2024.

IPAM. **O que é e como funciona o mercado de carbono**. Disponível em: https://ipam.org.br/cartilhas-ipam/o-que-e-e-como-funciona-o-mercado-de-carbono/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw3ZayBhDRARIsAPWzx8rbR70adXXEWdwiswQQohJxhYAZXUdD5jAU9rpDjE1PMQIXgSMXkNAaAgeLEALw_wcB. Acesso em: 06 ago. 2024.

JÚNIOR, José Carlos de Sousa *et al.* Sistemas Integrados de Produção Agropecuária: análise descritiva das ações desenvolvidas por instituições governamentais no Estado de Goiás. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 11, 2021.

LELIS, R. C.; *et al.* Sequestro de CO2 em árvores de eucalipto no sistema ILPF. **Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento**, Embrapa, 2021.

LIMIRO, Danielle. **Créditos de carbono**: Protocolo de Kyoto e Projetos de MDL. Curitiba: Jurug, 2008,

OLIVEIRA, E. B.; SANTOS, L. M. F.; GOBOR, D.; TINA, V. S.; MAXIMIANO, G. A.; SOUSA, L. P.; PENNO, L. S.; MORIS, A. C. **Implantação e manejo de florestas em pequenas propriedades no estado do Paraná**: um modelo para a conservação ambiental, com inclusão social e viabilidade econômica. Colombo: Embrapa Florestas, 2008. 49 p. (Embrapa Florestas. Documento, 167).

OLIVEIRA, E. B.; SOUSA, L. P.; RADOMSKI, M. I.; TINA, V. S.; GOBOR, D. Regeneração natural em sub-bosque de *Corymbia citriodora* no noroeste do estado do Paraná. **Revista Floresta**, v. 41, n. 2, p. 377-386, 2011.

OLIVEIRA, E. B.; SOUSA, L. P.; SANTOS, L. M. F.; GOBOR, D.; MAXIMIANO, G. A.; TINA, V. S. **Sistemas mistos de espécies florestais nativas com eucalipto em propriedades rurais familiares na região Noroeste do estado do Paraná**. In: PARRON, L. M.; GARCIA, J. R.; OLIVEIRA, E. B. de; BROWN, G. G.; PRADO, R. B. (ed.). Serviços ambientais em sistemas agrícolas e florestais do Bioma Mata Atlântica. Brasília. 2014.

OLIVEIRA, E. B. et al. **O eucalipto e a Embrapa**: quatro décadas de pesquisa e desenvolvimento. Colombo: Embrapa Florestas, 2021. p. 667-682.

REZENDE, Luciano Vilas Boas; CAMELLO, Thereza Cristina F.; REBELO, Lea Plumbim. O eucalipto resseca o solo? mito ou verdade?. **Revista Internacional de Ciências**, v. 1, n. 1, p. 19-38, 2011.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini **Mercado de carbono e protocolo de Quioto**: oportunidades de negócio na busca da sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2009.

SISTER, Gabriel. **Mercado de carbono e Protocolo de Quioto**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SOARES, L. G.; NEDEL, T.; FORMOLLO JÚNIOR, M.; MOREIRA, J. M. M. Á.; BUSCHINELLI, C. C. A.; OLIVEIRA, V. L. E.; SIMIONI, F. J. Cadeia produtiva do eucalipto em polos produtivos de Goiás. **Revista Acadêmica da UDESC**, 2019.

VECHI, Anderson; JÚNIOR, Carlos Alberto De Oliveira Magalhães. Aspectos positivos e negativos da cultura do eucalipto e os efeitos ambientais do seu cultivo. **Revista Valore**, v. 3, n. 1, p. 495-507, 2018.

VENTUROLI, Fábio; MORALES, Marina Moura. Volumetria de um híbrido de *Eucalyptus grandis* x *E. urophylla* no cerrado: similaridade de estimativas. **Agrotrópica**, v. 26, n. 3, p. 167-174, 2014.



11

*João José Sousa Guimarães
Frankcione Borges de Almeida
Francisco da Chaga Lima
Rafael Crisóstomo Alves*

**AVALIAÇÃO
DO DESEMPENHO
ECONÔMICO-FINANCEIRO
DE EMPRESAS VAREJISTAS
DE 2020 A 2022**

DOI: 10.31560/pimentacultural/978-85-7221-353-0.11

INTRODUÇÃO

O setor do comércio varejista no Brasil desempenha um papel relevante na promoção do crescimento econômico. As empresas desse segmento, ao oportunizarem empregos, fomentarem seus negócios e disponibilizarem produtos inovadores, contribuem efetivamente na dinâmica do mercado, consolidando-se como um dos pilares na composição do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

Com a declaração de emergência de saúde pública de importância internacional da Organização Mundial de Saúde (OMS), em janeiro de 2020, decorrente do surto global de Covid-19, as empresas varejistas foram compelidas a se adaptar ao novo cenário pandêmico. A partir de março de 2020, decretos e legislações específicas estabeleceram restrições rigorosas ao funcionamento do setor, modificando drasticamente suas operações e exigindo rápidas transformações para garantir a continuidade dos negócios.

Apesar dos desafios impostos pelo contexto pandêmico, o comércio varejista demonstrou resiliência e capacidade de adaptação. Em 2023, o SEBRAE divulgou os resultados de um estudo realizado em 2022 pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, que revelou um desempenho superior do varejo restrito em comparação ao PIB nacional. O crescimento do setor foi de 13,9%, superando em três vezes a taxa de expansão do PIB, que registrou 4,6%. Outro dado importante identificado no estudo diz respeito aos empregos gerados, evidenciando que, durante a maioria dos meses de 2021, o varejo contratou mais do que demitiu. Essa movimentação resultou na redução da taxa de desemprego de 13,5% para 11,1%, atingindo o menor índice desde 2016, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE).

O cenário apresentado na pandemia provocou uma série de mudanças no setor, exigindo que as empresas varejistas se

reinventassem para garantir a manutenção das vendas, atender às demandas do mercado e alcançar seus objetivos estratégicos. Entre as principais medidas adotadas, destacou-se a aceleração da transformação digital, ampliando a aproximação, interação e fidelização dos clientes. A implementação de plataformas digitais inovadoras, a ampliação das atividades remotas e a otimização dos processos de atendimento se destacaram como diferenciais competitivos, tornando-se referências no mercado interno.

Diante desse contexto, o presente estudo teve como objetivo avaliar o desempenho econômico-financeiro das empresas C&A Modas e Lojas Renner S.A., por meio de índices econômico-financeiros específicos, tais como liquidez, endividamento e rentabilidade, no período compreendido entre 2020 a 2022. Os objetivos específicos incluíram: (1) o levantamento dos Relatórios Anuais da Administração das referidas empresas; (2) o cálculo e interpretação dos indicadores financeiros mencionados; e (3) a avaliação da situação econômico-financeira de ambas as organizações. A pesquisa responde à seguinte questão: Qual foi a situação econômico-financeira das empresas C&A Modas e Renner S.A. entre os anos de 2020 e 2022?

A escolha dessas duas organizações como objeto de estudo fundamenta-se na posição de destaque que ambas ocupam no setor varejista brasileiro. A C&A Modas, presente no Brasil desde 1976, inaugurou sua primeira unidade no Shopping Ibirapuera, em São Paulo. De acordo com informações obtidas no portal institucional da empresa, em 2023, a C&A operava com mais de 330 lojas distribuídas em todo o território nacional. Desde sua entrada na bolsa de valores brasileira, em outubro de 2019, consolidou-se como uma pioneira em inovações do segmento, oferecendo uma ampla gama de produtos que incluem vestuário masculino e feminino, eletrônicos e artigos decorativos, além de disponibilizar serviços e soluções digitais.

A Lojas Renner S.A., por sua vez, teve sua origem em 1912, na cidade de Porto Alegre, como uma fábrica têxtil. Após décadas

de evolução e adaptações estratégica, a empresa consolidou-se como uma das maiores referências do setor varejista. Presente na bolsa de valores desde 2005, expandiu suas operações para além das fronteiras brasileiras, inaugurando unidades na Argentina e no Uruguai. Atualmente, a Lojas Renner conta com 412 lojas no Brasil, 8 no Uruguai e 4 na Argentina, reforçando sua posição de relevância no mercado latino-americano.

Destarte, este estudo contribui para uma compreensão dos impactos econômicos e financeiros sobre grandes *players* do varejo brasileiro no ramo de vestuário, destacando suas estratégias de adaptação diante de um período desafiador.

DISCUSSÃO TEÓRICA

CONTABILIDADE E OS DESAFIOS DA ANÁLISE

A análise das demonstrações contábeis apresenta desafios, pois a Contabilidade, conforme Martins *et al.* (2022), é um modelo de representação da situação econômico-financeira de uma organização. Como todo modelo, trata-se de uma simplificação da realidade, e não da realidade em si. Dessa forma, as demonstrações contábeis fornecem uma visão parcial da condição patrimonial da entidade em determinado momento, baseando-se nas normas contábeis vigentes. Embora sejam ferramentas fundamentais para a análise e tomada de decisão, suas informações estão sempre sujeitas a certo grau de limitação.

Elaborar um modelo que retrate a realidade econômico-financeira de uma entidade para múltiplos usuários, com interesses informacionais distintos, constitui um grande desafio. Segundo

Martins *et al.* (2022), as informações geradas pelos profissionais da contabilidade nem sempre são idênticas. Apesar da padronização dos procedimentos na elaboração das demonstrações contábeis, há sempre a possibilidade de diferentes escolhas, resultando em variações na forma como a realidade econômico-financeira é apresentada. Durante um longo período, a contabilidade no Brasil foi concebida essencialmente como um sistema normativo, priorizando o cumprimento das regras mesmo que, em algumas ocasiões, as informações contábeis geradas não refletissem fielmente a realidade econômica das organizações.

Conforme argumenta Marion (2019), as mudanças introduzidas na legislação societária possibilitaram a dissociação entre a contabilidade societária e a contabilidade fiscal, permitindo que a informação contábil refletisse de maneira mais fidedigna a realidade econômica da entidade. Ainda segundo Marion (2019), a transição de um modelo baseado em regras para outro fundamentado em princípios é complexa, mas os benefícios dessa transformação são substanciais: a informação contábil torna-se mais compreensível, relevante, confiável e comparável, o que eleva sua qualidade. O analista de demonstrações contábeis emprega sua expertise para extrair conclusões acerca da realidade da entidade, fornecendo subsídios essenciais ao processo decisório.

ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS E SUAS PARTICULARIDADES

De acordo com Almeida (2019), a análise econômica e financeira destaca e evidencia aos usuários o desempenho das entidades, a situação patrimonial e financeira, as operações empresariais e as perspectivas futuras, aspectos que nem sempre são facilmente interpretáveis apenas por meio das demonstrações contábeis. Investidores, financiadores, auditores, acionistas e administradores têm acesso ao

Balço Patrimonial e à Demonstração do Resultado do Exercício, assegurando transparência e credibilidade das informações.

Dessa forma, o Balço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício são instrumentos fundamentais para a realização da análise dos indicadores de uma entidade. O Quadro 1 sintetiza as principais características dessas demonstrações.

Quadro 1 – Comparativo das Demonstrações Contábeis

Relatórios Contábeis	Principais características
Balço Patrimonial	Apresenta a situação financeira da empresa em um determinado momento. Dividido em Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido. Permite avaliar a estrutura de capital da empresa e seu endividamento.
Demonstração do Resultado do Exercício	Evidencia o desempenho econômico da empresa em um período específico. Apresenta o lucro ou prejuízo do período após o confronto das receitas e despesas. Permite avaliar a rentabilidade e a eficiência operacional da empresa.

Fonte: Adaptado de Iudícibus (2009), Diniz (2015), Marion (2019) e Martins et al. (2022).

No Balço Patrimonial, os ativos representam os bens e direitos da empresa, dividindo-se em circulantes e não circulantes (Diniz, 2015). Segundo o autor, os ativos circulantes são aqueles que podem ser convertidos em dinheiro dentro de um curto período, como caixa, contas a receber e estoques. Os ativos não circulantes incluem imobilizado, investimentos e intangíveis, cuja conversão em dinheiro ocorre a longo prazo. O passivo, por sua vez, engloba as obrigações da empresa, classificadas em circulantes e não circulantes (Diniz, 2015). O passivo circulante refere-se às dívidas de curto prazo, como fornecedores e salários a pagar, enquanto o passivo não circulante abrange compromissos financeiros de longo prazo, como empréstimos e financiamentos. O patrimônio líquido representa os recursos próprios da empresa, incluindo capital social e reservas (Diniz, 2015).

A Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) apresenta o desempenho econômico da empresa, destacando as receitas, custos e despesas (Martins *et al.*, 2022). De acordo com os autores, as receitas correspondem aos valores obtidos com a venda de bens ou serviços. Os custos são os gastos diretamente relacionados à produção ou prestação de serviços, como matérias-primas e mão de obra. Já as despesas englobam os gastos operacionais da empresa, incluindo salários administrativos, aluguel e marketing. O resultado final da DRE indica se a empresa obteve lucro ou prejuízo em determinado período (Martins *et al.*, 2022).

Isto posto, a importância do Balanço Patrimonial está na capacidade de fornecer um retrato fidedigno da posição financeira da entidade em um dado momento, enquanto a DRE permite uma visão detalhada sobre a capacidade da empresa de gerar lucro. A correta interpretação desses demonstrativos é essencial para a tomada de decisões estratégicas e a avaliação da saúde financeira das organizações. A análise conjunta desses relatórios contábeis possibilita uma compreensão mais ampla da sustentabilidade do negócio.

MÉTODO PARA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

A análise das demonstrações contábeis exige um método estruturado que permita interpretar as informações com precisão e embasar a tomada de decisões estratégicas. Nesse contexto, destaca-se o método proposto por Martins *et al.* (2022), concebido como uma abordagem sistemática capaz de otimizar o processo analítico, garantindo resultados mais eficazes e decisões assertivas. Esse método é dividido em três etapas sequenciais, sintetizadas na sigla OEI: Observação, Exame e Interpretação.

A primeira etapa, Observação, consiste na formulação das perguntas iniciais sobre as demonstrações contábeis: o que se pode perceber à primeira vista? Quais aspectos chamam a atenção nos

números apresentados? Além dos dados explícitos, essa fase requer a habilidade de identificar informações subjacentes, avaliar a qualidade das fontes e questionar a confiabilidade das informações analisadas.

Na segunda etapa, Exame, busca-se estruturar as informações de maneira lógica e padronizada. Para isso, é necessário aplicar critérios homogêneos na análise, evitando discrepâncias entre os dados e garantindo que os índices financeiros sejam calculados corretamente. Nesse ponto, os balanços e relatórios contábeis podem exigir ajustes e reclassificações para que a interpretação dos resultados seja mais precisa e coerente.

Por fim, a terceira etapa, Interpretação, tem o propósito de traduzir os resultados numéricos em informações significativas. Nessa fase, o analista responde às questões levantadas nas etapas anteriores e formula conclusões sobre a situação da empresa, embasando decisões estratégicas. Esse momento é fundamental, pois influencia diretamente as escolhas gerenciais e financeiras da organização.

Entre as metodologias mais utilizadas para a análise das demonstrações contábeis, destacam-se os Indicadores Econômico-Financeiros, que permitem avaliar a saúde financeira e o desempenho das empresas. Esses índices estabelecem relações entre diferentes contas contábeis e fornecem subsídios para compreender a real situação econômico-financeira das organizações (Martins, Miranda e Diniz, 2022).

Índices de Liquidez

De acordo com Almeida (2019), os índices de liquidez avaliam a capacidade das empresas de cumprir suas obrigações financeiras, analisando a relação entre ativos e passivos no balanço patrimonial. Esses índices são classificados em quatro categorias: liquidez imediata, liquidez seca, liquidez corrente e liquidez geral. Para que um

índice de liquidez seja considerado satisfatório, ele deve apresentar um valor superior a 1,0.

Segundo Martins *et al.* (2022), a liquidez imediata corresponde à razão entre o montante disponível em caixa e as obrigações de curto prazo (passivo circulante). Em outras palavras, esse índice mede a quantidade de recursos imediatamente disponíveis para cada real de dívida de curto prazo.

Ainda conforme Martins *et al.* (2022), a liquidez seca representa a capacidade da empresa de quitar suas dívidas de curto prazo utilizando apenas os ativos mais líquidos, excluindo estoques e despesas antecipadas. Dessa forma, o índice reflete a solidez financeira da organização sem considerar ativos que podem demorar mais para serem convertidos em dinheiro.

Maciel (2023) destaca que a liquidez corrente é calculada pela razão entre o ativo circulante e o passivo circulante, indicando a disponibilidade de recursos de curto prazo para cobrir as obrigações imediatas da empresa. Esse índice é amplamente utilizado para avaliar a capacidade da empresa de honrar seus compromissos financeiros no curto prazo.

Por fim, a liquidez geral amplia a análise ao considerar não apenas os ativos e passivos de curto prazo, mas também os de longo prazo. Esse índice avalia a capacidade da empresa de cumprir suas dívidas tanto no presente quanto no futuro, proporcionando uma visão mais abrangente da sua saúde financeira.

Índices de Estrutura Patrimonial

Conforme Martins *et al.* (2022), o índice de endividamento mensura o percentual de recursos de terceiros (passivos) em relação ao capital próprio da empresa (patrimônio líquido). Esse indicador demonstra até que ponto a organização depende de capital externo

para suas operações. Para avaliar se o nível de endividamento é adequado, é necessário considerar os prazos e as taxas das obrigações financeiras, bem como a moeda utilizada nas transações.

Outro indicador relevante dentro da estrutura patrimonial é a composição do endividamento, que mede a relação entre o passivo circulante e o total de capital de terceiros. Esse índice avalia a proporção das dívidas de curto prazo dentro do total das obrigações financeiras da empresa. Segundo Damasceno (2024), um valor mais baixo desse indicador reduz o risco financeiro da organização, especialmente em períodos de instabilidade econômica ou crises. Empresas com menor dependência de passivos circulantes possuem maior flexibilidade para enfrentar imprevistos e manter sua solidez financeira.

Índices de Rentabilidade

Segundo Gitman (2009), a rentabilidade de uma empresa pode ser avaliada de diversas formas, incluindo a análise dos lucros obtidos a partir das vendas, dos ativos e dos investimentos realizados. Além disso, atrair capital externo é essencial para que a empresa expanda suas operações e gere retorno. Investidores e instituições financeiras monitoram esses indicadores para garantir que o capital investido esteja sendo remunerado adequadamente.

A rentabilidade pode ser definida como o retorno percentual obtido a partir de um investimento realizado pela organização. De acordo com Dias (2024), uma análise criteriosa desses índices permite que a empresa identifique as melhores oportunidades de investimento alinhadas aos seus objetivos estratégicos.

No que diz respeito aos índices de rentabilidade, Almeida (2019) destaca que eles avaliam o desempenho da empresa ao comparar o lucro obtido com diferentes variáveis, como receitas, ativos e patrimônio líquido. Esses indicadores são subdivididos em quatro

categorias principais: rentabilidade do ativo, giro do ativo, margem operacional e retorno sobre o patrimônio líquido.

Conforme Diniz (2015), o índice de rentabilidade do ativo mede a relação entre o lucro gerado pela empresa e o total de investimentos realizados, representados pelo ativo total. Esse índice indica, por exemplo, quanto uma empresa lucra para cada R\$ 100,00 investidos, seja com capital próprio ou de terceiros. Dessa forma, ele é uma métrica fundamental para avaliar a eficiência da organização na utilização de seus recursos.

O índice de giro do ativo analisa a relação entre as vendas da empresa e o seu ativo total. Segundo Marion (2019), esse indicador revela quantas vezes o faturamento líquido supera o total dos ativos, demonstrando a eficiência da empresa na conversão de seus investimentos em receita. Diferentemente dos demais índices de rentabilidade, o giro do ativo não é expresso em percentual, mas sim como um múltiplo do ativo total. Algumas empresas conseguem atingir valores significativamente superiores a R\$ 1,00, o que indica um alto volume de vendas em relação ao investimento realizado.

Ainda conforme Diniz (2015), o índice de margem líquida reflete a lucratividade das vendas, determinando quanto a empresa obtém de lucro para cada R\$ 100,00 em receita. Quanto maior for esse percentual, melhor será para a organização, pois ele representa a eficiência na conversão das vendas em lucro líquido. Esse indicador é essencial para entender a competitividade e a sustentabilidade financeira da empresa.

Por fim, o índice de rentabilidade do patrimônio líquido mede o retorno obtido pelos acionistas ao relacionar o lucro líquido da empresa com o valor do seu capital próprio. Para os investidores, esse índice é uma ferramenta indispensável na tomada de decisão, pois permite comparar a rentabilidade da empresa com outras opções de investimento disponíveis no mercado. Como regra geral, quanto

maior o percentual desse indicador, mais atrativa será a empresa para seus acionistas e investidores.

METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa fundamentou-se na análise de dados secundários, os quais foram essenciais para a compreensão da temática e avaliação das organizações em estudo. Para a obtenção das informações financeiras, foram consultadas as demonstrações contábeis das empresas C&A Modas S.A. e Lojas Renner S.A., extraídas dos Relatórios de Resultados Anuais referentes ao período de 2020 a 2022. Esses documentos foram obtidos por meio dos sites das instituições, na aba de Relações com Investidores, e, também, no próprio site da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), garantindo a confiabilidade e a veracidade dos dados analisados.

O método empregado para a análise das demonstrações contábeis seguiu três etapas: observação, exame e interpretação. A observação representou a fase inicial, na qual foram identificadas informações relevantes nos demonstrativos financeiros. Em seguida, o exame consistiu na estruturação e organização dos dados, permitindo sua padronização para cálculos específicos. Por fim, a interpretação dos resultados possibilitou uma análise aprofundada da situação econômico-financeira das empresas.

Foram calculados e analisados os seguintes índices: (a) Índices de Liquidez: geral, seca, corrente e imediata; (b) Índices de Endividamento: composição do endividamento; e (c) Índices de Rentabilidade: rentabilidade do ativo, giro do ativo, margem operacional e retorno sobre patrimônio líquido.

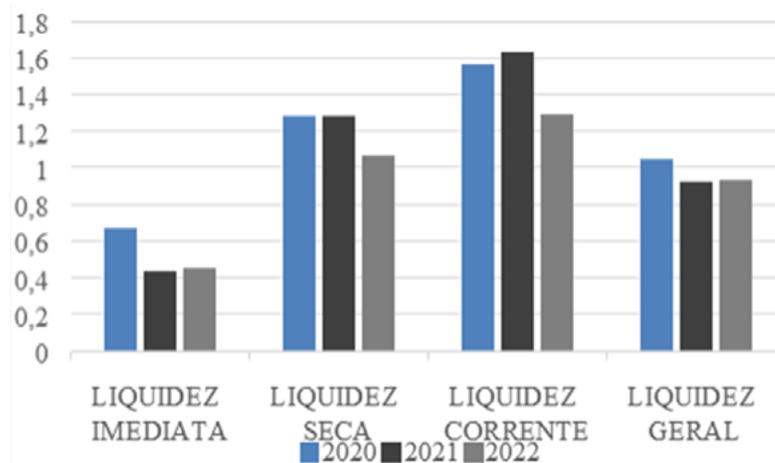
Essa abordagem sistemática permitiu avaliar o desempenho financeiro das organizações, possibilitando interpretações

comparativas sobre a saúde econômica e patrimonial ao longo do período analisado.

ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

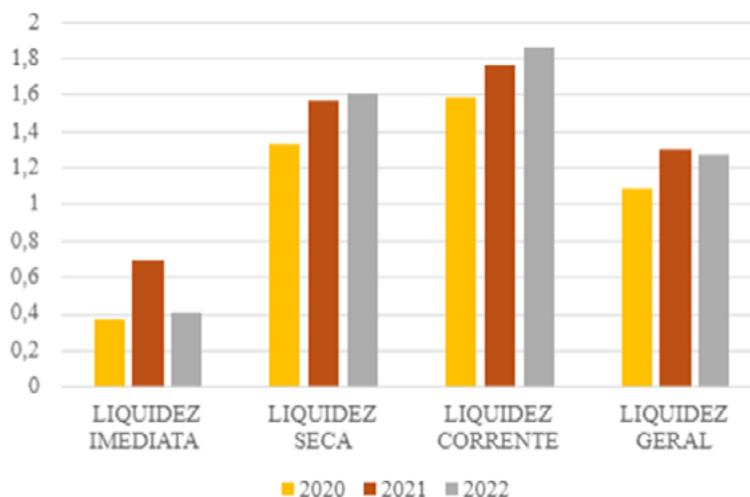
A análise dos resultados se inicia pelos índices de liquidez. Os índices de liquidez são fundamentais para medir a capacidade de uma empresa em honrar seus compromissos financeiros no curto e longo prazo. Eles permitem avaliar a relação entre os ativos disponíveis e as obrigações da organização, auxiliando na interpretação de sua estabilidade financeira. Os Gráficos 1 e 2 apresentam a evolução desses indicadores das empresas C&A Modas S.A. e Renner S.A. no período de 2020 a 2022, demonstrando as oscilações ocorridas ao longo dos anos.

Gráfico 1 – Índices de liquidez C&A Modas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Gráfico 2 – Índices de Liquidez Renner SA



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

No que se refere à liquidez imediata, a C&A Modas iniciou 2020 com um índice de 0,67, indicando que para cada R\$ 1,00 de passivo circulante, havia R\$ 0,67 em ativos líquidos. No ano seguinte, esse índice caiu para 0,43, recuperando-se ligeiramente em 2022 para 0,45. Já a Renner S.A. apresentou um cenário distinto: em 2020, a liquidez imediata foi de 0,37, subindo significativamente para 0,69 em 2021, mas retraindo-se para 0,41 em 2022. A redução desse índice em ambas as empresas no último ano sugere maior dificuldade na conversão de ativos líquidos para quitação de obrigações de curto prazo.

A liquidez seca, que desconsidera os estoques, também apresentou variações relevantes. Na C&A Modas, o índice manteve-se estável em 1,28 nos anos de 2020 e 2021, mas reduziu-se para 1,06 em 2022. Esse comportamento contrasta com a Renner S.A., que iniciou 2020 com uma liquidez seca de 1,33, aumentando para 1,56 em 2021 e para 1,60 em 2022. Essa tendência ascendente da Renner indica uma posição mais sólida para quitação de passivos de

curto prazo sem a necessidade de venda de estoques, enquanto a C&A Modas apresentou uma redução em sua capacidade ao longo do período analisado.

No que se refere à liquidez corrente, ambas as empresas mantiveram índices acima de 1,00, indicando que possuíam ativos circulantes suficientes para cobrir seus passivos circulantes. A C&A Modas registrou 1,56 em 2020, elevando-se para 1,63 em 2021, mas caindo para 1,29 em 2022. Já a Renner S.A. apresentou valores superiores ao longo dos anos, passando de 1,58 em 2020 para 1,76 em 2021 e alcançando 1,86 em 2022. Esse crescimento contínuo sugere que a Renner manteve uma gestão mais eficiente de seus ativos circulantes em relação às obrigações de curto prazo.

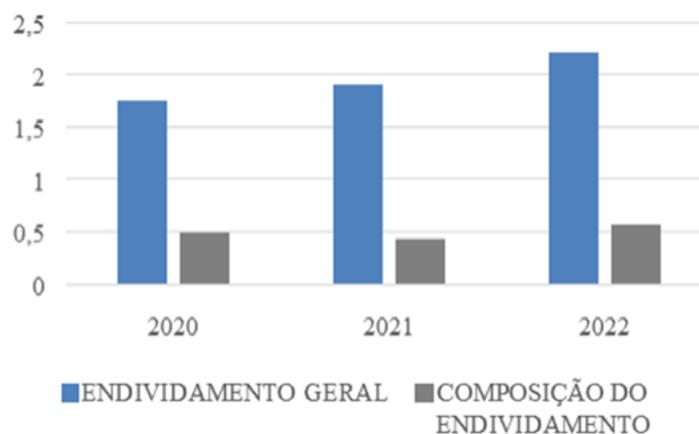
Por fim, a liquidez geral, que avalia a capacidade da empresa de honrar compromissos tanto de curto quanto de longo prazo, demonstrou trajetórias distintas. A C&A Modas iniciou 2020 com um índice de 1,04, reduzindo-se para 0,92 em 2021 e atingindo 0,93 em 2022, sinalizando um enfraquecimento na capacidade de pagamento de suas dívidas totais. Em contrapartida, a Renner S.A. apresentou um comportamento mais estável, iniciando em 1,08 em 2020, subindo para 1,30 em 2021 e finalizando 2022 em 1,27. Esse desempenho indica que a Renner conseguiu manter maior solidez financeira ao longo dos anos analisados.

Dessa forma, a análise comparativa evidencia que, enquanto a C&A Modas demonstrou quedas em seus índices de liquidez ao longo do período, a Renner S.A. apresentou maior estabilidade e crescimento em sua capacidade de pagamento. Esses resultados sugerem que a gestão financeira da Renner foi mais eficaz em manter um equilíbrio entre ativos e passivos, garantindo maior segurança na quitação de suas obrigações.

Os Gráficos 3 e 4 apresentam a evolução dos índices de endividamento geral e composição do endividamento das empresas

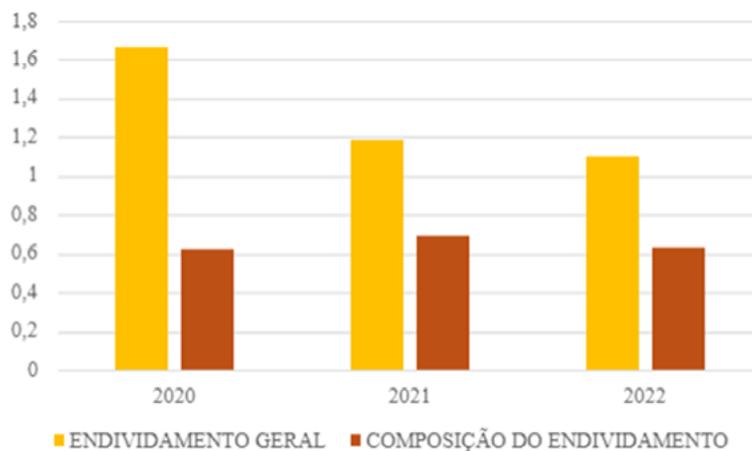
C&A Modas S.A. e Renner S.A. no período de 2020 a 2022. Esses indicadores são essenciais para avaliar a estrutura de capital e a dependência de financiamento externo, impactando diretamente a solvência e a sustentabilidade financeira das organizações.

Gráfico 3 – Índices de Estrutura Patrimonial C&A Modas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Gráfico 4 – Índices de Estrutura Patrimonial Renner SA



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

No que se refere ao endividamento geral, a C&A Modas apresentou um crescimento significativo ao longo do período analisado. Em 2020, o índice atingiu 175%, indicando um alto nível de capital de terceiros. Esse valor aumentou para 190% em 2021, refletindo uma redução do patrimônio líquido em relação às obrigações financeiras. Em 2022, a elevação foi ainda mais expressiva, chegando a 221%, evidenciando um aumento substancial das dívidas em relação aos recursos próprios. Esse comportamento sinaliza maior dependência de financiamento externo e um possível aumento do risco financeiro.

Em contraste, a Renner S.A. demonstrou uma trajetória oposta. Em 2020, o endividamento geral foi de 166%, valor já elevado, mas inferior ao da C&A Modas. Em 2021, houve uma redução expressiva para 118%, impulsionada pelo crescimento do patrimônio líquido. Em 2022, a tendência de queda se manteve, com o índice atingindo 110%, sinalizando maior solidez financeira e menor dependência de capital de terceiros.

Quanto à composição do endividamento, observou-se que a C&A Modas manteve um nível relativamente estável de dívidas de curto prazo entre 2020 e 2021, passando de 48% para 43%. No entanto, em 2022, o índice aumentou para 56%, indicando uma maior concentração de obrigações com vencimento em curto prazo, o que pode comprometer a liquidez da empresa.

Por outro lado, a Renner S.A. apresentou um comportamento mais estável nesse indicador. Em 2020, a composição do endividamento foi de 62%, aumentando para 69% em 2021, o que reflete um crescimento das obrigações de curto prazo. No entanto, em 2022, verificou-se uma leve redução para 63%, demonstrando um ajuste na estrutura de capital e uma relativa estabilidade na gestão das dívidas.

Os dados analisados evidenciam abordagens distintas entre as empresas no gerenciamento de seu endividamento. Enquanto a C&A Modas enfrentou um aumento expressivo das dívidas totais e

uma maior concentração de obrigações de curto prazo, a Renner S.A. demonstrou maior controle financeiro, reduzindo seu endividamento geral e mantendo relativa regularidade na composição das dívidas. Esse cenário pode indicar uma estrutura de capital mais equilibrada por parte da Renner S.A., resultando em menor exposição a riscos financeiros e maior capacidade de solvência no longo prazo.

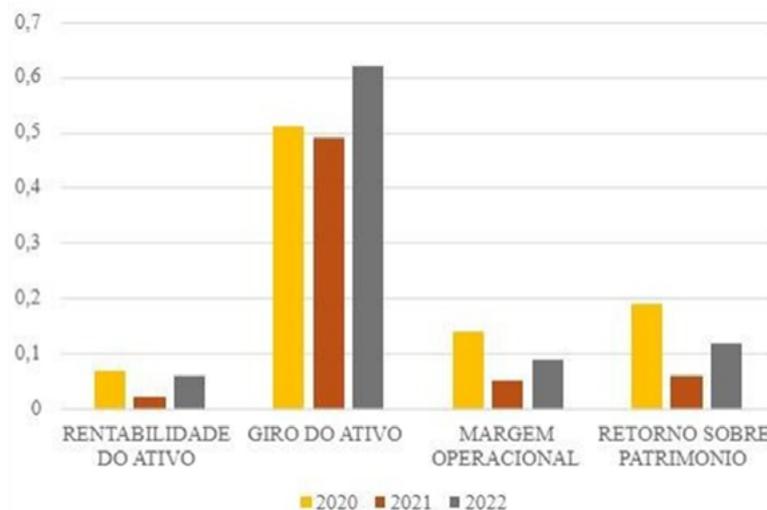
Por fim, os Gráficos 5 e 6 apresentam a evolução dos índices de rentabilidade das empresas C&A Modas S.A. e Renner S.A. entre 2020 e 2022, abrangendo retorno sobre o ativo, giro do ativo, margem operacional e retorno sobre o patrimônio líquido. Esses indicadores são fundamentais para avaliar a eficiência das empresas na geração de lucro a partir de seus investimentos e recursos próprios.

Gráfico 5 - Índices de Rentabilidade C&A Modas



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Gráfico 6 – Índices de Rentabilidade Renner SA



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

No que se refere ao retorno sobre os investimentos (ROA), a C&A Modas iniciou o período com um índice de 2% em 2020, registrando um leve crescimento para 3% em 2021. No entanto, em 2022, houve uma queda acentuada para 0,008%, resultado da expressiva redução do lucro líquido, possivelmente associada a um desempenho operacional desfavorável. Em contrapartida, a Renner S.A. apresentou um cenário oposto, com um ROA inicial de 7% em 2020, seguido por uma redução significativa para 2% em 2021. No entanto, diferentemente da C&A Modas, a empresa recuperou-se em 2022, atingindo um índice de 6%, evidenciando maior resiliência financeira.

O giro do ativo, que mede a eficiência da utilização dos ativos na geração de receita, apresentou trajetória de crescimento para ambas as empresas. A C&A Modas iniciou com 0,55 em 2020, aumentando para 0,59 em 2021 e atingindo seu maior valor no período, 0,64, em 2022. A Renner S.A., por outro lado, demonstrou maior oscilação, partindo de 0,51 em 2020, reduzindo-se para 0,49

em 2021 e atingindo 0,62 em 2022. Esses dados indicam que ambas as empresas aprimoraram sua eficiência na utilização dos ativos ao longo do período analisado, embora a C&A Modas tenha apresentado uma evolução mais consistente.

A margem operacional também revelou diferenças significativas entre as empresas. A C&A Modas iniciou com um índice de 4% em 2020, aumentou para 6% em 2021 e, em 2022, sofreu uma queda drástica para 0,01%. Esse desempenho pode ser atribuído à redução do lucro operacional frente ao crescimento das receitas, impactando a rentabilidade. A Renner S.A., por sua vez, iniciou o período com uma margem significativamente superior, de 14% em 2020. No entanto, em 2021, houve uma redução expressiva para 5%, seguida por uma recuperação para 9% em 2022. Ainda que tenha enfrentado oscilações, a empresa manteve índices mais elevados que a C&A Modas ao longo dos três anos analisados.

O retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) também apresentou contrastes relevantes. A C&A Modas iniciou com um índice de 6% em 2020, crescendo para 10% em 2021, mas despencando para 0,02% em 2022, evidenciando dificuldades na geração de retorno aos acionistas. Em comparação, a Renner S.A. iniciou com um ROE de 19% em 2020, sofreu uma queda para 6% em 2021, mas se recuperou para 12% em 2022, demonstrando maior estabilidade na rentabilidade sobre o capital próprio.

Os dados analisados indicam que a Renner S.A. apresentou maior solidez nos índices de rentabilidade, especialmente no retorno sobre investimentos, margem operacional e retorno sobre o patrimônio líquido, apesar das oscilações. Já a C&A Modas, apesar da melhora no giro do ativo, enfrentou desafios consideráveis em 2022, refletindo dificuldades na conversão de receitas em lucro e na geração de retorno aos investidores.

Com base na análise dos dados, foi possível compreender o comportamento financeiro das empresas estudadas ao longo do período avaliado. A interpretação dos índices revelou variações significativas entre os diferentes aspectos econômico-financeiros, refletindo as estratégias adotadas por cada organização para manter sua estabilidade no mercado. A comparação dos resultados evidenciou particularidades na gestão de liquidez, endividamento e rentabilidade, proporcionando uma visão detalhada da performance financeira dessas empresas no contexto pandêmico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a situação econômico-financeira das empresas C&A Modas S.A. e Lojas Renner S.A., utilizando índices financeiros como ferramenta para avaliar sua liquidez, endividamento e rentabilidade no período de 2020 a 2022. A questão central da pesquisa buscou compreender quais foram os impactos da pandemia da Covid-19 sobre esses indicadores e como essas organizações responderam a esse cenário desafiador. A partir da análise realizada, foi possível verificar que, apesar das dificuldades econômicas enfrentadas globalmente, ambas as empresas mantiveram um desempenho relativamente estável, com destaque para a Renner S.A., que apresentou melhores resultados em liquidez e rentabilidade nos anos de 2021 e 2022.

No que diz respeito ao endividamento, constatou-se que ambas as empresas apresentaram níveis elevados, sendo que a Renner S.A. demonstrou uma estrutura financeira mais equilibrada em comparação com a C&A. Entretanto, na composição do endividamento, a C&A obteve desempenho superior, indicando que sua estrutura de capital de terceiros foi mais favorável dentro do período analisado. Essas diferenças refletem as distintas estratégias adotadas pelas empresas para lidar com os desafios do cenário econômico.

Como limitação do estudo, destaca-se a dependência exclusiva de dados contábeis publicados nos relatórios financeiros das empresas, sem a possibilidade de uma investigação mais aprofundada sobre fatores internos e estratégicos que possam ter influenciado os resultados. Além disso, a análise se restringiu a dois grandes varejistas do setor de moda, não abrangendo outras empresas do segmento, o que poderia proporcionar uma visão mais ampla do impacto econômico no setor.

Apesar dessas limitações, a pesquisa contribui ao demonstrar a importância da análise de indicadores financeiros para a compreensão do desempenho organizacional, especialmente em períodos de instabilidade econômica. Os resultados apresentados podem servir como referência para investidores, gestores e demais interessados no mercado varejista, fornecendo insights sobre a resiliência financeira das empresas diante de crises.

Para estudos futuros, sugere-se a ampliação da análise para um maior número de empresas do setor, bem como a inclusão de outras variáveis que possam influenciar o desempenho econômico-financeiro, como aspectos operacionais, estratégias de mercado e impactos de mudanças regulatórias. Além disso, a utilização de abordagens qualitativas, como entrevistas com gestores e especialistas, poderia complementar os achados e oferecer uma compreensão mais aprofundada sobre as decisões financeiras adotadas pelas organizações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Análise das demonstrações contábeis em IFRS E CPC:** facilitada e sistematizada. São Paulo: Atlas Editora, 2019.

C&A. Disponível em: <https://www.cea.com.br/Institucional/Conheca-a-CEA>. Acesso em: 01 maio 2024.

CVM - Comissão de Valores Mobiliários. Disponível em: <https://sistemas.cvm.gov.br/>. Acesso em: 25 nov. 2023.

DAMASCENO, Luís Fernando Jesus. **Análise financeira da Petrobras S/A**: desempenho financeiro ao longo dos anos 2021 a 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/retrieve/8a735f25-558e-4e00-94ef-c63283a11ebf/13141.pdf>. Acesso em: 06 jul. 2024.

DIAS, M. M., de Oliveira, M. R., Araújo, M. B. de S., Gomes, A. M., Carvalho, A. K. S., Viana, M. M., de Lemos, J. G. S., de Moraes, S. P. R., Toscano, T. S. B., Veras, S. M. P., de Moura, A. G. M., Silva, P. L. B., & Araujo, M. V. F. U. Endividamento: um estudo do pré e pós da crise empresarial brasileira na pandemia do COVID-19. **Revista de Gestão e Secretariado**, 15(1), p. 787-803, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.7769/gesec.v15i1.3218>. Acesso em: 06 jul. 2024.

DINIZ, Natália. **Análise das demonstrações financeiras**. Rio de Janeiro: SESES, 2015.

FREITAS, Veranita. Impacto da Pandemia de Covid-19 nos indicadores econômico-financeiros das empresas de transporte aéreo listadas na B3. **Práticas em Contabilidade e Gestão**, [S. l.], v. 11, n. 3, 2023. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/pcg/article/view/16018>. Acesso em: 06 jul. 2024.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Editorial Pearson Education do Brasil S.A., 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Curso de contabilidade para não contadores**. 6 ed. São Paulo: Atlas Editora, 2009.

MACIEL, Jaqueline Bussolo. **Estudo multicase de indicadores econômico-financeiros nas empresas de transporte listadas na B3**. 2024. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/10721>. Acesso em: 06 jul. 2024.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis**. 8. ed. São Paulo: Atlas Editora, 2019.

MARTINS, Eliseu. Gilberto José Miranda, Josedilton Alves Diniz. **Análise didática das demonstrações contábeis**. 3. ed. São Paulo: Atlas Editora, 2022.

RENNER. Disponível em: <https://www.lojasrennersa.com.br/>. Acesso em: 01 jun. 2024.

SEBRAE. **Varejo na economia**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/estudos-noticias-o-varejo-na-economia-brasileira,cdf0126117ee5810VgnVCM100001b00320aRCRD#:~:text=No%20que%20se%20refere%20a,%2C7%25%20do%20PIB%20nacional>. Acesso em: 01 jul. 2024.

12

*Eduarda Vieira Trovo
Rúbia Cristina Arantes Marques*

**FATORES QUE INFLUENCIAM
O AUMENTO NO PREÇO
DOS ALIMENTOS QUE
COMPÕEM A CESTA BÁSICA
NO ESTADO DE GOIÁS**

INTRODUÇÃO

A variação dos preços dos alimentos da cesta básica no Brasil tem sido objeto de preocupação constante, especialmente em períodos marcados por crises econômicas e sociais que impactam diretamente o poder de compra das famílias e a segurança alimentar da população. Esse tema, particularmente relevante para o estado de Goiás, reflete as complexas interações entre fatores econômicos, como inflação, oferta e demanda, e as políticas públicas destinadas a mitigar os efeitos dessas oscilações. No Brasil, a cesta básica é composta por alimentos essenciais que, devido à sua inelasticidade de demanda, sofrem flutuações de preços que afetam de forma desproporcional as famílias de baixa renda, agravando as desigualdades econômicas.

Este trabalho tem como objetivo investigar as oscilações nos preços dos alimentos que compõem a cesta básica no estado de Goiás, no período compreendido entre 2018 e 2023, analisando como esses movimentos se correlacionam com a inflação medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), além de considerar outros fatores econômicos, como a teoria da oferta e demanda e as políticas públicas aplicadas no período. O estudo abrange um intervalo de tempo marcado por eventos significativos, como a pandemia de COVID-19 e o início da guerra na Ucrânia, que geraram impactos profundos no mercado de alimentos, seja pela desorganização das cadeias globais de suprimentos, seja pelo aumento dos custos de insumos agrícolas e de energia.

A relevância desta pesquisa está na sua contribuição para a compreensão dos fatores que determinam os preços dos alimentos essenciais. Além de analisar as oscilações nos preços, a pesquisa busca identificar os produtos mais afetados e os fatores subjacentes que provocaram essas variações. A análise considera o impacto das políticas públicas e tributárias relacionadas à segurança alimentar,

bem como a influência de programas de transferência de renda, como o *Bolsa Família*, na formação dos preços.

O problema central da pesquisa está em compreender quais fatores econômicos, sociais e políticos foram determinantes para as oscilações nos preços dos alimentos da cesta básica em Goiás no período estudado. Em meio a essas questões, busca-se investigar como as políticas públicas, os custos de produção e as dinâmicas de mercado influenciaram o comportamento dos preços e de que forma as variações se relacionaram com a inflação medida pelo IPCA. Nesse sentido, o estudo não se limita à análise econômica, mas busca também propor reflexões sobre intervenções mais eficazes para estabilizar os preços dos alimentos, promovendo acessibilidade e segurança alimentar.

A justificativa para este estudo reside na importância de compreender os determinantes econômicos e sociais das flutuações de preços em alimentos essenciais, que são itens indispensáveis para a sobrevivência das famílias e, por isso, impactam diretamente a qualidade de vida da população. Ao analisar o comportamento dos preços e as políticas públicas envolvidas, espera-se que esta pesquisa contribua para o debate acadêmico e para a formulação de estratégias que possam minimizar os impactos negativos da inflação alimentar, especialmente sobre as famílias em situação de maior vulnerabilidade.

Assim, esta pesquisa se propõe a analisar a evolução dos preços médios dos alimentos da cesta básica em Goiás ao longo dos últimos cinco anos, relacionando essas variações com os índices de inflação e os principais fatores econômicos que afetam a formação dos preços. Ao mesmo tempo, pretende avaliar a eficácia das medidas públicas para mitigar os efeitos da inflação alimentar e propor recomendações que contribuam para a promoção da segurança alimentar e para a estabilidade no mercado de alimentos. Com isso, busca-se ampliar o entendimento sobre as dinâmicas que regem o

mercado de alimentos essenciais, fornecendo subsídios para políticas públicas mais eficientes e socialmente justas.

REFERENCIAL TEÓRICO

TEORIA DA OFERTA E DEMANDA E SEU IMPACTO NOS PREÇOS DOS ALIMENTOS

A teoria da oferta e da demanda é um dos pilares fundamentais da economia moderna e serve como base para entender como os preços dos alimentos são determinados em um mercado competitivo. A oferta refere-se à quantidade de bens ou serviços que os produtores estão dispostos a oferecer a diferentes preços, enquanto a demanda se refere à quantidade de bens ou serviços que os consumidores estão dispostos a comprar. A interação entre essas duas forças determina o preço de mercado de qualquer bem, incluindo os alimentos essenciais que compõem a cesta básica (Ferreira; Coelho, 2017).

A oferta de alimentos depende de diversos fatores, como condições climáticas, tecnologia de produção, custo dos insumos agrícolas e disponibilidade de mão de obra. Quando as condições climáticas são favoráveis e a produção agrícola é abundante, a oferta de alimentos tende a aumentar, o que pode levar a uma queda nos preços, desde que a demanda permaneça constante. No entanto, se houver uma redução na produção agrícola devido a desastres naturais, como secas ou enchentes, a oferta de alimentos pode ser significativamente reduzida, resultando no aumento dos preços (Anibal, 2022).

Ademais, um fator relevante para a oferta de alimentos é o custo dos insumos agrícolas, como fertilizantes, combustíveis e sementes. Quando o preço desses insumos aumenta, os custos de produção também se elevam, o que pode levar os produtores a reduzirem a quantidade de alimentos ofertados no mercado, pressionando os preços para cima. Da mesma forma, melhorias tecnológicas que aumentam a eficiência da produção podem elevar a oferta de alimentos, ajudando a estabilizar ou até reduzir os preços (Gonçalves; Farias, 2023).

Contudo, a demanda por alimentos é influenciada por fatores como crescimento populacional, renda disponível e preferências dos consumidores. À medida que a população aumenta, a demanda por alimentos também cresce, o que pode elevar os preços, especialmente se a oferta não acompanhar esse crescimento da demanda. A renda disponível dos consumidores é fundamental, pois, em períodos de crescimento econômico, as pessoas tendem a consumir mais alimentos, aumentando a demanda e, potencialmente, os preços (Braz, 2022).

A teoria da demanda também aponta que as preferências dos consumidores podem afetar os preços dos alimentos. Por exemplo, o aumento da demanda por alimentos orgânicos e produtos sustentáveis nos últimos anos, especialmente entre consumidores de renda mais alta, tem pressionado os preços desses produtos para cima. A oferta limitada de alimentos orgânicos em relação à crescente demanda eleva os preços, criando um cenário típico de mercado em que a oferta não consegue satisfazer completamente a demanda (Ferreira; Coelho, 2017).

A elasticidade da demanda também é um conceito importante para entender como os preços dos alimentos são afetados. A elasticidade mede o grau de sensibilidade da quantidade demandada em relação às mudanças no preço. No caso dos alimentos essenciais, como arroz, feijão e pão, a demanda tende a ser

inelástica, ou seja, mesmo que os preços aumentem, a quantidade demandada não cai significativamente, já que são produtos necessários para a subsistência. Isso explica por que, em períodos de inflação, o preço dos alimentos básicos tende a subir de forma mais acentuada (Domingues, 2023).

Quando a oferta e a demanda interagem, o mercado atinge o que os economistas chamam de “equilíbrio de mercado.” Nesse ponto, a quantidade de alimentos que os produtores estão dispostos a oferecer ao preço de mercado é exatamente igual à quantidade que os consumidores estão dispostos a comprar. No entanto, mudanças em qualquer um dos lados da equação pode desestabilizar esse equilíbrio e causar flutuações nos preços (Anibal, 2022).

A globalização e as cadeias de suprimento também têm um impacto significativo na oferta e na demanda de alimentos. A interconectividade dos mercados globais significa que eventos climáticos ou políticos em um país podem afetar os preços dos alimentos em outro. Por exemplo, a guerra na Ucrânia em 2022 afetou drasticamente a oferta global de grãos, levando a um aumento generalizado dos preços dos alimentos em todo o mundo (Braz, 2022).

Os subsídios e as políticas governamentais também influenciam a oferta e a demanda de alimentos. Subsídios agrícolas podem aumentar a oferta de certos produtos alimentícios, tornando-os mais acessíveis aos consumidores e ajudando a manter os preços baixos. Por outro lado, a retirada de subsídios ou o aumento de impostos sobre insumos agrícolas pode reduzir a oferta e elevar os preços (Gonçalves; Farias, 2023).

Os alimentos, especialmente os grãos, são frequentemente negociados em mercados futuros, onde especuladores apostam no aumento ou na queda dos preços. Essas especulações podem desestabilizar os preços de mercado, muitas vezes elevando-os artificialmente, mesmo quando não há mudanças substanciais na oferta ou na demanda (Burigo, 2020).

O papel da inflação também é central na compreensão das variações dos preços dos alimentos. Em um ambiente inflacionário, o aumento geral dos preços reduz o poder de compra dos consumidores, e os alimentos, que são produtos essenciais, tendem a sofrer aumentos mais acentuados, como demonstrado em estudos sobre a inflação alimentar durante a pandemia da Covid-19 (Baccarin; Oliveira, 2021).

A demanda por alimentos é altamente influenciada por políticas de transferência de renda, como o Programa Bolsa Família no Brasil. Quando o governo injeta mais dinheiro na economia por meio de programas de assistência social, há um aumento imediato na demanda por alimentos, especialmente entre as famílias de baixa renda. Tal fator pode pressionar os preços para cima, principalmente em regiões onde a oferta de alimentos é limitada (Retamiro *et al.*, 2018).

As crises econômicas também afetam a demanda por alimentos. Em períodos de recessão, a renda das famílias tende a cair, o que reduz a demanda por produtos alimentícios mais caros, como carnes e laticínios, enquanto a demanda por alimentos básicos, como arroz e feijão, pode permanecer estável ou até aumentar, já que esses produtos são mais acessíveis (Carvalho, 2021).

Os alimentos são bens essenciais cuja demanda dificilmente diminui significativamente, mesmo em tempos de crise, fazendo com que o impacto de mudanças na oferta, seja por condições climáticas, seja por interrupções nas cadeias de suprimento, tenha um efeito desproporcionalmente grande sobre os preços. A interseção entre as variáveis de oferta e demanda mostra como o mercado de alimentos é sensível a mudanças e como essas mudanças podem afetar significativamente os preços e o poder de compra das famílias (Anibal, 2022; Brignani, 2023).

Essa complexa interação entre oferta e demanda destaca a importância de políticas públicas eficazes para estabilizar os preços

dos alimentos, especialmente em momentos de crise econômica ou desastres naturais. Intervenções governamentais, como controle de preços, subsídios agrícolas e programas de transferência de renda, podem ser necessárias para garantir que os alimentos permaneçam acessíveis, mesmo em tempos de volatilidade do mercado (Burigo, 2020).

INFLAÇÃO E ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR (IPCA)

A inflação é um fenômeno econômico amplamente estudado e ocorre quando há um aumento generalizado e contínuo nos preços dos bens e serviços em uma economia. O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) é um dos principais indicadores utilizados no Brasil para medir a inflação. Desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o IPCA reflete a variação nos preços de um conjunto de bens e serviços que compõem o consumo das famílias com renda mensal entre 1 e 40 salários-mínimos, abrangendo a maioria dos consumidores brasileiros (IBGE, 2022).

O papel do IPCA como indicador de inflação é fundamental para a definição de políticas econômicas no Brasil. O Conselho Monetário Nacional (CMN) utiliza o IPCA como referência para estabelecer a meta de inflação, e o Banco Central, por meio do Comitê de Política Monetária (Copom), utiliza a taxa Selic para tentar mantê-la dentro do objetivo. Quando a inflação medida pelo IPCA está acima da meta, o Copom pode aumentar a Selic para conter a alta dos preços. Se a inflação estiver abaixo da meta, a taxa pode ser reduzida para estimular o consumo e o investimento (Furlan, 2023).

A inflação impacta diretamente o poder de compra dos consumidores. À medida que os preços aumentam, a quantidade de bens e serviços que uma pessoa pode adquirir com a mesma quantia diminui. No Brasil, o IPCA é usado como referência não só para o planejamento econômico, mas também para a correção

de salários, aposentadorias e outros benefícios sociais, tornando o índice altamente relevante para a vida cotidiana dos brasileiros (Baccarin; Oliveira, 2021).

Os alimentos são uma das categorias mais sensíveis às variações da inflação, devido à sua natureza essencial. Quando há aumento de preços nos produtos da cesta básica, o impacto é sentido de forma mais acentuada pelas famílias de baixa renda, que destinam uma parte significativa de seus recursos para a compra de alimentos. Em períodos de alta inflação, o aumento no preço dos alimentos é uma das principais fontes de pressão sobre o IPCA (Carvalho, 2021).

No contexto da inflação, o comportamento dos preços dos alimentos pode ser influenciado por diversos fatores, incluindo condições climáticas, custos de produção e variações nos preços dos insumos agrícolas, como fertilizantes e combustíveis. Durante a pandemia de Covid-19, por exemplo, o Brasil experimentou uma inflação significativa no setor de alimentos, em parte devido às dificuldades nas cadeias de suprimento e ao aumento da demanda global por commodities agrícolas (Anibal, 2022).

O IPCA é calculado com base em uma cesta de consumo que inclui alimentos, vestuário, saúde, educação, transporte e habitação. Cada um desses itens tem um peso específico no cálculo do índice, de acordo com sua importância relativa no orçamento familiar. No caso dos alimentos, o peso é particularmente alto, o que significa que variações nos preços dos produtos alimentícios têm um impacto significativo sobre o índice geral de inflação (Domingues, 2023).

A alta dos preços dos alimentos pode ser resultado de uma oferta insuficiente em relação à demanda. Fatores como mudanças climáticas adversas, interrupções nas cadeias de suprimento e políticas governamentais inadequadas podem reduzir a oferta de alimentos e, conseqüentemente, elevar seus preços. Quando esses aumentos ocorrem de forma contínua e generalizada, contribuem diretamente para a elevação do IPCA (Ferreira; Coelho, 2017).

O câmbio também desempenha um papel importante na formação dos preços dos alimentos no Brasil. Muitos insumos agrícolas, como fertilizantes e defensivos, são importados e, portanto, seus preços estão atrelados à variação do dólar. Em períodos de desvalorização da moeda nacional, o aumento nos custos de produção é repassado para o consumidor final, pressionando o IPCA (Brignani, 2023).

O impacto da inflação no setor de alimentos não é uniforme, afetando de maneira distinta diferentes grupos de consumidores. Famílias de baixa renda, por exemplo, sentem o impacto de forma mais acentuada, pois destinam uma maior parcela de seus rendimentos para a compra de alimentos. Já as famílias de renda mais alta conseguem absorver melhor esses aumentos, uma vez que os alimentos representam uma fração menor de seus orçamentos (Burigo, 2020).

Durante a pandemia de Covid-19, o Brasil vivenciou uma forte inflação alimentar, que fez o IPCA alcançar níveis elevados. De acordo com dados do IBGE, os alimentos da cesta básica tiveram aumento expressivo, especialmente produtos como arroz, feijão e óleo de soja. Esse fenômeno foi atribuído a uma combinação de fatores, como a alta demanda por exportações agrícolas e a desvalorização do real, que encareceu os insumos agrícolas importados (Baccarin; Oliveira, 2021).

No entanto, é importante ressaltar que o controle da inflação, particularmente da inflação alimentar, envolve não apenas ajustes nas políticas monetárias, como a elevação da taxa de juros, mas também intervenções governamentais no mercado de alimentos. Subsídios e incentivos à produção agrícola, por exemplo, podem aumentar a oferta de alimentos e, assim, ajudar a conter a alta dos preços (Aranha, 2022).

A inflação dos alimentos é especialmente preocupante em países em desenvolvimento, como o Brasil, onde grande parte da

população depende de programas sociais e da cesta básica para garantir a segurança alimentar. Quando a inflação atinge patamares elevados, o impacto sobre as populações mais vulneráveis é severo, pois os programas de transferência de renda, como o Bolsa Família, podem não ser suficientes para compensar o aumento dos preços (Retamiro *et al.*, 2018).

Nesse sentido, o IPCA atua como um instrumento importante para que o governo ajuste seus programas de assistência social. Com base nos índices de inflação medidos pelo IPCA, o valor dos benefícios sociais pode ser corrigido de acordo com as variações nos preços, ajudando a mitigar os efeitos da inflação sobre a população mais vulnerável (Morais; Campelo Filho; Sousa, 2023).

A relação entre inflação e IPCA também é visível no comportamento dos consumidores. Em períodos de inflação alta, as famílias tendem a reavaliar seus hábitos de consumo, substituindo produtos mais caros por alternativas mais baratas. Esse fator é particularmente comum no setor de alimentos, onde o consumidor pode optar por itens de menor valor ou reduzir o consumo de certos produtos para compensar o aumento dos preços (Farias, 2022).

Vale ressaltar o impacto da inflação e do IPCA na política de preços administrados, como combustíveis e tarifas de energia elétrica. Esses itens têm grande peso no IPCA e suas variações de preços podem provocar aumentos generalizados, afetando todos os setores da economia, incluindo o de alimentos.

Quando o preço da energia aumenta, os custos de produção e transporte dos alimentos também sobem, elevando o IPCA (Braz, 2022).

As projeções do IPCA são frequentemente utilizadas por economistas e analistas de mercado para prever tendências inflacionárias. Essas previsões são baseadas em modelos econométricos que levam em consideração fatores como a política monetária, as

condições climáticas e as variações cambiais. Ao prever o comportamento futuro da inflação, o governo pode adotar medidas preventivas para evitar que o IPCA atinja níveis insustentáveis (Ros; Bisognin; Reis, 2023).

Um exemplo recente da importância do IPCA foi o período de alta inflacionária durante a pandemia de Covid-19, quando o Banco Central teve que ajustar a política monetária várias vezes para conter a inflação. A Selic, taxa básica de juros, foi elevada sucessivas vezes em resposta à aceleração do IPCA, em uma tentativa de estabilizar os preços e controlar a inflação, especialmente no setor de alimentos (Furlan, 2023). Apesar das intervenções do Banco Central, o IPCA permaneceu em níveis elevados durante grande parte da pandemia, refletindo a dificuldade de controlar a inflação em um cenário de crise global e ruptura nas cadeias de suprimento. Esse fenômeno destacou a importância de medidas complementares, como políticas fiscais e subsídios ao setor agrícola, para conter a alta dos preços e estabilizar o IPCA (Gonçalves; Farias, 2023).

O IPCA é mais do que um simples indicador de inflação; ele representa o reflexo das pressões inflacionárias sobre a economia e o bem-estar das famílias brasileiras. Manter o IPCA sob controle não é apenas uma meta do Banco Central, mas uma condição necessária para garantir a estabilidade econômica e o poder de compra da população, especialmente em um país como o Brasil, onde a inflação pode ter efeitos devastadores sobre as classes mais vulneráveis (IBGE 2022).

POLÍTICAS PÚBLICAS E TRIBUTAÇÃO SOBRE OS ALIMENTOS ESSENCIAIS

As políticas públicas trabalham na regulação dos preços dos alimentos essenciais e na garantia da segurança alimentar. No Brasil, o governo utiliza diversos mecanismos para influenciar o mercado

de alimentos, seja por meio de subsídios à produção agrícola, isenções fiscais, ou pela implementação de políticas de transferência de renda. Um dos principais objetivos dessas políticas é reduzir o impacto da inflação alimentar sobre as famílias de baixa renda, que são as mais afetadas pelos aumentos nos preços dos produtos da cesta básica (Domingues, 2023).

A tributação é uma ferramenta importante que o governo brasileiro usa para influenciar o preço dos alimentos. A aplicação de impostos sobre os alimentos essenciais pode aumentar seus preços no mercado, enquanto a redução ou isenção de tributos pode torná-los mais acessíveis para a população. No Brasil, produtos que fazem parte da cesta básica, como arroz, feijão e óleo de soja, têm uma tributação reduzida em muitos estados, através da isenção ou redução do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) (Brasil, 1988).

A Instrução Normativa Nº 394/99-GSF, que isenta ou reduz o ICMS sobre produtos da cesta básica em várias unidades federativas, é um exemplo claro de como a tributação pode influenciar o mercado de alimentos essenciais. Essa medida tem o intuito de garantir que itens básicos de alimentação permaneçam acessíveis à população, especialmente em períodos de alta inflação. Entretanto, a eficácia dessas políticas depende da correta implementação e monitoramento por parte das autoridades fiscais (Silva, 2022).

Além da tributação, os subsídios agrícolas são fundamentais no incentivo à produção de alimentos. Subsídios governamentais para insumos como fertilizantes, sementes e maquinário agrícola permitem que os produtores diminuam seus custos de produção, o que pode resultar em menores preços ao consumidor final. Essa política é amplamente utilizada em países desenvolvidos e, no Brasil, algumas regiões também implementam subsídios para apoiar pequenos agricultores, que são responsáveis por grande parte da produção de alimentos consumidos internamente (Fornazier; Belik, 2013).

Um exemplo de política pública que influencia o preço dos alimentos no Brasil é o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), que oferece linhas de crédito com juros subsidiados para pequenos produtores. O objetivo do PRONAF é incentivar a produção de alimentos, promovendo o aumento da oferta no mercado interno e, assim, ajudando a controlar os preços. O programa também é importante para garantir que alimentos frescos e nutritivos estejam disponíveis para as populações mais vulneráveis (Mendes, 2022).

No entanto, a tributação sobre os alimentos essenciais no Brasil ainda enfrenta desafios. A alta carga tributária indireta, como o ICMS, PIS e COFINS, pode elevar os preços desses produtos, especialmente quando não há isenção ou redução adequada desses tributos. Embora a isenção fiscal sobre os alimentos da cesta básica seja uma realidade em algumas regiões, nem sempre essas políticas são aplicadas de forma uniforme em todo o país. Gerando disparidades regionais nos preços dos alimentos essenciais, com alguns estados experimentando preços significativamente mais altos do que outros (Silva; Araújo; Farias, 2023).

As políticas públicas de controle de preços podem atuar em momentos de crise, como observado durante a pandemia de Covid-19. Durante esse período, o governo federal implementou medidas de auxílio emergencial e expandiu o programa *Bolsa Família* para proteger as famílias mais vulneráveis dos impactos da inflação alimentar. Essas políticas ajudaram a mitigar os efeitos do aumento de preços, mas também levantaram debates sobre a necessidade de uma reforma tributária mais ampla para garantir uma tributação mais justa e progressiva sobre os alimentos (Retamiro *et al.*, 2018).

A isenção ou redução de tributos sobre os alimentos essenciais, como o ICMS, pode ser uma política eficaz para controlar a inflação alimentar e proteger o poder de compra das famílias de baixa renda. No entanto, essa política deve ser acompanhada por

outras medidas complementares, como subsídios à produção agrícola e programas de apoio ao pequeno produtor, para garantir que a oferta de alimentos continue alta e os preços permaneçam estáveis (Gonçalves; Farias, 2023).

Um aspecto importante a ser considerado é que a redução da carga tributária sobre os alimentos essenciais não pode ser vista isoladamente. É necessário que essas políticas façam parte de um conjunto mais amplo de estratégias governamentais que envolvam a promoção da produção sustentável, o incentivo à agricultura familiar e a criação de mercados locais de alimentos. O que ajuda a garantir que a população tenha acesso a alimentos frescos e saudáveis, a preços acessíveis, mesmo em tempos de crise econômica (Fornazier; Belik, 2013).

Um exemplo de política pública que influencia a acessibilidade aos alimentos essenciais é o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que compra alimentos diretamente de agricultores familiares e os distribui a instituições assistenciais. O PAA não só garante o escoamento da produção agrícola de pequenos produtores, mas também ajuda a regular os preços dos alimentos no mercado, aumentando a oferta em momentos de escassez (Furlan, 2023).

As políticas de tributação e subsídio devem ser constantemente reavaliadas para garantir que continuem cumprindo seus objetivos de garantir a segurança alimentar da população. Uma crítica recorrente às políticas de isenção fiscal sobre os alimentos é que, em alguns casos, os benefícios dessas isenções não são repassados integralmente ao consumidor final. Ou seja, os produtores e distribuidores podem manter os preços altos, mesmo com a redução de tributos, gerando distorções no mercado (Burigo, 2020).

A transparência e a fiscalização são elementos essenciais para o sucesso dessas políticas. O governo deve garantir que as reduções fiscais e os subsídios sejam utilizados para seu propósito original: reduzir os preços dos alimentos para os consumidores.

Sem a devida fiscalização, existe o risco de que esses incentivos sejam apropriados pelos agentes intermediários, resultando em pouca ou nenhuma redução de preço para os consumidores finais (Morais; Campelo Filho; Sousa, 2023). Uma reforma tributária mais abrangente também é necessária para tornar a tributação dos alimentos essenciais mais justa e eficiente. Especialistas sugerem a criação de um imposto sobre o valor agregado (IVA), que substituiria parte dos tributos indiretos atualmente aplicados sobre os alimentos. Esse modelo tributário poderia ser mais transparente e garantir que os alimentos essenciais fossem tributados de forma proporcional à sua importância social (Silva; Leal; Farias, 2023).

Além das políticas de tributação e subsídios, as políticas públicas voltadas para a nutrição e segurança alimentar também têm um impacto significativo na disponibilidade e acessibilidade dos alimentos essenciais. Programas como o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (SISAN) e a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN) buscam garantir que os brasileiros tenham acesso a alimentos saudáveis e nutritivos, mesmo em tempos de crise econômica (Ferreira; Coelho, 2017).

Em momentos de crise, como durante a pandemia de Covid-19, a implementação de políticas emergenciais foi importante para evitar um colapso no acesso aos alimentos essenciais. Contudo, a criação de um sistema tributário e de políticas de subsídios mais resilientes é fundamental para garantir a segurança alimentar de forma contínua e sustentável (Brignani, 2023).

METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem quantitativa, descritiva e explicativa, com o objetivo de analisar a variação dos preços dos alimentos que compõem a cesta básica no estado de Goiás no período

de 2018 a 2023. A metodologia fundamenta-se na aplicação do Ciclo PDCA (Planejar, Fazer, Verificar, Agir), uma ferramenta de administração que permite a análise sistemática de dados e a proposição de melhorias baseadas nos resultados obtidos, sendo está aplicada na estruturação, planejamento, análise dos dados e na definição de estratégias para equilibrar o preço da cesta. Para o processamento dos dados, foi utilizado o Microsoft Excel, com a aplicação de técnicas de tabulação e análise de dados, incluindo cálculos estatísticos e comparações entre os preços ao longo do período estudado, possibilitando a avaliação das variações. A pesquisa também utiliza dados coletados pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) fornecido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com o intuito de integrar tendências de preços, identificar variações e compreender os fatores determinantes dessas oscilações.

Planejar (Plan): Nesta etapa, foram definidos os objetivos e os fatores que impactam os preços dos alimentos da cesta básica. O foco foi compreender como a inflação (IPCA), a teoria da oferta e demanda, e as políticas públicas e tributárias influenciam o comportamento dos preços. Para tanto, foram estabelecidos os seguintes passos:

- A seleção dos alimentos que compõem a cesta básica foi baseada na Instrução Normativa nº 394/99-GSF, que define os itens essenciais para isenção ou redução do ICMS em Goiás. Os produtos considerados incluem açúcar cristal, arroz beneficiado (tipo II), café torrado e moído, extrato de tomate, farinha de mandioca (lisa e torrada), feijão anão (cores, tipo II), fubá de milho, farinha, pão, leite pasteurizado, macarrão (tipo espaguete), óleo de soja refinado, pão vitaminado (50g) e sal refinado iodado. Além desses, foram incluídos carne, batata e tomate, por sua relevância no consumo popular.

- Identificação das bases de dados confiáveis para extração dos preços (Conab e IBGE).
- Definição do período de análise (2018 a 2023).
- Planejamento da coleta e organização dos dados, priorizando a obtenção de informações que permitam uma análise detalhada das tendências de preços ao longo do período.

Fazer (Do): Os dados históricos foram coletados, organizados e analisados em etapas. As informações sobre os preços mensais foram extraídas do banco de dados da Conab, abrangendo os preços de varejo praticados no estado de Goiás, e os dados do IPCA geral e alimentar foram obtidos do IBGE. As etapas da análise incluem:

- Cálculo das médias mensais e anuais: Os preços de cada alimento foram organizados para evidenciar as tendências e variações ao longo do período estudado.
- Identificação de variações significativas: Foram calculadas as variações percentuais mensais e anuais, destacando os alimentos com maior aumento ou redução de preços.
- Correlação com o IPCA: A relação entre as variações nos preços dos alimentos e as variações do IPCA foi investigada, permitindo a compreensão do impacto da inflação sobre os preços.
- Classificação dos fatores econômicos: Os aumentos e reduções foram categorizados com base na influência de fatores como oferta, demanda, inflação e tributação.

Verificar (Check): Nesta etapa, os resultados obtidos foram avaliados para identificar padrões e tendências. As análises incluíram:

- Comparação entre anos: Os preços médios anuais dos alimentos foram comparados, identificando oscilações significativas.

- Verificação da relação com o IPCA: A análise comparativa entre inflação e preços dos alimentos revelou padrões de comportamento e inconsistências nos dados.
- Identificação de discrepâncias: Foram avaliadas possíveis anomalias, como aumentos expressivos em períodos específicos que não apresentavam justificativas claras, considerando os fatores econômicos e sociais.

Agir (Act): Com base nos resultados da análise, foram elaboradas propostas de melhoria para minimizar os impactos das oscilações de preços. As propostas incluem:

- Recomendações de políticas públicas, como ajustes tributários (ampliação da isenção ou redução do ICMS para itens da cesta básica) e incentivos à produção agrícola.
- Estratégias para estabilizar a oferta e a demanda, como subsídios para insumos agrícolas e incentivo à produção local.
- Medidas para mitigar o impacto da inflação, como a ampliação de programas de transferência de renda e o monitoramento mais eficiente dos preços ao consumidor.

Os dados utilizados neste estudo foram obtidos das seguintes fontes:

- Companhia Nacional de Abastecimento (Conab): Dados mensais sobre os preços de varejo dos alimentos que compõem a cesta básica no estado de Goiás.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): Índices mensais do IPCA geral e do IPCA de alimentos para o período de 2018 a 2023.
- Legislação estadual e federal: Normativas relacionadas à tributação e políticas públicas, como a Instrução Normativa nº 394/99-GSF, que define os itens da cesta básica.

Os dados coletados foram tratados estatisticamente para identificar tendências e variações nos preços dos alimentos. Os valores foram organizados em tabelas e gráficos, permitindo a visualização clara das oscilações ao longo dos anos. Foi aplicado um modelo de correlação para verificar a relação entre o IPCA e os preços dos alimentos, proporcionando uma compreensão detalhada do impacto da inflação nos itens essenciais.

A análise considerou os alimentos estabelecidos pela Instrução Normativa nº 394/99-GSF, que define os itens essenciais da cesta básica para fins de isenção ou redução do ICMS no estado de Goiás. Os produtos considerados foram: açúcar cristal, arroz beneficiado (tipo II), café torrado e moído, extrato de tomate, farinha de mandioca (lisa e torrada), feijão anão (cores, tipo II), fubá de milho, leite pasteurizado, macarrão (tipo espaguete), óleo de soja refinado, pão vitaminado (50g) e sal refinado iodado.

Além desses itens, foram incluídos na pesquisa carne bovina, batata inglesa e tomate, alimentos amplamente consumidos e essenciais na alimentação da população, conforme apontado pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE (IBGE, 2020). A inclusão desses produtos permitiu uma avaliação mais abrangente das variações de preços, proporcionando uma visão mais completa sobre os fatores que impactam o custo da cesta básica.

As quantidades utilizadas em nossa análise foram baseadas nos padrões adotados pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), considerando os seguintes composição: açúcar cristal (5 kg), arroz tipo 1 (5 kg), café moído e torrado (250 g), extrato de tomate (340 g), feijão tipo 1 (1 kg), fubá de milho (1 kg), leite integral (1 litro), macarrão espaguete (500 g), óleo de soja (900 ml), pão francês (1 kg), sal (1 kg), carne bovina ponta de agulha (1 kg), batata inglesa (1 kg) e tomate (1 kg).

Essas quantidades foram adotadas para garantir compatibilidade com os dados disponíveis e permitir comparações precisas

ao longo do período analisado. Cabe destacar que a composição da cesta básica nacional considera uma composição voltada para o consumo familiar, enquanto a Conab utiliza parâmetros ajustados para o monitoramento de preços e políticas de abastecimento.

Entre as limitações encontradas, destaca-se a ausência de dados de alguns alimentos no banco de dados da Conab. Itens como farinha de mandioca lisa e torrada e pão vitaminado de 50g não constavam no banco de dados durante o período estudado impossibilitando a análise desses produtos.

Além disso, verificou-se a ausência de registro de preços para alguns alimentos, como batata inglesa, café moído e torrado, carne bovina, sal e tomate de outubro a dezembro de 2023. Para suprir essa lacuna, foi utilizado o algoritmo Random Forest, uma técnica de aprendizado de máquina que permite estimar valores ausentes com base em padrões históricos e na relação entre os itens da cesta básica. O modelo atribuiu pesos de importância a cada item com base no impacto na formação do custo total da cesta, conforme as métricas de aumento do erro médio quadrado (IncMSE) e pureza dos nós (IncNodePurity).

Com o resultado desses pesos, aplicou-se a média ponderada para calcular os valores estimados, atribuindo maior influência aos itens mais relevantes na composição do preço total da cesta. Assim, os preços mensais observados foram multiplicados pelos respectivos pesos normalizados e somados, garantindo uma projeção mais precisa. Esse cálculo seguiu a metodologia do Valor Total Estimado (VTE) e do Valor Mensal Estimado (VME). O modelo apresentou uma explicação de 98,2% da variação dos preços, assegurando alta precisão na estimativa. Dessa forma, os valores projetados mantêm coerência com os padrões observados nos dados reais.

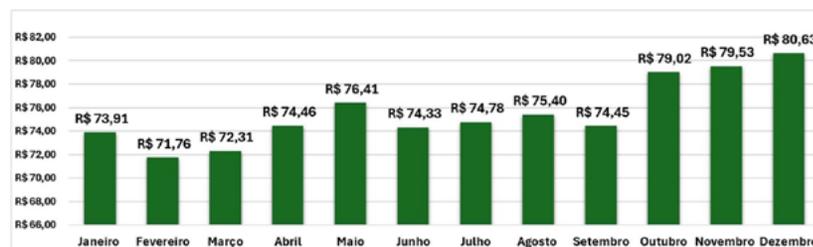
Um ponto de atenção é a restrição geográfica do estudo, que se concentra exclusivamente no estado de Goiás, não abrangendo variações regionais ou nacionais que poderiam complementar a análise.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS – ANO DE 2018

A análise dos preços médios mensais da cesta básica em Goiás, no ano de 2018, revela uma considerável variação ao longo do período, com destaque para o aumento registrado em dezembro, o maior valor mensal do ano (R\$ 80,63), e o menor valor em fevereiro (R\$ 71,76). Essa oscilação de 12,36% evidencia a sensibilidade dos preços dos alimentos essenciais aos fatores econômicos, sazonais e climáticos, corroborando estudos de Aníbal (2022) que destacam a volatilidade do custo da cesta básica em diferentes regiões brasileiras, atribuída à interação entre a oferta, demanda e variáveis externas como políticas tributárias e inflação.

Gráfico 1 - Variação cesta básica 2018



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os produtos que mais influenciaram as oscilações de preços foram a batata inglesa, o tomate e a carne bovina. Em maio, a batata inglesa teve um aumento de 151%, evidenciando sua vulnerabilidade a fatores climáticos. Fornazier e Belik (2013) destacam que choques climáticos podem reduzir a oferta agrícola, o que explica essa variação no preço. O tomate também registrou aumentos expressivos (+107% em novembro) seguido de reduções significativas (-27% em

dezembro), comportamento típico de culturas sazonais com elevada sensibilidade logística e de armazenamento (Farias, 2022). Já a carne bovina apresentou um aumento de 32% no preço entre dezembro e janeiro, sendo o alimento com a maior alta nesse período, refletindo o impacto dos custos de insumos e transporte, conforme discutido por Gonçalves e Farias (2023).

Os resultados apontam para uma forte correlação entre a inflação alimentar, medida pelo IPCA, e as oscilações dos preços da cesta básica. A literatura, como discutido por Baccarin e Oliveira (2021), destaca que os alimentos são especialmente sensíveis à inflação devido à sua inelasticidade na demanda – mesmo em períodos de aumento de preços, o consumo não apresenta queda significativa, dada sua essencialidade. Essa característica pode ser observada na estabilidade relativa de itens básicos, como arroz e feijão, que apresentaram variações percentuais menores ao longo do ano.

A composição da cesta básica de Goiás, regulada pela Instrução Normativa nº 394/99-GSF, reflete esforços do estado para reduzir a carga tributária sobre alimentos essenciais, isentando ou reduzindo o ICMS de produtos como açúcar, arroz e leite. No entanto, a eficácia dessas políticas é limitada pela sazonalidade e por choques externos. Brignani (2023) destaca que, embora a redução tributária seja relevante para a acessibilidade, ela precisa ser acompanhada por incentivos à produção local e subsídios para insumos agrícolas, o que minimizaria os efeitos de oscilações climáticas e de oferta, como observado no caso da batata inglesa.

Ademais, as variações sazonais nos preços, como o aumento do leite (+31% em junho) e do tomate no final do ano, ilustram a necessidade de políticas públicas complementares que promovam estabilidade na produção e oferta de alimentos. Retamiro *et al.* (2018) sugerem que programas como o PRONAF, voltados para a agricultura familiar, poderiam ser mais bem utilizados para garantir uma produção mais estável e diversificada.

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS – ANO DE 2019

A análise dos dados de 2019 revela variações percentuais expressivas nos preços dos alimentos da cesta básica ao longo do ano no estado de Goiás. O custo total da cesta básica iniciou o ano em R\$ 80,46 e encerrou em R\$ 88,68, representando um aumento de 10% ao longo do ano. Esse aumento reflete, em parte, as pressões sazonais, custos de insumos e dinâmicas de oferta e demanda que afetam o mercado de alimentos, conforme descrito por Anibal (2022) e Braz (2022).

Gráfico 2 - Variação cesta básica 2019



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O pico do custo total da cesta básica ocorreu em abril, quando atingiu R\$ 92,35, representando um aumento de 6%. Esse aumento foi impulsionado principalmente pelo aumento do preço do tomate (38%), seguido pelo pão francês (25%), seguido pela batata (15%) e o sal (11%), refletindo tanto os aumentos nos custos de insumos como a alta demanda no mercado interno, alinhada com o que foi descrito por Brignani (2023).

No mês de agosto, observou-se o menor custo total da cesta básica (R\$ 77,55), indicando um recuo de -3,62% em relação a janeiro. Esse comportamento foi motivado por reduções no preço do tomate (-50%), do leite (-3%), pão francês e carne bovina (-4%). Essas quedas podem ser atribuídas ao aumento da oferta pontual de alguns produtos devido a condições climáticas favoráveis no início do ano, como também apontado por Silva (2022).

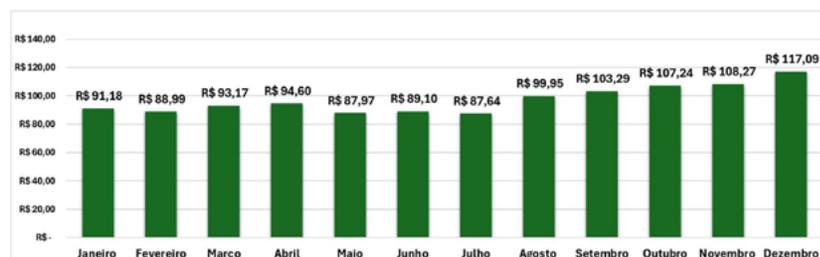
A cesta básica encerrou o ano com o segundo maior valor registrado, atingindo R\$ 88,68 em dezembro. Embora os preços tenham se mantido estáveis nesse mês, as variações nos preços ao longo do período resultaram nesse nível elevado. Em outubro, itens como macarrão (+28%), batata (+16%), óleo (+10%) e fubá (+13%) tiveram reajustes expressivos. Em novembro, os maiores aumentos foram observados na carne bovina (+29%), feijão (+22%), tomate (+26%) e pão francês (+13%). Já em dezembro o tomate teve aumento de 55%. Essas oscilações refletem pressões inflacionárias típicas do fim de ano, aumento da demanda e custos logísticos, conforme descrito por Baccarin e Oliveira (2021).

A inflação alimentar, medida pelo IPCA de alimentos, teve um impacto significativo sobre os preços da cesta básica em 2019. O IPCA geral encerrou o ano em 8,03% (IBGE, 2019), evidenciando uma pressão inflacionária mais intensa sobre os alimentos. Isso reforça a conclusão de Braz (2022), que destaca o impacto desproporcional da inflação sobre itens essenciais, especialmente os alimentos.

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS - ANO DE 2020

No ano de 2020, os preços dos itens que compõem a cesta básica no estado de Goiás apresentaram variações expressivas, especialmente no segundo semestre, devido aos impactos econômicos e logísticos provocados pela pandemia da Covid-19. Durante esse período, a variação dos preços dos alimentos refletiu diretamente pressões econômicas, como a inflação alimentar, a desvalorização cambial e a alta demanda interna e externa por itens essenciais. Os dados demonstraram aumentos acentuados em diversos produtos ao longo do ano, evidenciando o efeito combinado de choques de oferta e demanda sobre a inflação alimentar, conforme argumentado por Ferreira e Coelho (2017).

Gráfico 3 - Variação cesta básica 2020



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

No primeiro semestre, os preços apresentaram relativa estabilidade nos meses iniciais, mas já em março começaram a subir, com destaque para o feijão, que teve alta de 43%, seguido pelo leite e a batata, ambos com 26%, e pelo tomate, que subiu 21%. Em abril, a batata teve alta de 65%, o macarrão de 38% e o sal de 36%, impulsionados pelas restrições logísticas internas e pela valorização do dólar, que encareceu insumos agrícolas como fertilizantes e combustíveis. Esse cenário confirma as análises de Brignani (2023), que apontam a dependência do Brasil de insumos importados como um fator determinante para a inflação de custos nos alimentos.

O segundo semestre, no entanto, foi marcado por picos de aumento em alimentos essenciais. Itens como arroz, batata e óleo de soja registraram altas expressivas. O arroz, por exemplo, apresentou aumento de 31% em agosto e 26% em setembro, enquanto a batata atingiu a 82% de aumento em outubro. Esses aumentos foram impulsionados pela combinação de fatores como a alta demanda global por grãos, o aumento nas exportações e a redução da oferta interna. A carne bovina também registrou aumento significativo, com alta de 33% de janeiro para dezembro. Esse movimento foi impulsionado pelo crescimento das exportações para mercados emergentes, como a China, reduzindo a oferta no mercado interno. Esses resultados estão alinhados com os achados de Lima (2021), que destacam o impacto do mercado externo e da variação cambial na pressão sobre os preços dos alimentos no Brasil.

A análise dos preços revela que a inflação alimentar acumulada no ano, conforme medida pelo IPCA, atingiu os 15,93 %, um marco muito superior ao registrado em anos anteriores. Este fenômeno está alinhado às observações de Domingues (2023), que apontam a pandemia como catalisadora de uma inflação estrutural nos alimentos, especialmente em países com forte dependência de commodities agrícolas. O auxílio emergencial, ao aumentar o poder de compra das famílias de baixa renda, elevou a demanda por alimentos básicos, intensificando a pressão inflacionária.

Os aumentos observados nos preços dos itens da cesta básica em 2020 reforçam a relevância da Teoria da Oferta e Demanda, conforme descrita por Ferreira e Coelho (2017). Os choques de oferta, causados pelas interrupções nas cadeias de suprimento, e a forte demanda interna sustentada por transferências de renda, resultaram em aumentos de preços que afetaram principalmente os consumidores mais vulneráveis. Itens como arroz e óleo de soja, que registraram altas superiores a 30%, demonstram a fragilidade do setor alimentício brasileiro diante de crises globais.

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS – ANO DE 2021

Para o ano de 2021, a análise dos preços da cesta básica no estado de Goiás demonstra um cenário de intensas variações, reflexo das pressões econômicas e das dinâmicas da inflação no período. O preço total da cesta básica apresentou aumentos consecutivos, atingindo picos significativos em meses como setembro e dezembro, com um salto percentual notável no final do ano. Esse comportamento foi amplamente influenciado por fatores estruturais relacionados à oferta e à demanda, aos custos de insumos e aos impactos diretos da inflação no setor alimentício.

Gráfico 4 - Variação cesta básica 2021



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os dados coletados mostram aumentos significativos em produtos essenciais. Em agosto, por exemplo, os preços da carne bovina e da batata foram os principais responsáveis pela alta no total da cesta. Enquanto o preço da carne bovina aumentou 52%, o da batata teve um aumento de 82%, devido a condições climáticas adversas e ao aumento nos custos dos insumos agrícolas. Esses resultados confirmam os estudos de Aníbal (2022) e Brignani (2023), que apontam a influência desses fatores no aumento dos preços da cesta básica.

A análise também revela um impacto direto da inflação, com o IPCA acumulado para alimentos em 2021 refletindo os desafios da cadeia de abastecimento global e a alta do dólar, que encareceu os insumos importados. Esses elementos foram amplamente discutidos por Baccarin e Oliveira (2021), que analisaram o impacto da pandemia sobre a inflação de alimentos no Brasil. Produtos como o óleo de soja, que dependem de insumos importados, apresentaram estabilidade ao longo do ano, mas registraram um aumento de 13% em dezembro.

Destaca-se o comportamento estável de itens como açúcar cristal, feijão e óleo de soja, que, apesar de variações menores, contribuíram para amortecer o impacto do aumento do custo total da cesta. A estabilidade relativa desses produtos reforça a importância de políticas públicas que promovam incentivos fiscais e subsídios para a produção e comercialização de itens essenciais.

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS – ANO DE 2022

Com base nos dados apresentados para o ano de 2022, percebe-se um movimento distinto nos preços da cesta básica, evidenciando fatores econômicos e sazonais que influenciaram diretamente os valores dos itens essenciais. Os meses de março e abril registraram aumentos significativos, atribuídos principalmente ao óleo e ao tomate, refletindo os desafios enfrentados pelo setor agrícola em relação à oferta desses produtos. Esse comportamento está alinhado à análise de Aníbal (2022), que destaca a volatilidade dos preços da cesta básica como reflexo de desequilíbrios na oferta e na demanda, frequentemente intensificados por eventos climáticos e logísticos.

Gráfico 5 - Variação cesta básica 2022



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A elevação de preços em abril (7%) foi impulsionada por itens como batata, feijão e leite, sugerindo que questões relacionadas ao custo de produção e transporte foram determinantes, conforme descrito por Carvalho (2021), que explora os impactos do aumento dos combustíveis e dos insumos agrícolas no encarecimento de produtos essenciais. Já em maio, observou-se uma redução modesta, liderada por macarrão e tomate, indicando que a estabilização parcial da oferta impactou os preços. Esse movimento segue a lógica apontada por Braz (2022), que ressalta a importância de políticas públicas eficazes para suavizar oscilações no mercado.

No segundo semestre, os meses de junho e julho foram marcados por elevações contínuas nos preços do feijão e do leite, reforçando o impacto da sazonalidade e da alta demanda por produtos básicos. De acordo com Farias (2022), essas variações estão intrinsecamente ligadas à inflação acumulada no setor alimentício, evidenciada pelo aumento no IPCA Alimentação registrado no mesmo período.

Agosto trouxe um leve alívio nos preços, principalmente para a batata e o tomate, sugerindo maior disponibilidade desses produtos no mercado. No entanto, os preços voltaram a subir em setembro e outubro, demonstrando vulnerabilidades na cadeia de suprimentos, como descrevem Burigo (2020) e Aranha (2022). Esses autores apontam que, sem investimentos em infraestrutura e incentivos à produção local, a instabilidade no abastecimento continuará impactando diretamente o consumidor final.

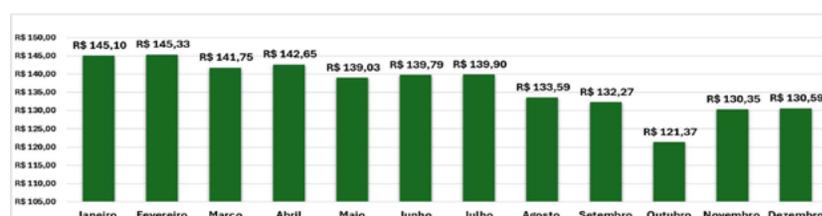
Os meses de outubro e novembro consolidaram um padrão de estabilização relativa, ainda que itens como batata e tomate tenham apresentado aumentos pontuais. A elevação do custo da cesta básica no final do ano reflete os desafios enfrentados no controle da inflação e a necessidade de intervenções estruturais, como propõe Brignani (2023) em sua análise sobre tributação e acessibilidade de alimentos no Brasil.

ANÁLISE DOS PREÇOS MÉDIOS MENSAIS - ANO DE 2023

A análise dos dados referentes ao ano de 2023 demonstra que o comportamento dos preços da cesta básica no estado de Goiás foi caracterizado por uma estabilidade relativa de janeiro a julho, com variações pouco expressivas. Contudo, a partir de agosto, observa-se uma queda mais acentuada nos preços, culminando em outubro, quando os valores atingem níveis inferiores aos registrados no início do ano e alcançam seu menor patamar

no período analisado, com uma redução de aproximadamente 16% em relação a janeiro, configurando-se como o mês de maior alívio financeiro para os consumidores. Dezembro, por outro lado, reverte essa tendência, apresentando uma elevação significativa nos preços, o que indica um movimento de recuperação ou reposicionamento típico da sazonalidade no final do ano.

Gráfico 6 - Variação cesta básica 2023



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

No contexto das commodities individuais, destacam-se os comportamentos distintos de alguns itens. A batata, por exemplo, apresenta reduções contínuas nos meses de abril, maio, agosto e setembro. O tomate também segue um padrão de declínio em meses como agosto e setembro. Outros itens, como o arroz e o extrato de tomate, mantêm uma trajetória relativamente estável, com variações menos impactantes ao longo do ano.

Os fatores que contribuem para essas flutuações incluem tanto questões de oferta quanto de demanda. A oferta de produtos frescos, como batata e tomate, é altamente suscetível a variáveis climáticas e aos custos de insumos agrícolas, enquanto a demanda pode ser influenciada por mudanças no poder de compra da população, reflexos da inflação e políticas públicas. A literatura corrobora essa análise: estudos como os de Baccarin e Oliveira (2021) destacam o impacto das disrupções nas cadeias de suprimento e as pressões inflacionárias sobre alimentos durante períodos de incerteza econômica. Da mesma forma, as observações de Brignani (2023)

ressaltam a relevância de políticas tributárias, como a redução do ICMS, na mitigação do impacto dos preços para o consumidor final.

Destaca-se um ponto relevante em 2023: o comportamento do IPCA Alimentação, que, de acordo com os dados do IBGE, acompanhou de perto as variações observadas na cesta básica, com um aumento mais expressivo no final do ano, sugerindo uma correlação direta entre os movimentos inflacionários gerais e os preços dos alimentos básicos. Esse cenário reforça a necessidade de intervenções estruturais no setor. Furlan (2023) destaca que medidas de política monetária e incentivos fiscais podem ser essenciais para estabilizar os preços em momentos de maior volatilidade.

COMPARATIVO DE PREÇOS MENSIS POR ANO

A análise comparativa dos itens da cesta básica nos anos de 2018 e 2023 evidencia mudanças significativas que refletem adaptações tanto nas políticas públicas quanto nas necessidades nutricionais da população brasileira. Em 2018, a cesta básica era composta por itens tradicionais, como carne, leite, feijão, arroz, farinha de trigo, batata, tomate, pão francês, café em pó, banana, açúcar, óleo de soja e margarina, conforme levantamento do Procon Goiás. Esses alimentos representavam a base alimentar essencial, especialmente para famílias de baixa renda.

Vale descartar que, em 2024, a composição da cesta básica nacional foi ampliada, conforme o Decreto nº 11.936, de 6 de março de 2024, que incorporou uma maior diversidade de alimentos, como frutas (abacate, maçã, mamão, laranja e melancia), raízes e tubérculos (batata inglesa), cereais (arroz, macarrão, farinha de trigo e flocos de milho), leguminosas (feijão de cores) e carnes e ovos (suína, bovina, frango e ovo) (Brasil, 2024).

Adicionalmente, alimentos frescos, como beterraba, abóbora, alface, alho, cebola e cenoura, além de frutos secos e nozes, como castanhas, foram incluídos, demonstrando maior preocupação com a diversidade nutricional e a oferta de alimentos minimamente processados. Essas mudanças refletem uma tentativa de alinhamento às recomendações de segurança alimentar e nutricional, priorizando alimentos saudáveis e sustentáveis, como apontado por Domingues (2023).

Apesar da manutenção de itens básicos, como açúcar, óleo de soja, manteiga e sal, sua relevância no grupo “açúcares, sal, óleos e gorduras” suscita preocupações de saúde pública devido ao impacto do consumo excessivo desses produtos em doenças metabólicas, conforme destaca Mendes (2022). O equilíbrio entre alimentos processados e não processados foi um dos avanços notáveis, refletindo esforços para atender às recomendações alimentares que priorizam saúde e acessibilidade econômica (Farias, 2022).

As mudanças na composição da cesta básica entre 2018 e 2024 refletem não apenas preocupações econômicas, mas também uma crescente atenção às questões de saúde e segurança alimentar. A inclusão de frutas, verduras e castanhas aponta para um esforço em diversificar a dieta, reduzindo a dependência de alimentos processados e promovendo práticas alimentares sustentáveis.

A evolução dos preços da cesta básica no estado de Goiás entre os anos de 2018 e 2023 reflete as transformações econômicas e sociais que impactaram a dinâmica do mercado de alimentos no Brasil, conforme apresentado na Tabela 1.

Durante esse período, eventos como a pandemia de Covid-19, a guerra na Ucrânia e oscilações inflacionárias globais influenciaram diretamente os custos dos itens essenciais.

Tabela 1 - Comparativo geral preço cesta básica entre os anos 2018-2023

Ano	Preço Médio da Cesta Básica (R\$)	Variação Percentual Anual (%)	Pico de aumento (%)	Pico de redução (%)	Eventos Notáveis
2018	75,58	9	6	-3	Ano estável
2019	83,89	10	7	-8	Inflação moderada
2020	97,37	18	14	-7	Picos causados pela pandemia
2021	117,95	9	17	-11	Recuperação da cadeia de suprimentos
2022	139,60	11	7	-4	Impactos da guerra na Ucrânia sobre alimentos
2023	136,81	-10	1	-8	Estabilização gradual com leve inflação

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os dados apresentados na Tabela 1 ilustram a trajetória dos preços médios da cesta básica e suas variações percentuais anuais, fornecendo uma visão ampla das oscilações de preços entre 2018 e 2023. Em 2020, observou-se o maior aumento percentual anual (18%), atribuído às disrupções na cadeia de suprimentos durante a pandemia. Em contraste, 2023 apresentou uma estabilização relativa, com a menor variação durante o período, evidenciando o impacto da recuperação econômica e das políticas de incentivo à produção agrícola. Itens específicos, como arroz, feijão e óleo de soja, registraram os maiores picos de aumento em anos críticos, reforçando a necessidade de estratégias voltadas à segurança alimentar e à regulação de preços no mercado interno.

Os preços apresentaram tendência de alta, com picos em anos críticos, como 2020 e 2021, em função da pandemia de Covid-19. Esse período foi marcado pela desorganização das cadeias de

suprimento, aumento nos custos de insumos agrícolas e variações cambiais, conforme discutido por Baccarin e Oliveira (2021). O impacto foi particularmente evidente em itens como arroz, feijão e óleo de soja, que registraram aumentos expressivos devido à alta demanda global e limitações na oferta interna.

Essas variações, como destacado por Anibal (2022), demonstram o impacto de eventos críticos, incluindo a guerra na Ucrânia, que afetou os preços globais de grãos e fertilizantes, aumentando os custos de produção no Brasil.

Gráficos de barras e linhas que ilustram as variações anuais dos preços mostram claramente a tendência de alta em períodos críticos e a estabilização ou redução em anos de menor pressão inflacionária, como 2018 e 2019. Tabelas comparativas detalham os percentuais anuais de variação, destacando padrões sazonais, como os aumentos em dezembro devido à alta demanda e as quedas em períodos de colheita. A análise reforça a necessidade de intervenções estruturais para mitigar as oscilações de preços, como incentivos à produção local e revisão da carga tributária sobre alimentos essenciais. Conforme Brignani (2023), a ausência de políticas públicas consistentes e os entraves tributários amplificam os impactos econômicos para os consumidores, especialmente os de baixa renda. Assim, estratégias que promovam a estabilidade de preços, aliadas a políticas de incentivo ao consumo saudável, são essenciais para garantir a acessibilidade da cesta básica e atender às demandas nutricionais da população brasileira.

FATORES QUE AFETAM O AUMENTO DOS PREÇOS DOS ALIMENTOS

Os fatores que influenciam o aumento dos preços dos alimentos básicos são diversos e interconectados, refletindo uma combinação de elementos econômicos, sociais, climáticos e políticos. Entre

os principais determinantes, destacam-se a inflação alimentar, a relação de oferta e demanda, as políticas públicas e a tributação, bem como eventos globais e especulação nos mercados de commodities.

A inflação alimentar, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), é um dos principais indicadores do impacto dos preços dos alimentos na economia. Entre 2018 e 2023, o IPCA apresentou flutuações significativas, com aumentos mais expressivos em 2020 e 2021, durante a pandemia de Covid-19, quando houve desorganização nas cadeias de suprimento e alta nos custos de insumos. Essa inflação alimentar está diretamente correlacionada ao aumento dos preços médios de itens da cesta básica, como arroz, óleo de soja e feijão.

Tabela 2 - Variação Anual do IPCA e Preços Médios (2018-2023)

Ano	IPCA geral (%)	IPCA alimentos (%)	Variação Média dos Preços da cesta (%)
2018	3,71	4,14	9
2019	9,69	8,03	10
2020	15,39	15,93	18
2021	8,12	13,20	9
2022	12,47	13,15	11
2023	0,93	0,47	-10

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

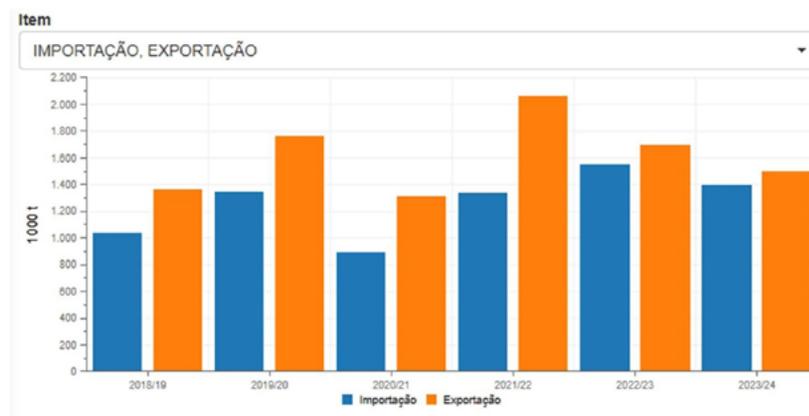
O estudo de Baccarin e Oliveira (2021) destaca que a inflação alimentar afeta de forma desproporcional as famílias de baixa renda, cuja maior parcela de gastos é direcionada a alimentos. Itens básicos, como feijão e arroz, mostraram-se mais sensíveis às oscilações econômicas e variações sazonais, apresentando aumentos significativos durante períodos de alta inflação.

Os preços dos alimentos básicos também estão intrinsecamente ligados à dinâmica de oferta e demanda. Condições climáticas

adversas, como secas ou enchentes, impactam diretamente a produção agrícola, reduzindo a oferta de produtos essenciais como feijão e batata inglesa. Paralelamente, o aumento dos custos de insumos agrícolas, como fertilizantes, contribuiu para a elevação dos preços.

O estudo de Ferreira e Coelho (2017) aponta que a crescente demanda global por grãos e proteínas, especialmente durante crises como a pandemia, gerou uma pressão adicional sobre os preços domésticos, agravada pela desvalorização cambial, que encareceu as importações e incentivou as exportações, reduzindo a oferta interna.

Gráfico 07 - Importação/Exportação do Arroz (2018 a 2023)



Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB.

Conforme divulgado pela CONAB, houve um aumento nas exportações de grãos, incluindo o arroz. Além disso, as exportações superaram as importações em todos os anos do período analisado.

A redução do ICMS em Goiás foi uma tentativa de conter os aumentos nos preços dos alimentos essenciais. Entretanto, os efeitos dessas medidas foram limitados, pois outros fatores econômicos, como a inflação e a alta nos custos de produção, mitigaram os benefícios tributários. Programas como o Bolsa Família, analisados por

Retamiro *et al.* (2018), contribuíram para o aumento da demanda por alimentos. Embora positivos do ponto de vista social, tais programas podem gerar pressão nos preços quando a oferta não acompanha a demanda crescente.

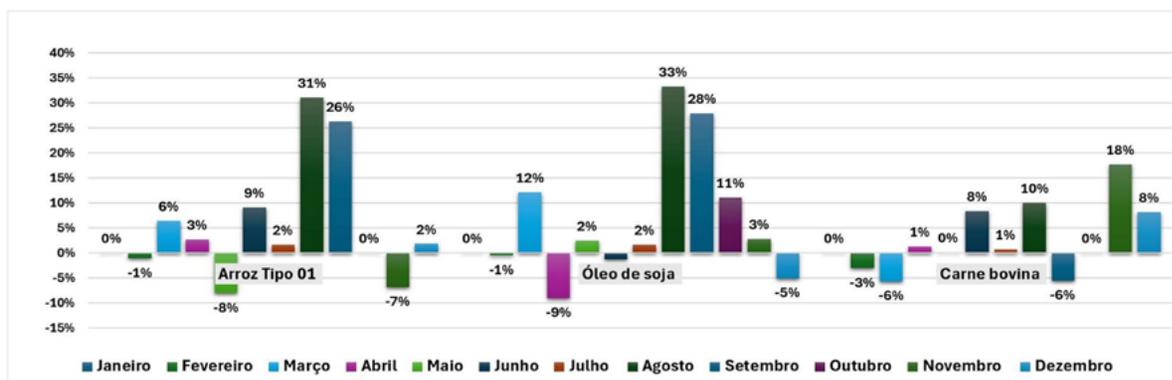
Eventos globais, como a pandemia de Covid-19 e a guerra na Ucrânia, tiveram impactos significativos nos preços dos alimentos no Brasil. A pandemia desorganizou cadeias logísticas globais, enquanto a guerra na Ucrânia afetou diretamente os custos de fertilizantes e grãos, pressionando a produção agrícola nacional. Ressalta-se a especulação nos mercados de commodities, que elevou os preços de produtos básicos como óleo de soja e trigo.

RELAÇÃO ENTRE VARIAÇÃO DE PREÇOS E IPCA

A análise da relação entre a variação dos preços dos alimentos da cesta básica e o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) alimentar permite compreender as dinâmicas econômicas que impactaram o custo de vida entre 2018 e 2023. O IPCA é amplamente reconhecido como um termômetro da inflação no Brasil, refletindo os aumentos de preços em diversos setores, com destaque para alimentos e bebidas, que compõem uma parcela significativa do índice.

A comparação mês a mês entre os preços médios dos itens da cesta básica e o IPCA alimentar revela tendências claras de interdependência. Nos anos de 2020 e 2021, por exemplo, marcados pela pandemia de Covid-19, o IPCA alimentar apresentou picos significativos, com aumentos acumulados superiores a 12% em alguns meses, refletindo a pressão inflacionária decorrente de choques de oferta, desvalorização cambial e aumento nos custos de produção e logística. Esses fatores coincidem com os maiores aumentos de preços registrados em itens essenciais, como arroz, óleo de soja e carne bovina, conforme gráficos 8 e 9.

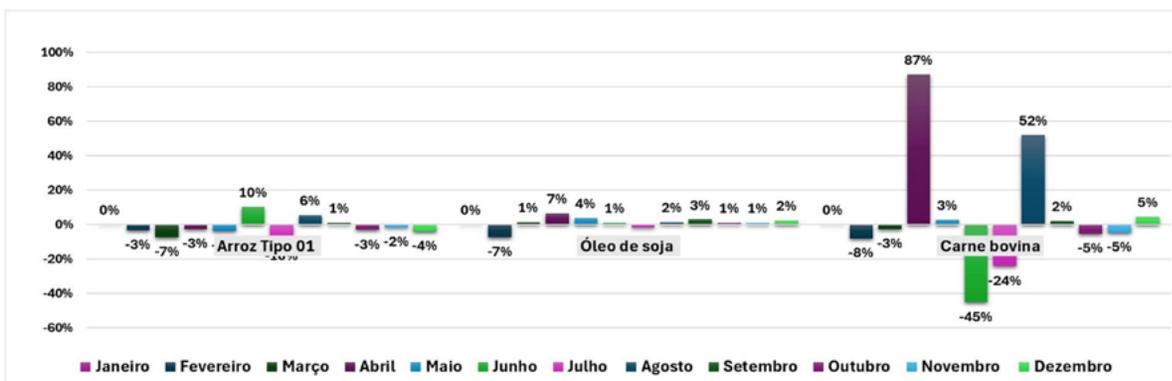
Gráfico 8 - Variação preço arroz, óleo de soja e carne bovina em 2020



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Nota-se que em agosto de 2020 o arroz registrou aumento de +31%, já o óleo de soja obteve alta de 33%, ambos atingindo o seu pico de aumento durante o período analisado.

Gráfico 09 - Variação preço arroz, óleo de soja e carne bovina em 2021



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Já a carne bovina atingiu seu pico em abril de 2021 com aumento de 87%, em agosto do mesmo o ano, também obteve um aumento significativo de 52%.

Tabela 3 - IPCA Alimentar 2020 x IPCA Alimentar 2021

Mês	IPCA Alimentar 2020 (%)	IPCA Alimentar 2021 (%)
Janeiro	0,02	0,50
Fevereiro	-0,12	-0,27
Março	0,27	0,69
Abril	1,35	0,60
Maiο	0,47	0,24
Junho	-0,40	0,54
Julho	0,30	0,64
Agosto	1,46	1,16
Setembro	3,77	0,87
Outubro	1,74	2,13
Novembro	3,88	-0,77
Dezembro	1,67	1,47

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Nos anos seguintes, como 2022 e 2023, a relação entre o IPCA e os preços médios da cesta básica mostrou uma tendência de estabilização relativa, ainda que em patamares elevados. Em 2023, a inflação alimentar foi impactada principalmente por fatores sazonais e custos de insumos, enquanto o IPCA geral apresentou uma desaceleração devido à redução do impacto de choques externos, como a guerra na Ucrânia e a pandemia.

A correlação entre o IPCA e os preços médios da cesta básica pode ser explicada pela influência de fatores econômicos e sociais que afetaram simultaneamente os dois indicadores. A inflação alimentar é sensível a variações no custo de insumos, como fertilizantes, e a choques na oferta, sejam eles decorrentes de condições climáticas adversas ou de crises globais. Conforme apontado por Baccarin e Oliveira (2021), os eventos externos, como a pandemia,

desestabilizaram as cadeias produtivas, resultando em aumentos generalizados nos preços dos alimentos básicos.

Fatores como a desvalorização cambial e o aumento das exportações agrícolas contribuíram para a elevação dos preços domésticos, à medida que os produtores priorizaram o mercado externo, onde os preços eram mais vantajosos. Esse comportamento amplificou a pressão inflacionária interna, particularmente em 2021. Todavia, o retorno gradual à normalidade em 2022 e 2023, combinado com medidas de controle inflacionário, resultou em uma desaceleração do IPCA alimentar, ainda que os preços de alguns itens, como carne bovina e óleo de soja, permanecessem elevados devido aos custos estruturais da cadeia produtiva.

A análise da relação entre os preços e o IPCA destaca a importância de políticas públicas eficazes para mitigar os impactos da inflação sobre os consumidores, especialmente os de baixa renda. A redução do ICMS sobre alimentos essenciais em Goiás, por exemplo, pode ter contribuído para aliviar parcialmente os efeitos da alta de preços, mas não foi suficiente para contrabalançar os choques macroeconômicos e globais. Conforme sugerido por Retamiro *et al.* (2018), medidas como a ampliação de programas de transferência de renda podem ser complementares, garantindo maior acesso a alimentos em períodos de inflação elevada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo investigou os fatores que influenciam a variação dos preços dos alimentos que compõem a cesta básica no estado de Goiás, no período de 2018 a 2023, por meio de uma análise sistemática e detalhada. Baseando-se em dados quantitativos e na literatura acadêmica, foi possível identificar os principais determinantes econômicos, sociais e climáticos que afetam os preços dos

alimentos essenciais, como a inflação alimentar, a dinâmica de oferta e demanda, as políticas públicas, a tributação e os eventos globais.

A análise revelou que os anos de 2020 e 2021 foram marcados pelas maiores oscilações, impulsionadas pela pandemia de Covid-19. A desorganização das cadeias de suprimento, o aumento nos custos de insumos agrícolas, a desvalorização cambial e a priorização das exportações agrícolas resultaram em uma elevação significativa nos preços de itens essenciais, como arroz, feijão, óleo de soja e carne bovina. Esses resultados reforçam o impacto de crises globais e desequilíbrios estruturais na economia brasileira, conforme apontado pela literatura, que destaca a necessidade de medidas robustas para reduzir a vulnerabilidade do setor alimentício a choques externos.

A inflação alimentar, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), merece destaque, pois apresentou aumentos expressivos nos anos analisados, especialmente em 2020 e 2021. Essa inflação foi desproporcionalmente sentida pelas famílias de baixa renda, cujos gastos com alimentos correspondem a uma parcela significativa do orçamento doméstico. A correlação entre o IPCA e os preços médios dos alimentos evidenciou como a inflação impacta diretamente o custo de vida e reforça a necessidade de intervenções estruturais para mitigar seus efeitos.

Do ponto de vista das políticas públicas, iniciativas como a redução do ICMS sobre alimentos básicos em Goiás demonstraram potencial para aliviar a pressão sobre os preços. No entanto, os resultados deste estudo indicam que tais medidas não foram suficientes para compensar os impactos de crises sistêmicas e variações sazonais nos preços. Programas como o Bolsa Família, embora fundamentais para ampliar o poder de compra da população vulnerável, também contribuíram para um aumento na demanda por alimentos, intensificando a pressão sobre os preços em cenários de oferta limitada.

Adicionalmente, eventos como a guerra na Ucrânia, iniciada em 2022, evidenciaram a dependência do Brasil de insumos agrícolas importados, como fertilizantes, cujos custos elevados foram repassados aos consumidores. Essa situação reforça a necessidade de políticas que estimulem a produção local de insumos e promovam maior autossuficiência na cadeia produtiva agrícola.

A composição da cesta básica também evoluiu durante o período analisado, refletindo uma preocupação crescente com a diversidade nutricional e a inclusão de alimentos minimamente processados. Contudo, itens básicos como óleo de soja, carne bovina e arroz continuam a apresentar variações significativas de preço, indicando a persistência de desafios estruturais na cadeia de produção e comercialização.

Portanto, este estudo conclui que a estabilização dos preços dos alimentos básicos requer uma abordagem integrada que combine políticas tributárias eficazes, incentivos à produção local, fortalecimento da infraestrutura logística e mitigação dos impactos climáticos. Assim, torna-se relevante ampliar programas de transferência de renda e adotar medidas voltadas à sustentabilidade da produção agrícola, como subsídios para insumos e estímulo à agricultura familiar.

A relevância desse tema torna-se ainda mais evidente diante dos desafios globais e nacionais que afetam a segurança alimentar e a acessibilidade econômica dos alimentos no Brasil. Espera-se que os resultados desta pesquisa possam subsidiar a formulação de políticas públicas mais eficazes e sustentáveis, contribuindo para reduzir as desigualdades e garantir o direito à alimentação adequada para a população de Goiás. Trabalhos futuros poderão aprofundar a análise ao incluir a influência de fatores regionais e globais, bem como explorar a eficácia de políticas específicas adotadas em estados com dinâmicas econômicas semelhantes.

REFERÊNCIAS

- ANIBAL, Mateus. **Evolução da cesta básica em diferentes regiões brasileiras.** Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2022.
- ARANHA, João. Políticas públicas de combate à inflação no Brasil. **Revista de Ciências Econômicas**, v. 31, n. 2, p. 141-155, 2022.
- BACCARIN, José Giacomo; OLIVEIRA, Jonatan Alexandre. Inflação de alimentos no Brasil em período da pandemia da Covid 19, continuidade e mudanças. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 28, p. e021002-e021002, 2021.
- BISOGNIN, Cleber; ROSA, Glaucio Jorge Ferreira; REIS, Diego Brenner. Análise do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) por Meio de Combinações de Previsões. *In: V. 5, N. 5: V Simpósio Nacional de Engenharia de Produção*. 2023.
- BRASIL. Decreto nº 11.936, de 6 de março de 2024. **Altera a composição da cesta básica nacional.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 6 mar. 2024.
- BRAZ, André. Inflação: as muitas histórias refletidas nos índices de preços. **Revista Conjuntura Econômica**, v. 76, n. 10, p. 52-55, 2022.
- BRIGNANI, Eduardo Saraiva de Oliveira. **A Importância da Redução da Carga Tributária na Cesta Básica para o Aumento do Poder de Compra das Famílias Brasileiras.** Monografia (Graduação) — Universidade Federal de Minas Gerais, 2023.
- BURIGO, Mariana. **O impacto do preço dos alimentos na cesta básica no estado de Goiás.** Universidade Estadual de Goiás, 2020.
- CARVALHO, Valdeir da Silva. **A influência da inflação na economia brasileira.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Goiás, 2021.
- CIRINO, Jader Fernandes. Índice de preços ao consumidor em Viçosa-MG: resultados da pesquisa de orçamentos familiares 2019/2020. **Oikos: Família e Sociedade em Debate**, v. 32, n. 1, p. 213-244, 2021.
- CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. Norma da Organização da CONAB (NOC): **Metodologia de Pesquisa e Formação de Preços**. 20.604. Disponível: <https://www.conab.gov.br/institucional/normativos/normas-da-organizacao#planejamento>. Acesso em: 24 mar. 2024.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Produtos 360**. Disponível em: <https://portaldeinformacoes.conab.gov.br/produtos-360.html>. Acesso em: 14 out. 2024.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Sistema de preços agrícolas**. Disponível em: <https://sisdep.conab.gov.br/precosiagroweb/>. Acesso em: 03 abr. 2024.

DOMINGUES, Luciano. Produção e consumo local de alimentos: novas abordagens e perspectivas para as políticas públicas. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, 2023.

FARIAS, Roberta. Índice de preços ao consumidor em Viçosa-MG. **Revista Brasileira de Economia Aplicada**, v. 28, n. 4, p. 85-92, 2022.

FERREIRA, Alberes Sousa; COELHO, Alexandre Bragança. O papel dos preços e do dispêndio no consumo de alimentos orgânicos e convencionais no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 4, p. 625-640, 2017.

FORNAZIER, Armando; BELIK, Walter. Produção e consumo local de alimentos: novas abordagens e perspectivas para as políticas públicas. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 20, n. 2, p. 204-218, 2013.

FURLAN, Amanda Cesta. **A eficácia da política monetária à luz do comportamento dos componentes do IPCA**: análise da experiência brasileira entre 2015 e 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia. Campinas, SP: [s.n.], 2023.

GONÇALVES, Alex Silva; FARIAS, Giácomo Tenório. Os Mecanismos que Viabilizam a Aplicação do Princípio da Capacidade Contributiva na Cesta Básica. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 11, p. 22190-22210, 2023.

GOVERNO DO ESTADO DE GOIÁS. **Instrução Normativa nº 394/99-GSF**, de 29 de outubro de 1999. Publicada no DOE de 05.11.99. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Preços - Índices de Preços ao Consumidor - IPCA**. Fascículo Indicadores IBGE. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Preços_Indices_de_Precos_ao_Consumidor/IPCA/Fasciculo_Indicadores_IBGE/. Acesso em: 25 abr. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Índice **Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

LIMA, Mateus Aníbal de. **Inflação de alimentos no Brasil em período da pandemia da Covid-19**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

MENDES, Kimberly Amoras. **Fatores que influenciam na demanda e na oferta de alimentos orgânicos em Belém/PA**. 42 f. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Zootecnia) - Universidade Federal Rural da Amazônia, Tomé Açú, 2022.

MORAIS, Manuela Saker; CAMPELO FILHO, Mussoline Batista; SOUSA, Paulo Phitágoras Rodrigues. Tributação Indireta e a Capacidade Contributiva: Estudo sobre o Impacto na Cesta Básica. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 11, p. 22190-22210, 2023.

RETAMIRO, William *et al.* Políticas de transferência de renda e a tributação da cesta básica: uma análise crítica da necessidade do programa bolsa família ante a eventual isenção tributária da cesta básica. **Southern California interdisciplinary law journal**, v. 1, p. 23, 2018.

ROSA, Glaucio Jorge Ferreira; REIS, Diego Brenner Dos; BISOGNIN, Cleber. Análise do índice de preços ao consumidor amplo (IPCA) por meio de combinações de previsões. In: V SIMPÓSIO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2023, Dourados. **Anais** [...]. Dourados: Universidade Federal da Grande Dourados, 2023.

SAATH, Kleverton Clovis de Oliveira; FACHINELLO, Arlei Luiz. Crescimento da demanda mundial de alimentos e restrições do fator terra no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 56, p. 195-212, 2018.

SILVA, Alex Gonçalves; ARAÚJO, Dylvan Castro de; FARIAS, Giácomo Tenório; LEAL, Janaine Marques. Os Mecanismos que Possibilitam a Aplicação do Princípio da Capacidade Contributiva à Tributação Indireta Incidente sobre os Gêneros Alimentícios da Cesta Básica. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 11, p. 22190-22210, 2023.

SILVA, Amanda de Souza. **Impactos do ICMS na cesta básica**. Monografia (Graduação em Economia) – Universidade Federal de Goiás, 2022.

SILVA, José Roberto da; SOUZA, Ana Paula da; SOUZA NETO, Miguel Xavier de. O Tributo ICMS na Cesta Básica: Contribuições para Formação de Cidadão Matematicizado. In: X Encontro Nacional de Educação Matemática, 2010, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: UPE, 2010.

VIEIRA, Patrícia Araújo; PIMENTA, Daiana Paula; CRUZ, Alethéia Ferreira da; SOUZA, Eliane Moreira Sá de. Efeitos do programa de Nota Fiscal eletrônica sobre o aumento da arrecadação do Estado. **Revista de Administração Pública**, v. 53, n. 2, p. 481-491, 2019.

SOBRE OS ORGANIZADORES E AS ORGANIZADORAS

Jesiel Souza Silva

Pós-Doutor pelo Departamento de Produção Vegetal da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz - ESALQ/USP. Doutor em Geografia, Mestre em Agroecologia e Desenvolvimento Rural, Especialista em Gestão e Manejo Ambiental em Sistemas Agrícolas, Bacharel em Geografia, Licenciado em Geografia e Gestor de Cidades Inteligentes e Sustentáveis. É docente do Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde, na área de Gestão do Agronegócio, Geografia e Extensão Rural. Docente Permanente dos Programas de Pós-Graduação stricto sensu em Educação Profissional e Tecnológica (IFGoiano - Campus Ceres) e Profissional em Administração (IFGoiano - Campus Rio Verde) e do Programa de Pós-Graduação lato sensu em Formação de Professores e Práticas Educativas (IFGoiano - Campus Rio Verde).

E-mail: jesiel.souza@ifgoiano.edu.br

Frankcione Borges de Almeida

Doutora em Ciências Ambientais, Mestra em Agronegócio e Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade de Rio Verde. É Professora Efetiva do Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde e tem experiência na área de Administração, com ênfase em Controladoria, atuando principalmente com as seguintes linhas de pesquisa: Finanças, Controle de Custos de Produção, Agricultura Familiar e Políticas Públicas; Desenvolvimento Rural, Sustentabilidade e Meio Ambiente.

E-mail: frankcione.almeida@ifgoiano.edu.br

Tânia Márcia de Freitas

Pós-doutora pela Universidade de São Paulo, Doutora em Administração, Mestra em Desenvolvimento Regional pela UNIALFA, Especialista em Gerenciamento Empresarial e Financeiro, graduada em Administração e em Letras - Português e Inglês (licenciatura e bacharel). É administradora do Instituto Federal Goiano. Atua como docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração do Campus Rio Verde. Trabalha com a linha de pesquisa de Gestão Estratégica e Regionalidade. Participa dos grupos de pesquisa: Instrumentos para análise e avaliação de projetos e políticas públicas e Estudos em perspectiva local/regional/territorial: desenvolvimento, governo, política urbana, política pública, governança, educação e engajamento cidadão. Atuação nos seguintes temas: políticas públicas, economia solidária, empreendedorismo, gerenciamento e conflitos, desenvolvimento local e regional.

E-mail: tania.marcia@ifgoiano.edu.br

SUMÁRIO

Jean Marc Nacife

Pós-Doutor em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Goiás (PPGADM/UFG). Doutor em Ciências Agrária, Mestre em Direção e Administração de Empresas, Especialista em Gestão de Micro e Pequenas Empresas e Bacharel em Administração. Foi delegado do CRA/GO, eleito por 2 mandatos para a função de Conselheiro Estadual no Conselho Regional de Administração de Goiás (CRA/GO) ocupando os cargos de Vice-presidente da Comissão de Tomada de Contas, Ouvidor Institucional, Presidente da Comissão de Formação Profissional por 3 mandatos, Diretor de Registro/Fiscalização e 2 vezes Vice-Presidente da Instituição. Foi parecerista dos Cursos de Administração no Estado de Goiás pelo Convênio CFA/ MEC. Está no Banco Nacional de Avaliador dos Cursos de Administração pelo INEP/MEC. É Professor Efetivo no Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde. Autor de livros, produções técnicas no campo de Tecnologia da Informação com desenvolvimento de softwares para ambiente web e possui processos de patentes tecnológicas no INPI.

Ítalo José Bastos Guimarães

Pós-doutor em Ciência da Informação (UFPB), Doutor e Mestre em Ciência da Informação (UFPB), MBA em Gestão Empresarial e Logística. Pós-graduação Lato Sensu em Docência para a Educação Profissional e Tecnológica. Graduação em Administração (UFPB). Professor do Instituto Federal Goiano (IF Goiano). Docente permanente do Mestrado Profissional em Administração do IF Goiano - Rio Verde.

E-mail: italo.guimaraes@ifgoiano.edu.br

SOBRE OS AUTORES E COAUTORES

Adriano Aparecido da Silva

Mestre em Educação para Ciências e Matemática do IFG - Câmpus Jataí. Atualmente é servidor do quadro efetivo da Secretária de Educação do Estado de Goiás e do Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde. Atua como Tradutor Intérprete da Libras / Língua Portuguesa (TILSP) na Educação Básica. Vice-Coordenador do Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE) do IFGoiano - Campus Rio Verde. Possui Licenciatura em Letras - Português/Inglês pela Universidade de Rio Verde e em Pedagogia pelo Centro Universitário Unifacvest. Especialização em LIBRAS - Formação de Recursos Humanos para o Atendimento Inclusivo pela Faculdade Delta. Especialização em Educação Especial na Perspectiva do Atendimento Educacional Especializado (AEE) pela Faculdade Delta. Especialização em Práticas Docentes e Gestão na Educação Básica pela Faculdade Almeida Rodrigues (FAR). Especialização em Formação Pedagógica na Educação Profissional, Científica e Tecnológica pelo IFGoiano. Técnico em Serviços Públicos. Aprovado no Exame Nacional de Certificação de Proficiência em Tradução e Interpretação da Libras / Língua Portuguesa - PROLIBRAS 2010.

E-mail: adriano.aparecido@ifgoiano.edu.br

Cássia da Silva Castro Arantes

Possui graduação em administração de empresas (2010), mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (2016) e doutorado em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás (2023). Atualmente é professor efetivo do Instituto Federal Goiano. Tem experiência na área de Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: controle da produção, qualidade, inserção profissionais.

E-mail: cassia.arantes@ifgoiano.edu.br

Emival da Cunha Ribeiro - Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (Regional Jataí). Licenciado em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atualmente é professor do Instituto Federal Goiano (IF Goiano). Tem experiência na área de Geografia e Sociologia com ênfase em Cidadania e Mundo Rural.

E-mail: emival.ribeiro@ifgoiano.edu.br

Felipe Alves de Sousa

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Goiano Campus Rio Verde.

E-mail: felipe.sousa@estudante.ifgoiano.edu.br

Francisco da Chaga Lima

Mestrando em Administração (Agronegócio) pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde. Graduado em Ciências Contábeis pela Associação de Ensino Unificado do DF (1999), Contador do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária desde 2005.

E-mail: fchagalima@gmail.com

João José Sousa Guimarães

Pós-graduando em Contabilidade, Auditoria e Controladoria pela Uninter. Bacharel em Administração pelo Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde (2024).

E-mail: jjsguimaraes20@gmail.com

José Eduardo Cardoso Ataiades

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Goiano Campus Rio Verde.

E-mail: jcardosoataides@gmail.com

Julia Gabriele Abelar Santana

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Goiano Campus Rio Verde.

E-mail: jabelarsantana@gmail.com

Liedson Marques de Souza

Mestrando pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Pós-graduando (*Lato Sensu*) em Gestão Estratégica de Negócios pelo Instituto Federal do Sul de Minas Gerais. Bacharel em Administração pelo IF Goiano (2024).

E-mail: liedsonmarquessz@gmail.com

Karen Machado Borges

Mestranda em Administração (Agronegócio) pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde. Especialista em Gestão da Avaliação Psicológica pela Faculdade Albert Einstein (2018). Graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Goiás (2012). Gestora de Gestão de Pessoas no Sicoob Credi-Rural (desde 2024). Professora Universitária na Universidade de Rio Verde (UniRV) desde 2025.

E-mail: machadopsi22@gmail.com

Mara Lúcia Barbosa dos Santos

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Goiano Campus Rio Verde.

E-mail: marabarbosasantos4@gmail.com

Marcella Bueno de Oliveira

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde (2025). Técnica Contábil pelo Instituto Federal Goiano - Campus Rio Verde (2016). Analista de Produto em Desenvolvimento de Sistemas na Aliare desde 2015.

E-mail: marcella.must@gmail.com

Márcio da Silva Oliveira

Mestrando em Administração Profissional pela IFGoiano de Rio Verde, Goiás, com ampla experiência em gestão comercial, inteligência de mercado e estratégias gerenciais. Atualmente, ocupa o cargo de Gerente de Negócios na Claro Brasil, onde exerce forte liderança, tomada de decisões estratégicas e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Pós-Graduação em MBA em Gestão Comercial e Inteligência de Mercado em andamento pela Faculdade do Grupo UNIASSELVI, FAMESUL, e Pós-Graduação em MBA em Gestão Empresarial com Ênfase em Estratégias Gerenciais pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás, PUC GOIÁS. Graduado em Administração pela Universidade de Rio Verde, FESURV.

E-mail: marciomsoadm@gmail.com

Rafael Crisóstomo Alves

Doutor em Controladoria e Contabilidade, pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP), da Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Administração, pelo Centro Universitário Alves Faria (UniALFA). Especialista em Auditoria, Controladoria e Gestão de Tributos, pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO). Especialista em Formação Pedagógica para a Educação Profissional, Científica e Tecnológica, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano. Graduado em Ciências Contábeis, pela Universidade de Rio Verde (UniRV).

E-mail: rafael.alves@ifgoiano.edu.br

Raquel dos Santos Canella

Mestranda em Administração pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde (PPGADM). Pós-graduanda (*Lato Sensu*) em Gestão Pública pela Universidade Federal de Goiás e em Docência na Educação Profissional e Tecnológica pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde. Bacharel em Administração pela PUC Goiás (2005). Professora do Ensino Básico Técnico e Tecnológico, do Instituto Federal Goiano – Campus Ipameri.

E-mail: raquelcanella@live.com

Ryan Zanderson Nogueira Duarte

Graduado em Administração pelo Instituto Federal de Goiás – Campus Rio Verde.

E-mail: ryan.zanderson@estudante.ifgoiano.edu.br

Sara Elisabete Rosa de Andrade

Graduada em Administração pelo Instituto Federal de Goiás – Campus Rio Verde.

E-mail: sara.elisabeterosa@gmail.com

Simone Sousa Guimarães

Mestranda em Administração pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde (PPGADM), Especialista em Formação Pedagógica para Educação Profissional, Científica e Tecnológica pelo Instituto Federal Goiano (2021) e em Gestão Pública pelas Faculdades Integradas de Jacarepaguá - FIJ (2009), Bacharel Administração pela Universidade de Rio Verde (1992), Técnica Administrativa do Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde.

E-mail: simone.guimaraes@ifgoiano.edu.br

Sinara Sousa Cardoso

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde.

E-mail: sinarasousacardoso7@gmail.com

Wellington Jesus Santos Cabral

Bacharel em Administração pelo Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde.

E-mail: wellingtonjsc@gmail.com

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 11, 14, 15, 91, 96, 97, 183, 184, 186, 189, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 198, 200, 203, 229, 230, 231, 232, 258, 295, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367

agricultores 17, 19, 21, 22, 24, 29, 31, 32, 34, 35, 40, 41, 99, 100, 256, 257, 328, 330

Agricultura 10, 16, 17, 18, 19, 23, 24, 28, 30, 39, 41, 42, 43, 44, 255, 262, 329, 362

Agricultura Familiar 10, 16, 17, 18, 19, 23, 24, 28, 30, 39, 41, 42, 43, 44, 255, 329, 362

Agronegócio 27, 122, 255, 362, 364, 365

agropecuária 17, 25, 27, 28, 30, 31, 99, 122, 218, 219, 252

alimentação 11, 143, 146, 148, 149, 150, 157, 159, 171, 180, 182, 328, 335, 358

B

Banco Central 18, 27, 37, 38, 39, 41, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 243, 247, 248, 323, 327

Bolsa Família 318, 322, 326, 329, 352, 357

C

Comunicação 56

comunidade 14, 176, 185, 188, 192, 243, 256

créditos de carbono 12, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 269, 270, 271, 275, 276, 279, 280, 281, 282, 284, 286, 287, 288, 289, 290, 291

crise econômica 28, 128, 129, 132, 135, 136, 323, 330, 331

cultivo de eucalipto 262, 263, 272, 276, 278, 279, 286, 288

D

desemprego 131, 135, 136, 244, 294

E

economia 17, 21, 76, 105, 106, 113, 119, 120, 122, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140,

142, 144, 149, 206, 222, 223, 224, 225, 226, 246, 251, 259, 262, 263, 268, 270, 271, 277, 281, 290, 315, 319, 322, 323, 326, 327, 351, 357, 359, 362

economia regional 113, 206, 222, 259, 277

educação inclusiva 189, 198

empreendedorismo 12, 89, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 232, 362

Empresas 65, 66, 69, 86, 121, 209, 302, 363

estudantes 14, 15, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 225

Exportação 352

F

franquias 11, 143, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 170, 171, 172, 173, 178, 179, 180, 182, 183

G

globalização 126, 136, 140, 321

Goiás 10, 12, 13, 16, 17, 18, 19, 25, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 44, 100, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 122, 186, 190, 191, 203, 204, 205, 206, 209, 210, 211, 212, 214, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 230, 232, 251, 261, 262, 263, 266, 267, 275, 276, 277, 278, 279, 281, 288, 290, 291, 292, 316, 317, 318, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 342, 345, 347, 348, 352, 356, 357, 358, 359, 361, 363, 364, 365, 366, 367

I

IBGE 17, 18, 24, 31, 32, 35, 41, 43, 99, 107, 116, 118, 122, 128, 142, 205, 211, 221, 223, 230, 262, 275, 276, 277, 281, 291, 294, 323, 325, 327, 332, 333, 334, 335, 340, 347, 360

impactos ambientais 104, 120, 272, 274, 280, 290

indústria 20, 26, 46, 104, 105, 112, 115, 122, 218, 219, 279

industrialização 20, 21, 28, 102, 103, 251

inflação 26, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 152, 317, 318, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 332, 333, 334, 335, 337, 338, 340, 341, 342, 343, 345, 346, 349, 351, 352, 353, 355, 356, 357, 359

Intérpretes 185, 203

L

Libras 185, 186, 187, 188, 189, 193, 194, 196, 197, 199, 200, 202, 203, 364

Liderança feminina 10, 45, 61, 62, 63

língua de sinais 185, 187, 188, 189

M

marketing 81, 146, 147, 151, 154, 157, 159, 169, 170, 173, 178, 180, 181, 226, 299

meio ambiente 280

mercado de alimentos 120, 317, 318, 319, 322, 325, 327, 328, 339, 348

mercado de trabalho 76, 77, 79, 82, 86, 87, 89, 95, 96, 101, 115, 135, 192, 205, 207, 215, 222, 225, 226

mudanças climáticas 261, 262, 263, 264, 265, 267, 268, 269, 272, 277, 278, 279, 281, 284, 285, 286, 288, 291, 324

P

pandemia 126, 128, 130, 132, 135, 138, 139, 140, 141, 148, 207, 211, 218, 221, 294, 313, 315, 317, 322, 324, 325, 327, 329, 331, 340, 342, 343, 348, 349, 351, 352, 353, 355, 357, 359, 361

pesquisa 14, 15, 17, 18, 43, 48, 59, 60, 63, 68, 69, 70, 72, 77, 78, 95, 96, 97, 100, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 119, 121, 122, 127, 146, 157, 160, 161, 174, 182, 183, 185, 186, 190, 193, 198, 206, 207, 208, 209, 211, 224, 226, 227,

230, 231, 235, 236, 237, 251, 254, 258, 259, 274, 275, 288, 289, 291, 292, 295, 304, 313, 314, 317, 318, 332, 335, 358, 359, 362

plantio 25, 261, 262, 272, 273, 274, 275, 277, 279, 280, 287, 288, 290

política monetária 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 326, 327, 347, 360

políticas públicas 23, 43, 96, 101, 105, 120, 197, 201, 206, 214, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 263, 271, 274, 288, 289, 317, 318, 319, 322, 327, 329, 331, 332, 334, 338, 343, 344, 346, 347, 350, 351, 356, 357, 358, 360, 362

PRONAF 10, 16, 36, 38, 39, 41, 43, 329, 338

R

reforma agrária 22, 23, 24, 42, 43

S

Selic 125, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 323, 327

setor de alimentos 144, 149, 150, 151, 153, 324, 325, 326, 327

subsistência 22, 23, 99, 321

T

tecnologia 21, 26, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 54, 57, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 120, 319

Trabalhadores 22, 42

Tradutor 194, 364

turnover 10, 75, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 95, 96, 97

www.PIMENTACULTURAL.com

DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS EM ADMINISTRAÇÃO

Descobertas e Reflexões
de Pesquisas Acadêmicas



INSTITUTO FEDERAL
Goiano
Campus Rio Verde

