



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



TOMADA DE DECISÃO DE COMPRA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS: ESTUDO DE CASO DA FEIRA DE AGROPECUÁRIA DE SANTA MARIA/RS¹

Márcio Marcelo Gross - Graduando em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Maria/UFSM/RS. E-mail: marcio-gross@hotmail.com.

Bárbara Zen - Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Maria/UFSM/RS. E-mail: brbr.zen@gmail.com.

Maykell Leite da Costa - Mestrando em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria/UFSM/RS. E-mail: maykellcosta@gmail.com.

Andréa Cristina Dörr - Professora Adjunta no Departamento de Economia da Universidade Federal de Santa Maria/UFSM/RS. Doutora em Economia. E-mail: andreadoerr@yahoo.com.br.

RESUMO

O trabalho objetiva identificar os fatores que influenciam a tomada de decisão da compra de máquinas agrícolas pelos produtores rurais na Feira Agropecuária de Santa Maria/RS (Expofeira), identificando esses fatores busca-se auxiliar as empresas que poderão suprir com maior eficiência as demandas dos consumidores. Tomou-se como referência teórica a escola francesa para tomada de decisão. Foram realizadas entrevistas diretas aos produtores rurais de forma aleatória na Expofeira, pelos membros do Grupo de Pesquisa em Agronegócio da UFSM. Os resultados do trabalho mostram que os quesitos que mais influenciam a compra de máquinas agrícolas são a facilidade operacional, o valor de revenda e a confiança na marca. A opinião de amigos e parentes possui a mesma importância que alternativas de financiamento público. Os fatores que apresentaram as menores influências na compra são o financiamento privado, a recomendação técnica, o design da máquina e a propaganda. Ressalta-se a importância das máquinas na atividade agrícola, porém as empresas que realizam altos investimentos em propaganda e design não são levadas muito em consideração pelos produtores rurais no momento da compra do implemento. Verificou-se durante as entrevistas, que a recomendação técnica não influencia de maneira significativa a decisão de compra por parte dos agricultores. Marcas tradicionais levam vantagens na venda de seus produtos, pela

¹ Projeto de Pesquisa realizado pelo Grupo de Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



credibilidade que conquistam frente aos produtores. A facilidade operacional é um pré-requisito essencial na opinião dos entrevistados, devendo ser enfatizada pelas empresas na hora da venda.

Palavras chave: Tomada de Decisão; Compra de Máquinas Agrícolas; Perfil econômico.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia tem desempenhado um papel muito importante nos meios produtivos desde a revolução industrial. Seu uso não ocorre apenas na indústria, mas também no meio rural, onde o seu uso vem se intensificando nas últimas décadas. Segundo Guimarães (1982), a expansão industrial foi um fator propulsor da substituição dos métodos tradicionais na agricultura por um cenário onde a tecnologia aparece com papel de destaque. Citam-se vários motivos que levam ao uso de maquinário na agricultura, entre eles, a facilidade de manejo, a padronização dos serviços realizados, a facilidade de realizar serviços que demandariam grande porção de mão-de-obra, economias de escala, entre outros.

No Brasil, a partir da década de 1950, a agricultura passou por um período de modernização (Silva,1996). Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ), o segmento da indústria que produz máquinas e implementos agrícolas registrou em setembro de 2010 um faturamento nominal de R\$ 727,5 milhões, valor que mostra expansão de 2,4% em relação a agosto (R\$ 710,6 milhões). Sobre os R\$ 630,7 milhões de setembro de 2009, o faturamento do segmento cresceu 15,3% e no acumulado de janeiro a setembro, o faturamento nominal desse segmento da indústria foi de R\$ 5,671 bilhões, valor que supera em 35,2% os R\$ 4,194 bilhões dos primeiros nove meses de 2009.

A opção por restringir o estudo a Feira Agropecuária de Santa Maria (Expofeira) deve-se a sua importância no agronegócio gaúcho e ao seu destaque regional. A feira é a maior do COREDE Central, a que pertence Santa Maria e mais 18 municípios. O COREDE Central possui uma área de 12.402,6 km² e uma população de 391.651 habitantes (FEE, 2011).

Frente a essa questão, depara-se com o problema da presente pesquisa: o que leva o agricultor a tomar a decisão de comprar uma máquina? Alguns dos fatores que podem



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



influenciar essa decisão são: o preço, a forma de financiamento, a marca, as vantagens de sua utilização, entre outros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a análise dos objetivos propostos, tomou-se como referência teórica a escola francesa na tomada de decisão. A seguir, encontram-se a explicitação de determinada teoria e suas fundamentações.

2.1 Tomada de Decisão

Deve-se conhecer primeiramente o contexto das organizações para que sejam feitas a conceituação e caracterização da tomada de decisão (TROIAN et al. 2009). O conceito de tomada de decisão para Simon (1979, p.16 *apud* TROIAN et al. 2009) é:

As decisões são algo mais do que simples proposições factuais. Para ser mais preciso, elas são descrições de um futuro estado de coisas, podendo essa descrição ser verdadeira ou falsa, num sentido empírico. Por outro lado, elas possuem, também, uma qualidade imperativa, pois selecionam um estado de coisas futuro em detrimento de outro, e orientam o comportamento rumo à alternativa escolhida.

Apesar de os indivíduos buscarem maximizar o prazer (VARIAN, 2006) e ser racionais (PINDYCK & RUBINFELD, 2010), por ser um processo complexo estão submetidos a limitações (TROIAN, 2009). A racionalidade pode ser limitada devido à falta de conhecimentos ou então pela falta de capacidade na obtenção de conhecimento a respeito das coisas. As causas podem ser oriundas do desconhecimento de alternativas e suas consequências e, de fatores exógenos incertos (SIMON, 1979 *apud* TROIAN et al. 2009).

Oliveira & Pereira (2008) afirmam que a racionalidade limitada considera o aspecto humano e organizacional de acordo com as dificuldades e vulnerabilidades. Os atributos na tomada de decisão influenciam as compras dos consumidores, sendo Kaspary (2009, p.2) um dos autores que fazem a conceituação desses atributos:

Os atributos são características influenciadoras no comportamento do consumidor, devido os clientes viverem em um mercado, seus atos de compra são por ele influenciados, sendo atingidos também



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



pelas modificações sofridas. No entanto, as peculiaridades culturais, sociais, pessoais e psicológicas do meio em que o indivíduo convive afetam seu estilo de consumo.

Vários autores citados por Kaspary (2009) afirmam que os produtos possuem atributos (concretos e abstratos) que através do consumo geram consequências (funcionais ou psicológicas) na satisfação de valores, que podem ser terminais ou instrumentais.

Na agricultura percebe-se uma maior complexidade na tomada de decisão. O que se deve, muitas vezes, ao fato de ser o conhecimento dos agricultores baseado em experiências próprias, no senso comum. Conferindo-lhe uma racionalidade própria influenciada pelo ambiente em que vive, tendo influências culturais, sociais, religiosas, econômicas, políticas e institucionais (LIMA et al. 2005).

Pesquisadores como Contini et al. (1984 *apud* TROIAN et al. 2009) destacam a relevância da tomada de decisão para o agricultor bem como suas grandes consequências para o mesmo. Por exemplo, deixar de plantar um determinado produto ou comprar determinada máquina terá um grande impacto na renda e no orçamento.

O risco envolvido na tomada de decisão também é maior para o agricultor, por ele depender de fatores exógenos que estão totalmente fora do seu controle, como as intempéries climáticas. É necessário um planejamento adequado e correto das perspectivas do futuro para não se incorrer em decisões equivocadas e que venham a trazer consequências prejudiciais para o agricultor, como o endividamento agrícola. O seguro agrícola é uma alternativa contra intempéries climáticas, sendo que todos esses fatores tornam ainda mais complexos e arriscados a tomada de decisão pelo agricultor.

Troian et al. (2009) destaca que a tomada de decisão, dependendo da sua finalidade, pode ser classificada em três tipos: estratégica, tática e operacional:

O nível estratégico engloba a definição de objetivos, política e critérios gerais para planejar o curso da organização com o propósito de desenvolver estratégias para que a organização seja capaz de atingir seus objetivos macro. *O nível tático*, normalmente está relacionado a controle administrativo e são utilizadas para decidir sobre as operações de controle e formulação de novas regras de decisão. *O nível operacional* é o processo pelo qual assegura-se que as atividades operacionais serão bem desenvolvidas pela utilização



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



de procedimentos e regras pré-estabelecidas de decisões (TROIAN et al. 2009, p.7).

Para os agricultores as decisões “são basicamente orientadas por seus objetivos estratégicos e dependentes das potencialidades e limitações de sua situação” (TROIAN et al. 2009, p.7). O conhecimento profissional adquirido ao longo do tempo pelo indivíduo também coopera na tomada de decisão (Oliveira & Pereira, 2008). A falta de registros contábeis que gerariam informações importantes na tomada de decisão contribui para uma racionalidade limitada. Os instrumentos contábeis de registro são pouco utilizados dependendo do porte econômico dos agricultores analisados (Callado & Callado, 2005 *apud* Oliveira & Pereira 2008).

A Tecnologia da Informação (TI), através da informática e de softwares é mais uma ferramenta na geração de informações aos agricultores (PADOVEZE, 2004 *apud* Oliveira & Pereira, 2008), sendo conseqüente o aumento de possibilidades adequadas de se fazer uma boa compra ou negócio. Santos, Marion & Segatti (2002, p. 162 *apud* Oliveira & Pereira, 2008, p. 14) observam que “o intuito de se informatizar é [...] poder tomar decisões com base em análise de dados concretos das fazendas”, porém, ainda existem muitos agricultores que tomam decisões baseadas em tradições. Contini *et al* (1984, p.12 *apud* Oliveira & Pereira, 2008, p.16) resume a tomada de decisão pelo agricultor:

A decisão do agricultor é complexa. Nela existem elementos de tradição, de aprendizado, de condições de infra-estrutura, motivos psicológicos e sociais e, principalmente, elementos econômicos de desejo de lucro. A força ou a influência dos diversos componentes da decisão depende também dos tipos de agricultores.

Em meio a toda essa dificuldade no tratamento da tomada de decisão, aliada a grande complexidade no caso de agricultores, estes buscam atingir seus objetivos com os meios disponíveis na tomada de decisões mesmo que muitas vezes não sejam decisões ótimas. As informações mostraram as possibilidades existentes a partir do estudo das conseqüências de cada alternativa, onde as decisões são tomadas, passando-se para a concretização dos fatos (OLIVEIRA & PEREIRA, 2008).



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



3. METODOLOGIA

O município de Santa Maria-RS possui uma área de 1.779,6 km² e uma população de 261.027 habitantes, sendo a cidade mais populosa da região central do estado do Rio Grande do Sul (FEE, 2011).

Em uma pesquisa de campo realizada na Feira Agropecuária de Santa Maria (Expofeira) no município de Santa Maria - RS foram entrevistados 19 produtores rurais que utilizam máquinas agrícolas. No entanto, para fins deste artigo, se analisou somente os produtores que possuem uma área cultivada maior que 100 hectares, totalizando 10 produtores, correspondentes a 53% da amostra. Tendo em vista que produtores com essa dimensão fazem uso mais intensivo de maquinário agrícola, além de maiores possibilidades e condições de aquisição das mesmas.

Vale ressaltar que não se buscou representatividade estatística da amostra, mas sim abrangência capaz de abordar a diversidade dos tipos de compradores existentes na Expofeira. Os produtores rurais foram escolhidos de forma aleatória dentre os que estavam transitando no parque de máquinas. Foram aplicados formulários semiestruturados, visando explorar as características dos produtores frente à compra de máquinas e equipamentos.

O formulário de máquinas agrícolas abordou, primeiramente, uma breve descrição do perfil da propriedade, o controle dos custos que o produtor realiza, a descrição do maquinário próprio utilizado no manejo da terra e a possibilidade de arrendamento de máquinas de terceiros ou para terceiros. Após essas perguntas passou-se a questões que buscam mensurar a relevância de cada fator na hora da compra da máquina ou equipamento que o produtor julga ser o mais importante para a sua atividade. Os fatores analisados foram: facilidade operacional, financiamento público/privado, confiança na revenda, recomendação técnica, propaganda, opinião de amigos/parentes, preço, marca e potência.

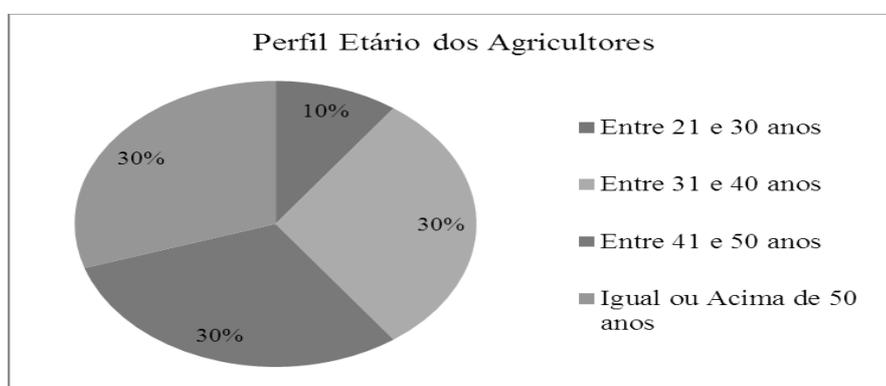
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil Socioeconômico

Os dados mostraram que 100% da população compradora de máquinas agrícolas é masculina. No que se refere à idade dos agricultores, de acordo com a Figura 1, verifica-se que 10% possui entre 21 e 30 anos e 30% de 31 a 40 anos. Já o público inserido na faixa de

41 a 50 anos, representa 30% dos respondentes e a categoria de idade igual ou acima de 51 anos, 30% do total. Isso demonstra que o público mais jovem correspondeu a menos da metade dos pesquisados, sendo a faixa etária de 31 a 40 anos a mais representativa. Esses dados mostram que o comprador de máquinas agrícolas está inserido em todas as faixas de idade, apontando para a atenção das empresas no tocante a produtos inovadores e que atendam aos anseios desse público.

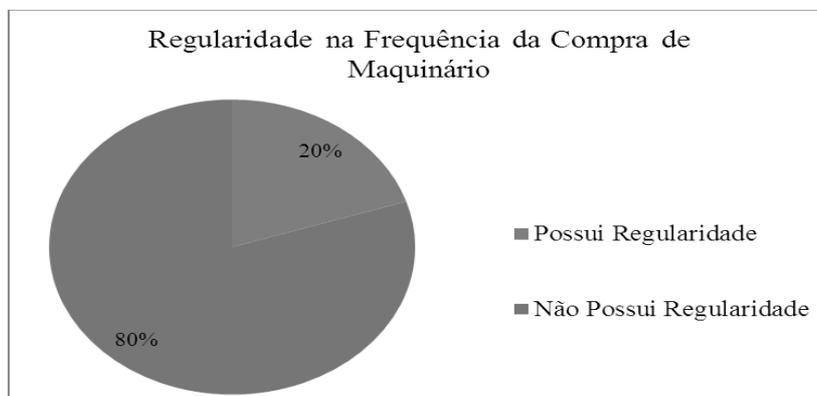
Figura 1 – Perfil etário dos agricultores entrevistados na Expofeira de Agropecuária de Santa Maria/RS.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados primários em pesquisa de campo.

Quando questionados quanto à frequência na troca de máquinas, apenas dois produtores responderam possuir certa regularidade pré-estabelecida (Figura 2). Afirmaram que buscam renovar os implementos a cada 4 ou 10 anos, dependendo dos implementos (trator, colhedora, etc). Os outros oito produtores revelaram que não possuem uma data fixa para renovação do maquinário, pois este fator depende muito da durabilidade dos implementos, que por sua vez se altera conforme a marca, a intensidade de uso e a respectiva finalidade. Relaciona-se ainda, as condições financeiras e de crédito do produtor.

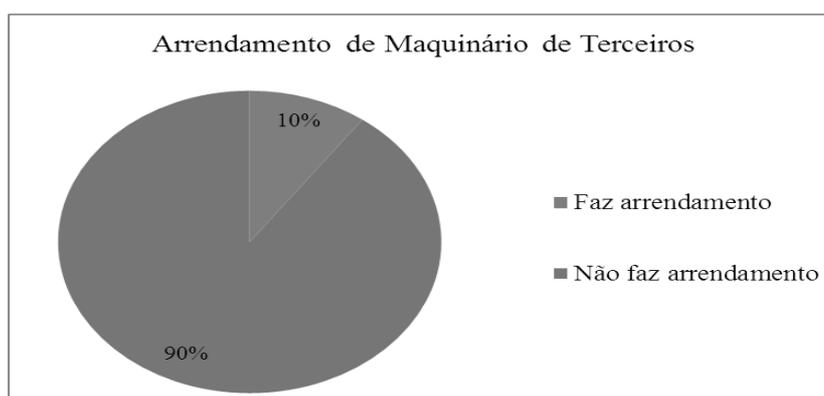
Figura 2 – Regularidade na frequência da compra de maquinário pelos entrevistados na Expofeira de Agropecuária de Santa Maria/RS.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados primários em pesquisa de campo.

Conforme a Figura 3, dentre os entrevistados apenas um revelou arrendar máquinas de terceiros para serviços próprios. Os outros afirmam não necessitarem de arrendamento de máquinas.

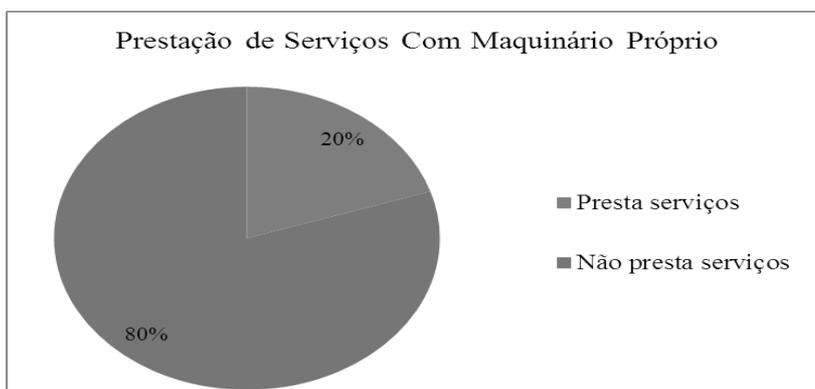
Figura 3 – Arrendamento de maquinário de terceiros para serviços próprios pelos entrevistados na Expofeira de Agropecuária de Santa Maria/RS.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados primários em pesquisa de campo.

Já de acordo com a Figura 4, em relação à prestação de serviços com seu próprio maquinário, oito afirmaram que não prestam esse tipo de serviço, e apenas dois prestam serviços a terceiros.

Figura 4 – Prestação de serviços para terceiros com maquinário pelos entrevistados na Expofeirade Agropecuária de Santa Maria/RS.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados primários em pesquisa de campo.

Os agricultores foram unânimes ao afirmar que a principal máquina utilizada em suas atividades é o trator, e também é o maquinário de maior importância, sendo o único implemento adquirido por todos os produtores. Quatro agricultores utilizam, além de suas terras, terras arrendadas de terceiros, mas o contrário não é verdadeiro. Ou seja, nenhum dos dez entrevistados arrendava terras próprias para terceiros. As culturas encontradas nas propriedades agropecuárias dos entrevistados são variadas: soja, milho, arroz, trigo e aveia, além de pequenas áreas destinadas às pastagens para o gado de leite.

4.2 Tomada de Decisão

A tomada de decisão na compra de máquinas envolve na decisão, desde princípios psicológicos, culturais e de tradição além de outros fatores como preço, marketing e opinião de terceiros. Os resultados da pesquisa mostram que a confiança na marca do maquinário é o atributo com maior peso na hora da compra.

A facilidade operacional é o segundo pré-requisito mais importante na aquisição de máquinas agrícolas. Com a facilidade operacional se economiza tempo no manejo da máquina e também na adaptação do operador de máquinas. Máquinas muito complexas dificultam o seu uso, pois a agilidade e o rendimento estão diretamente ligados à facilidade de manejo, sendo que uma dificuldade de operação comprometeria a eficiência do serviço e em consequência o rendimento do funcionário.

Tabela 1 – Influências na decisão de compra de máquinas agrícolas na Expofeira em 2010.

Fatores de decisão	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão	Média
				Notas de 0 a 10
Facilidade operacional	4,7	9,4	1,55	8,3
Financiamento público	0,5	9,6	3,10	6,3
Financiamento privado	0	9,8	4,09	3,7
Valor de revenda	2,6	10	2,10	8,0
Confiança na marca	5,2	9,8	1,39	8,6
Recomendação	0	9,2	3,92	4,3
técnica				
Design da máquina	0,4	6	2,07	3,7
Propaganda	0	9,1	3,33	3,8
Opinião de amigos	0	9,6	3,71	6,7

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados primários em pesquisa de campo.

O valor de revenda obteve uma nota de 8 numa escala que varia de 0 a 10. Este resultado confirma a importância que o preço do produto exerce sobre o consumidor, dada a sua restrição orçamentária. O preço destaca-se, pois ele mesmo afeta diretamente o seu orçamento, o que altera os rumos de todo o seu planejamento no longo prazo.

A opinião de amigos também revelou possuir grande importância na tomada de decisão do consumidor de máquinas agrícolas, obtendo uma nota de 6,7. Aqui se percebe que o meio no qual o indivíduo está inserido exerce bastante influência sobre ele. Essa influência se consorcia com a racionalidade limitada do consumidor, pois ele não possui uma simetria completa de informações. O que o leva a ser influenciado por indivíduos que talvez possuam menos conhecimento sobre o assunto do que ele mesmo, mas por uma relação de amizade e confiança acabam influenciando as suas decisões de compra.

O financiamento público atingiu nota 6,3 e o financiamento privado atingiu nota 3,7. A opção pelo financiamento público ainda faz parte da realidade de muitos produtores, apesar do crédito privado estar consolidando seu espaço no mercado. A recomendação técnica alcançou nota 4,3. Torna-se imprescindível o acesso às informações técnicas a respeito de determinado maquinário baseadas na experiência ou na opinião de pessoas próximas.

Altos investimentos e gastos vêm sendo feitos em publicidade e propaganda por todas as indústrias, inclusive nas destinadas ao meio agrícola (ABIMAQ, 2010). Embora a pesquisa revele que a propaganda não apresenta grande importância na decisão de compra, atingindo a nota de apenas 3,8. Esse resultado revela que os entrevistados durante a pesquisa não têm grande interesse na divulgação do bem. Os produtores direcionam sua



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



atenção para a necessidade real da compra do implemento e nas condições para efetivação da mesma, demonstrando que dificilmente um agricultor compraria um maquinário por catálogo ou anúncios de revistas. O design foi o atributo menos importante para o consumidor, com nota igual a 3,7. Este resultado confirma que o consumidor de máquinas agrícolas está mais interessado no desempenho do bem do que em sua aparência e forma.

5. CONCLUSÕES

Constatou-se uma predominância de determinados atributos na tomada de decisão de produtores rurais durante a Expofeira de Agropecuária realizada no município de Santa Maria-RS. Por um lado, fatores como a confiança na marca, a facilidade operacional e o valor de revenda destacam-se na tomada de decisão. Por outro lado, fatores como opinião de amigos, recomendação técnica, propaganda, design e financiamento, não exercem muita influência.

Dessa forma, conclui-se que é necessário ressaltar as vantagens para as empresas fabricantes de maquinário agrícola dos fatores como facilidade operacional, marca do implemento e o valor de revenda. Salienta-se a pequena importância das recomendações técnicas na compra de máquinas agrícolas representa o uso de sua e experiência de amigos e familiares como fatores determinantes para a compra de maquinário, não se utilizando, desta forma, de informações vindas de pessoas especializadas.

Destaca-se a importância de recomendações técnicas, uma vez que elas buscam auxiliar o produtor na condução de seus negócios, de forma que sejam tomadas as melhores escolhas possíveis dentro de suas condições e necessidades. A forma de financiamento utilizada pelos produtores deve ser mais bem analisada. Estes financiamentos são de longo prazo, e podem comprometer uma parcela da renda por um longo período. Por isso, devem-se analisar as possibilidades existentes no mercado e optar pela que mais se adapta às condições do produtor.

6. REFERÊNCIAS



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



ABIMAQ. **Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos.** Disponível em: <<http://www.abimaq.org.br>>. Acesso em: 01 nov. 2010.

FEE. **Fundação de Economia e Estatística.** Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/resumo/pg_municipios_detalhe.php?municipio=Santa+Maria>. Acesso em: 01 fev. 2011.

GUIMARÃES, A. P. **A crise agrária brasileira.** Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1979.

KASPARY, I. M. **Atributos influenciadores na decisão de compra de máquinas agrícolas: um estudo de caso junto aos agricultores da cidade de Marau/RS.** Anais do VI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende, 2009. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/artigos09/305_305_Trator_SEGET_2009.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2010.

LIMA, A. P; BASSO; N. NEUMANN, P, S.; SANTOS, A.C; MÜLLER, A. G. **Administração da unidade de produção familiar: modalidades de trabalho com agricultores.** 3 ed. Ijuí: Unijuí, 2005.

OLIVEIRA, D. DE L.; PEREIRA, S. A. **Análise do processo decisório no agronegócio: abordagem na cadeia de valor da soja.** Revista Eletrônica Gestão e Sociedade, v. 3, p. 1-24, 2008. Disponível em: <<http://www.face.ufmg.br/revista/index.php/gestaoesociedade/article/viewFile/555/535>>. Acesso em: 25 jan. 2011.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia.** 7^a ed. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

SILVA, J. G. **A nova dinâmica da agricultura brasileira.** 2 ed. rev. Campinas: UNICAMP, 1996.

TROIAN, A.; DALCIN, D.; TROIAN, A.; OLIVEIRA, S. V. de; **O Processo de tomada de decisão dos agricultores familiares produtores de uva na região serra de Rio Grande de Sul:** um estudo de caso para o município de Flores da Cunha. In: XII SEMEAD



Seminários em Administração, 2009, São Paulo. XII SEMEAD Seminários em Administração. São Paulo : XII SEMEAD, 2009. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/698.pd>>. Acesso em: 25 jan. 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa. **Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses MDT.** 6. ed. Santa Maria: UFSM, 2006. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/eco/mdt.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2011.

VARIAN, H. R. **Microeconomia:** princípios básicos. 7ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.