ARTIGOS COMPLETOS **1725**

RESUMOS DE PESQUISA **1740**

18 a 22 de outubro de 2021
Anais do ENEPE
ISSN 1677-6321

Unoeste

ARTIGOS COMPLETOS

DESAFIOS EDUCACIONAIS: ESPALHAR CONHECIMENTO E HABILIDADES POR MEIO DE NOVAS TECNOLOGIAS 1726

MUDANÇAS ESTRUTURAIS NO ENSINO SUPERIOR SERÃO ACELERADAS PELA COVID-19. 1731

DESAFIOS EDUCACIONAIS: ESPALHAR CONHECIMENTO E HABILIDADES POR MEIO DE NOVAS TECNOLOGIAS

Alexandre Godinho Bertoncello

Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Presidente Prudente, SP. E-mail: bertoncello@unoeste.br

RESUMO
Novas tecnologias na educação vêm demonstrando a possibilidade da democratização do ensino no mundo. Porém, os movimentos feitos por grandes universidades americanas não são acompanhados pelas universidades privadas no Brasil. O objetivo da pesquisa foi observar se o impacto e a comunicação externa se repetem no Brasil. Para tal a metodologia foi uma revisão bibliografia sistêmica para averiguar os conceitos de ensino e os resultados financeiros foram quantitativos com base nos balanços apresentados em bolsa. Como resultado não foi possível verificar o mesmo foco das universidades americanas e brasileiras, mas as grandes universidades brasileiras melhoraram seus resultados financeiros com o aumento do ensino a distância, somando no primeiro trimestre de 2021 uma soma de R$ 135,7 milhões. Assim conclui-se que o ensino brasileiro está aprofundando o ensino a distância, mas não da sinais aparentes de melhora no ensino.
Palavras-chaves: EAD. Universidades privadas. Ensino superior.

EDUCATIONAL CHALLENGES: SPREAD KNOWLEDGE AND SKILLS THROUGH NEW TECHNOLOGIES.

ABSTRACT
New technologies in education have demonstrated the possibility of democratizing education in the world. However, the moves made by large American universities are not followed by private universities in Brazil. The objective of the research was to observe whether the impact and external communication are repeated in Brazil. For such, the methodology was a systemic bibliography review to investigate the teaching concepts and the financial results were quantitative based on the balances presented in the stock exchange. As a result, it was not possible to verify the same focus of American and Brazilian universities, but the large Brazilian universities improved their financial results with the increase in distance education, totaling in the first quarter of 2021 a sum of R$ 135.7 million. Thus, it is concluded that Brazilian education is deepening distance education, but there are no apparent signs of improvement in teaching.
Keywords: EAD. Private universities. University education.

1) INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos estão moldando a sociedade em seus inúmeros aspectos. Assim como, a tecnologia da informação vem mudando a forma com que a informação e o conhecimento são produzidos e propagados, afetando os campos sociais, econômicos, comunicacionais e principalmente educacionais (BEHAR, 2009). E com esta base, surgem novos modelos de aprendizagem, como o Ensino a Distância (EAD).

Apesar da proposta de ensino a distância da maneira que é conhecida hoje parecer recente, segundo Tavares (2012), ao analisar o conceito por uma perspectiva histórica, não se trata de algo novo. No Brasil, o movimento iniciou com base no que estava sendo feito em outros países, por meio de correspondências, mas se adapta facilmente a tecnologias como rádio e televisão (MAIA; MATTAR, 2013). Pode-se dizer, de maneira geral, que o ensino a distância (EAD), é um modelo de aprendizagem, onde, aluno e professor estão separados geograficamente.

Portanto, essa modalidade de cursos semipresenciais ou totalmente a distância tem crescido constantemente nos últimos anos. Só em 2018, segundo a Associação Brasileira de Ensino a Distância

(ABED), o número de matrículas de cursos EAD passou de 7,7 milhões para 9,3 milhões em relação ao ano anterior, e ainda, foram abertos 3.455 novos polos de ensino no Brasil. Em contrapartida, apesar da incidência de instituições com baixa taxa de evasão terem aumentado, o mesmo censo apontou que os números ainda são altos, podendo variar de 26% até 50% em 22,2 % das instituições pesquisadas.

É notável que, os cursos EAD têm possibilitado que muitas pessoas que não teriam a oportunidade de ingressar no ensino superior, por questões geográficas ou econômicas, mas os obstáculos para essa inserção vão além disso. Existem, algumas universidades conceituadas no mundo todo que oferecem cursos on-line a distância (e-learning), mas que exigem, entre outros requisitos, a proficiência na língua do país em que a instituição está situada.

A Universidade de Harvard, por exemplo, possui cursos gratuitos na grade, os denominados Massive Open Online Courses (Mooc). Mas, segundo estudo realizado pela Education First (EF), o Brasil ocupa a 59 º colocação no índice de proficiência da língua inglesa, classificado como "proficiência muito baixa". Apenas 5 % da população do Brasil fala inglês, colocando o brasileiro em desvantagem para acesso a esses cursos.

Além disso, apesar do acesso a internet no Brasil vir aumentando, a tecnologia necessária para os cursos podem ser uma barreira para a inserção no ensino superior. Assim, instituições de ensino no país todo devem buscar estratégias para que a qualidade da aprendizagem não seja afetada nos cursos EAD.

Sabendo-se que o objeto da pesquisa representa um elemento importante na economia do país, mas que, principalmente, tem seu papel fundamental no âmbito social, visto que implica um aumento no número de pessoas e empresas que buscam na educação uma qualificação para melhorarem suas condições de trabalho em inúmeros aspectos, coloca-se em questão, como foco principal do estudo, identificar quais seriam as estratégias e barreiras para a difundir os cursos EAD e suas diferentes modalidades no Brasil.

A partir desse questionamento, os objetivos da pesquisa recaem em conceituar os termos ensino a distância (EAD) e suas modalidades, assim como estabelecer quais seriam os desafios das instituições de ensino a distância para ampliar o mercado de E-learning/EAD no Brasil, desenvolver estratégias para difundir esse mercado.

2) FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A educação e a qualidade do ensino é um dos maiores desafios do Brasil, afinal, nossa educação, segue com o score de um dos mais baixos níveis do mundo. Apesar de pautado na Constituição Federal como um direito de cada cidadão, a educação básica pode ser ainda um item escasso para uma parcela da população. Das pessoas com mais de 15 anos, 6,8% não são alfabetizados (IBGE, 2018).

O número parece baixo, mas representa 11,3 milhões de pessoas que não sabem escrever o próprio nome ou uma frase simples. Esse é o critério para estar fora do índice, que acaba destacando um outro problema grave: do analfabetismo funcional. Segundo o Indicador de Analfabetismo Funcional (INAF), são considerados desse grupo pessoas que apesar de conhecerem e entenderem os códigos ou signos, não conseguem, em níveis diferentes de capacidade, utilizar essa compreensão em tarefas simples do cotidiano, como interpretar um texto e ter pensamento crítico sobre ele (INAF, 2018).

Essa relação com a educação básica impacta em uma perspectiva futura quando se analisa o perfil dos profissionais em um contexto geral. Os números nacionais demonstram que, a taxa de ingressantes no ensino superior, apesar de crescente, ainda é preocupante, já que apenas 21% das pessoas entre 25 e 34 anos concluíram um curso superior em alguma universidade (OECD, 2019).

Acredita-se que uma das maiores dificuldade do empregador é encontrar profissionais que se adequem a determinadas funções, por ausência de mão de obra qualificada. É por isso que, cada vez mais esses profissionais buscam na graduação uma maneira de aumentar a empregabilidade e obter vantagens perante o mercado de trabalho, e muitas vezes optam pelo ensino a distância (EAD), a partir de uma série de fatores que podem incluir seus custos mais baixos e a flexibilidade dos horários.

Esses cursos são oferecidos por inúmeras instituições de ensino espalhadas pelo país, e apesar de seu longo histórico, sua definição foi oficializada em 2005, a partir de um decreto do Governo Federal que caracterizava suas especificidades. (BRASIL, 2005). Dentre outras questões abordadas nesse decreto, podemos destacar que o mesmo foi de grande importância para a disseminação do EAD pois os certificados

e diplomas concedidos a partir desses cursos e aqueles emitidos por faculdades regulares com cursos presenciais, passaram a ter valores equivalentes.

Nesse mesmo ano, foi criada a Universidade Aberta do Brasil (UAB), uma organização que apoia e fomenta de instituições públicas no que se diz respeito aos cursos EAD (MEC, 2005). O objetivo era tornar possível a integração de pessoas em pequenas cidades do interior dos estados com um ensino superior de qualidade, sem se deslocar para os grandes centros.

Além do Ensino a distância (EAD) existe outra modalidade de cursos não-presenciais denominada *Massive Open Online Courses* (*MOOCs*). Diferentes de outros tipos de EAD, os MOOCs são livres para qualquer pessoa que queira ingressar, não possuindo nenhum pré-requisito obrigatório (DE SOUZA; FIGUEREDO CYPRIANO, 2016). A palavra "*Massive*" traduzida para o português – massivo, deixa claro seu objetivo principal: atingir um número alto de pessoas

O termo *e-learning* (aprendizagem eletrônica) tem ganhado maior destaque desde que a demanda de cursos online aumentou. As universidades passaram a destinar mais recursos para os Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) e buscaram alternativas para tornar esse tipo de ensino mais eficiente e satisfatório. A grande disseminação dos dispositivos que possibilitam o acesso dos materiais, como, vídeos, textos, imagens, áudios entre outros recursos, possibilitaram que o aprendizado ultrapassasse as barreiras geográficas estabelecidas entre estudante e professor (AL-FRAIHAT; JOY; SINCLAIR, 2020).

É de caráter irrefutável quando mencionado o papel da tecnologia no processo de aprendizagem. A *internet* por exemplo, se tornou um dos maiores aliados das universidades. Entretanto, tais modelos ainda estão longe de substituir totalmente o antigo e tradicional sistema. (OLIVEIRA, 2019). A verdade é que apesar dos esforços e do leque de possibilidades tecnológicas para auxiliar as plataformas EAD estar cada vez mais amplo, esses cursos encontram ainda algumas barreiras para sua difusão

Este estudo busca analisar de maneira abrangente o aspecto econômico que envolve o mercado E-learning, com EAD e MOOCs, com base em índices financeiros Lucratividade, tamanho do mercado e oportunidades, das principais empresas que oferecem esses cursos no Brasil, a fim de analisar sua viabilidade econômica atual.

O lucro presumido é um modelo de tributação simplificada do Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas (IRPJ) e Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL). (CALLEFI et al., 2018). Essa ferramenta é fundamental para avaliar a qualidade do investimento.

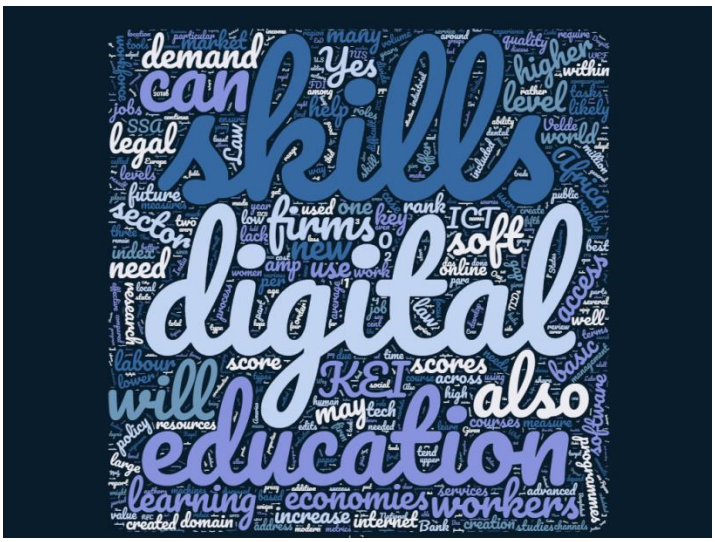
3) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O processo investigatório desta pesquisa contou com duas fases distintas; a primeira uma revisão bibliografia sistêmica (CONFORTO, AMARAL, & SILVA, 2011) e (VILELAS, 2009) com 4 filtros:

No primeiro, explorou, em uma revisão de literatura de trabalhos publicados em 2019 sobre o tema em 4 universidades; Harvard; MIT; Oxford e USP. Com uma nuvem de palavras foi identificado as palavras chaves do trabalho.

Dos 39 trabalhos observados, encontrou-se entre as palavras mais relevantes aquelas repetidas com maior frequência são elas; skills (258), digital (161), countries (138), training (120), knowledge (98), education (95), development (88), TVET (80), can (76), economy (73), also (58), data e will (55), technology (54) e developing (51).

Figura 1. Nuvens de palavras da revisão de literatura.



Fonte: Elaborada pelos autores.

Na segunda fase, foram feitas buscas na base de dados do Portal Periódicos da CAPES (CAPES/MEC, 2017), com as palavras-chave encontradas.

Na terceira etapa, os artigos encontrados foram selecionados por nível de relevância do método do Portal CAPES e Science Direct, data cronológica, e foram eliminados trabalhos com mais de 10 anos. Os trabalhos selecionados foram usados como base teórica para conceituar os termos do ensino a distância.

A segunda fase da pesquisa contou com a análise dos balanços das 4 maiores universidades brasileiras contadas em bolsa: Estácio (YDUQ3) Ser Educacional (SEER3), Anima Educação (ANIM3) e Cogna Educação (COGN3), para verificar a lucratividade destas empresas.

4) RESULTADOS E DISCUSSÕES

O levantamento teórico feito nas universidades mais relevantes como; Harvard; MIT; Oxford e USP. Observa-se a preocupação com a qualidade da mensagem e do método de ensino, palavras como; habilidades *skills* (258); digital (161); países *countries* (138); treinamento *training* (120); conhecimento *knowledge* (98); e educação *education* (95), foram citadas centenas de vezes nas experiências com o uso de novas ferramentas digitais, podendo assim, deixar claro que a busca pela qualidade na transmissão de conhecimento é um fato.

Ao mesmo tempo, as grandes universidades privadas no Brasil; Estácio (YDUQ3) Ser Educacional (SEER3), Anima Educação (ANIM3) e Cogna Educação (COGN3), apesar de serem protagonistas no ensino a distância com centenas de milhares de estudantes, os seus planos de ensino e suas propagandas valorizam a facilidade de estudar a distância e baixos preços e diversas formas de pagamento, evidenciando uma possível mercantilização do ensino a distância.

Apesar do provável menosprezo com o padrão e objetivo da qualidade, os resultados financeiros da somados no primeiro trimestre de 2021 chegaram a R$ 135,7 milhões apesar da pandemia e da queda do número de alunos. Sendo Estácio (YDUQ3) R$ 43 milhões, Ser Educacional (SEER3) R$ 30 milhões, Anima Educação (ANIM3) R$ 56,3 milhões, e Cogna Educação (COGN3) R$ 6,4 milhões.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que os ideais de democratização do ensino e conhecimento feito por várias ferramentas e tecnologia são um caminho possível e está em curso em várias partes do mundo.

Porém, no Brasil ainda não é possível verificar este movimento entre os grandes players do ensino, o único movimento de mercado verificado foi o aumento expressivo do ensino a distância comparando a alunos presenciais, e a manutenção dos lucros em todas as grandes empresas.

Naturalmente a pandemia pode ter causado distorções de mercado e de comportamento dos alunos, assim a suposta ausência de qualidade pode ser questionada pelos egressos e alunos quando se observar o retorno gradual a normalidade, por este motivo, acredita-se ser importante aprofundar em trabalhos futuros nos efeitos colaterais da rápida adesão ao ensino a distância no Brasil.

REFERÊNCIAS

AÇÃO EDUCATIVA; INSTITUTO PAULO MONTENEGRO. Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf): **INAF BRASIL 2018. Resultados preliminares.** São Paulo. 2018. Disponível em: https://drive.google.com/open?id=1ez-6jrlrRRUm9JJ3MkwxEUffltjCTEI6

BEHAR, P. A.; (orgs.). **MODELOS PEDAGOGICOS DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA** [recurso eletrônico] – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

CALLEFI, J. S. et al. Palavras-chave: Fibra Orgânica. Serragem. **Viabilidade Econômica. Contenção de hidrocarbonetos**. 1. p. 201–206, 2018. https://doi.org/10.17058/tecnolog.v22i2.11519

Censo EAD.BR: **RELATÓRIO ANALITICO DA APRENDIZGEM A DISTÂNCIA NO BRASIL 2018**. Censo EAD.BR: **analytic report of distance learning in Brazil 2018** [livro eletrônico] /[organização] ABED – Associação Brasileira de Educação a Distância. Camila Rosa (tradutora). Curitiba: Inter Saberes, 2019.

DE SOUZA, R.; FIGUEREDO CYPRIANO, E. MOOC: uma alternativa contemporânea para o ensino de astronomia **MOOC: an alternative for contemporary astronomy education.** n. 1, p. 65–80, 2016. https://doi.org/10.1590/1516-731320160010005

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**, 2º trimestre, 2018. ibge.gov.br/estatisticas/sociais/educacao/17270-pnad-continua.html?edicao=24772&t=downloads

Ferreira, R.G. **Matemática Financeira Aplicada: Mercado de Capitais, Análise de Investimentos, Finanças Pessoais.** São Paulo; Atlas, 2014.

MAIA, C; MATTAR, J., **ABC DA EAD: EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA HOJE.** 1° ed. São Paulo. Pearson. 2013.

OECD (2019), **Education at a Glance 2019: OECD Indicators**, OECD Publishing, Paris, http://www.oecd.org/education/education-at-a-glance/EAG2019_CN_BRA.pdf

TAVARES V de L, GONÇALVES AL. **GESTÃO DA EAD NO BRASIL**. Rev. G&S [Internet]. 28º de julho de 2017 [citado 3º de dezembro de 2019];3(1):1251-65, 2012 Disponível em https://periodicos.unb.br/index.php/rgs/article/view/157. https://doi.org/10.18673/gs.v3i1.14049

MUDANÇAS ESTRUTURAIS NO ENSINO SUPERIOR SERÃO ACELERADAS PELA COVID-19.

Alexandre Godinho Bertoncello

Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Presidente Prudente, SP. E-mail: bertoncello@unoeste.br

RESUMO
A política implementada para combater a nova pandemia de coronavírus, mudou o comportamento social e impactou fortemente o ensino superior no Brasil. As universidades públicas e privadas foram afetadas em suas receitas e dentro de seus modelos de negócios. A pesquisa buscou alternativas para universidades públicas e privadas em busca de aumento de alunos, redução de custos operacionais e melhoria da qualidade do ensino. Observou-se que uma das formas é a internacionalização da educação utilizando a oportunidade de mercado dos países africanos de língua portuguesa. Entre os cinco países, três têm janelas de oportunidades reais e também ficou evidente que já existe legislação para operacionalizar parcerias e investimentos. Como resultado, pode-se dizer que, além dos ganhos institucionais, as sociedades envolvidas podem ter ganhos socioculturais e uma aproximação necessária entre países com a mesma língua materna.
Palavras-chave: Países Lusófonos, Brasil, África

STRUCTURAL CHANGES IN HIGHER EDUCATION WILL BE ACCELERATED BY COVID-19.

ABSTRACT
The policy implemented to combat the new Coronavirus pandemic, changed social behavior and strongly impacted higher education in Brazil. Public and private universities were affected in their revenues and within their business models. The research sought alternatives for public and private universities in search of increasing students, reducing operating costs and improving the quality of teaching. It was observed that one of the ways is the internationalization of education using the market opportunity of the Portuguese speaking African countries. Among the five countries, three have windows of real opportunities and it was also evident that legislation already exists to operationalize partnerships and investments. As a result, it can be said that in addition to institutional gains, the societies involved may have socio-cultural gains and a necessary approximation between countries with the same mother language.
Keywords: Portuguese-speaking countries, Brazil, Africa.

INTRODUÇÃO

A restrição de circulação de pessoas causada pelo cenário imposto pelo novo Coronavírus, modificou de forma relevante a interação entre pessoas, a relação das trocas voluntárias feitas pelo mercado, e ao mesmo tempo, o Estado teve suas contas modificadas estruturalmente, com uma forte queda na arrecadação e aumento significativo das despesas correntes.

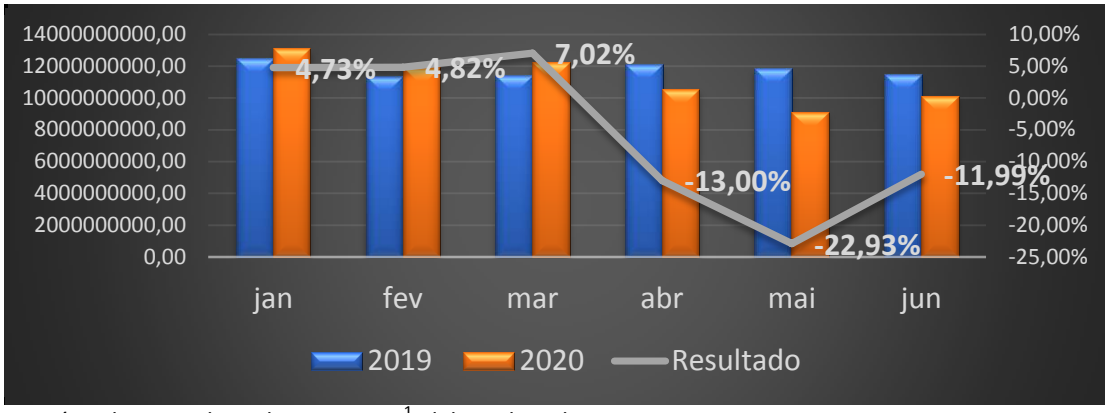
O Decreto 64.880 de 20 de março 2020 do Governo de São Paulo, deu inicio a esta nova realidade, desde então, busca-se a restrição de circulação de pessoas, as creches, escolas e universidades foram fechadas, além determinar a restrição de funcionamento de inúmeros departamentos públicos, tendo como finalidade a diminuição da circulação de pessoas em todas as atividades do setor público e na interação com a sociedade.

As trocas voluntárias feitas no mercado caíram significativamente desde então, a atividade econômica medida pelo Índice de Gerentes de Compras (PMI, Purchasing Managers Index), aponta para uma queda significativa no Brasil, saímos do índice 50,4 em fevereiro para 38,3 pontos em junho. Segundo Bertoncello (2020) a quarentena traz muitas dúvidas e desafios, porém, tem uma consequência concreta, a recessão econômica.

O decreto de calamidade pública estabelecido, possibilita ao Estado não cumprir metas fiscais no ano de exercício do ano de 2020, ele não impede o aumento de despesas, ao contrário estimula o endividamento estatual e com a queda da arrecadação causada pela paralização pode, vis-à-vis, diminuir o poder de ação do Estado de São Paulo.

A arrecadação do Estado de São Paulo caiu significativamente no segundo trimestre de 2020 segundo o relatório da Fazenda do Estado de São Paulo (2020), indica que a queda será progressivamente mais relevante caso continue a paralização por mais tempo.

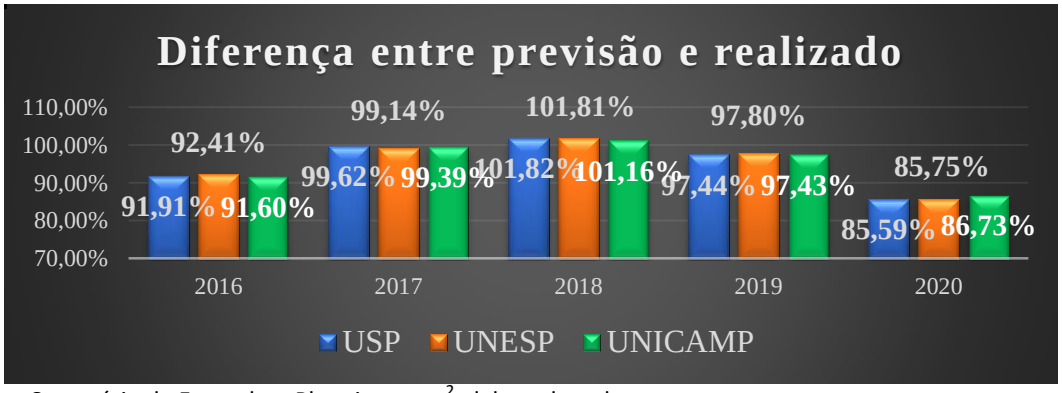
Gráfico 1. Arrecadação de ICMS do Estado de São Paulo.



Fonte: Secretária da Fazendo e Planejamento[1] elaborado pelos autores.

O fator de arrecadação de ICMS é relevante para todos, mas para as 3 grandes Universidades Paulistas; USP; UNICAMP e UNESP; ainda mais, desde 1995 a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) determinou o percentual do repasse do governo com base no ICMS em aproximadamente 9,57% da arrecadação. Para as universidades estatuais os primeiros 6 meses do ano de 2020, tivemos a pior relação entre a previsão de repasse e o realizado efetivamente, neste período tivemos uma queda de aproximadamente 15% dos recursos.

Gráfico 2. Diferença entre previsão e o repasse realizado



Fonte: Secretária da Fazendo e Planejamento[2] elaborado pelos autores.

As universidades privadas também estão sofrendo fortemente com as regras necessárias para combater a pandemia, a mudança das aulas presenciais para as aulas remotas mudou completamente o *status quo*, e passamos a ter duas realidades a evasão dos discentes por inúmeros motivos e por outro lado, a adaptação de uma parcela dos alunos atuais com o modelo remoto e estes vem demonstrando o interesse de permanecer nesta modalidade.

A evasão pode estar relacionada a vários fatores onde os mais relevantes são; a queda da renda dos trabalhadores brasileiros, em 9% em 2020, segundo o IBGE, ainda segundo o instituto a ausência de infraestrutura nos lares, 25% dos brasileiros não tem acesso a internet e um número ainda menor tem

[1] https://portal.fazenda.sp.gov.br/acessoinformacao/Paginas/Relatórios-da-Receita-Tributária.aspx
[2] https://portal.fazenda.sp.gov.br/acessoinformacao/Paginas/Relatórios-da-Receita-Tributária.aspx

acesso a banda larga, o desemprego que atingiu 13 milhões de brasileiros e entre os jovens é de 27% da sua população (IBGE,2020).

Ao mesmo tempo, os alunos que se adaptaram ao modelo, pedem para a suas universidades descontos nas mensalidades, diminuindo a projeção de faturamento delas. E aparentemente as instituições mais adaptadas ao sistema remoto ou EAD, estão ganhando mercado e se valorizando. Na B3 enquanto a Ânima (ANIM3) e SER (SEER3) que tem grande parte da sua atividade na presencialidade perderam valor na crise e ainda não se recuperaram, a Cogna (COGN3), que tem o EAD como base das suas atividades esta próxima dos valores pré-crise da COVID-19.

Tabela 1. Valor das ações de empresas de educação na B3.

Ações	Fevereiro	Março	Julho	Diferença R$	Diferença %
ANIM3	R$ 39,90	R$ 16,85	R$ 22,23	R$ -17,67	-44,29
SEER3	R$ 34,16	R$ 13,78	R$ 16,05	R$ -18,11	-46,98
COGN3	R$ 12,67	R$ 3,87	R$ 8,88	R$ -3,78	-29,86

Fonte: B3 adaptado pelos autores.

Desta forma, espera-se que todos os players da educação tenham que se adaptar e reduzir seus custos fixos, melhorar a qualidade das aulas remotas, e aumentar as bases educacionais, seja em relação ao número de cursos ou a quantidade de alunos nesta modalidade. Este trabalho busca apontar estas soluções, resolvendo a aparente dicotomia entre qualidade, custo e modalidade de ensino.

MÉTODO E PROCESSO

Existem duas formas de reduzir custos fixos, ou diminuindo seus valores, ou aumentando a escala e assim os custos fixos são diluídos, porém é notório que uma instituição de ensino tem como principal custo seus professores e a qualidade do ensino esta intimamente ligada quantidade de alunos que cada docente auxilia, afinal em classes com mais alunos o ensino torna-se mais mecanizado e em classes com um numero reduzido de discentes o atendimentos é personalizado e pode melhorar a qualidade do ensino. Entre as três universidades públicas o gasto com os colaboradores ultrapassa 85% da receita (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA ESTADUAL, 2020) enquanto nas empresas listadas na B3 o gasto com colaboradores representa em média 54%, de qualquer forma nos dois universos, público ou privado, o pagamento relacionado com os colaboradores tem o maior peso nas contas das instituições de ensino.

Aumentar a base de alunos e ganhar escala no Brasil, neste momento histórico, é um desafio, afinal o mercado doméstico está próximo do fechamento da janela demográfica, aumentar a internacionalização seria outra alternativa, mas na grande maioria de instituições públicas e privadas temos professores e alunos que na sua maioria não dominam um segundo idioma, desta forma provavelmente nossas aulas permaneceram sendo feitas em português.

Uma janela demográfica produz um bônus de produção, em um determinado momento histórico temos a grande maioria da população em idade produtiva, maiores de 16 e menores de 65, ele ocorre pela melhoria da qualidade de vida e diminuição nos números de filhos por mulher fértil, neste momento países enriquecem e após o bônus demográfico sua população envelhece (MAY; TURBAT, 2016). Cálculos do IBGE (2020), apontam que no Brasil a janela demográfica abriu em 2000 e deve fechar em 2030, e nossa população deve começar a diminuir em 2050.

Países que tem a linha portuguesa como idioma oficial tem a mesma dificuldade de internacionalização que o Brasil, principalmente os do continente africano subsaariano, porém estes países lusófonos estão em um outro momento histórico. Apesar de terem a colonização portuguesas como história comum, os 5 países de língua portuguesas; Angola; Cabo Verde; Guine Bissau; Moçambique; e São Tomé e Príncipe, tem apenas outra característica comum, todos estão prestes a abrir suas janelas demográficas.

Outro fato relevante no contexto atual é a existência de um organismo internacional criado em 1995 que aproxima todos os países lusófonos, a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) produziu inúmeros acordos, apesar de termos como referência a reforma ortográfica que unificou e contribuiu para unir novamente forma de aprendizagem e a unicidade do idioma (MARQUES; SILVA, 2012).

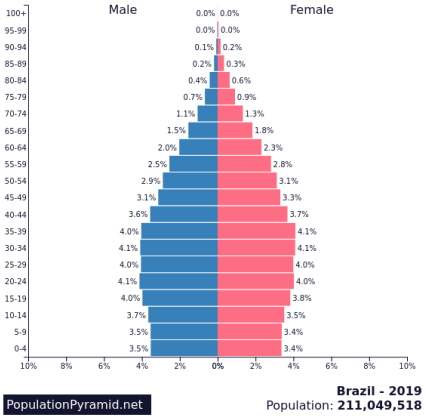
Para as universidades o Acordo de Cooperação entre Instituições de Ensino Superior dos Países Membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa em 1998, é muito relevante e pouco utilizado, já é possível trabalhos cooperados, reconhecimento, intercâmbios entre outros. Utilizando o cenário atual é possível verificar que existe uma oportunidade para as universidades brasileiras em duas frentes distintas, a primeira no aumento da base de estudantes de forma muito parecida com a do Brasil dos anos 90s onde estávamos modernizando nossa sociedade para iniciar o processo de acesso ao ensino médio (BARRETTO; MITRULIS, 2001) que posteriormente tornou-se a base para o crescimento da população universitária.

Ao mesmo tempo, é possível imaginar que acordos com professores dos países africanos podem trazer benefícios culturais, financeiros e educacionais para as universidades e seus discentes, enriquecendo a cultura e diminuindo o racismo, a redução dos custos operacionais no Brasil ao mesmo tempo, abre um mercado nos países parceiros, e por fim, possibilitaria o aumento da visão global para todos os stakeholders.

DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

No Brasil tempos o fechamento da janela demográfica em 10 anos, atualmente segundo o World Bank (2020), o número de jovens com idade de entrar no curso superior esta estável há 20 anos e inicia seu declínio em 4 anos, entre os jovens de 17/18 anos 80,27% deles chegam a concluir o ensino médio, este número esta estável no mesmo período.

Gráfico 3. Pirâmide demográfica Brasil.



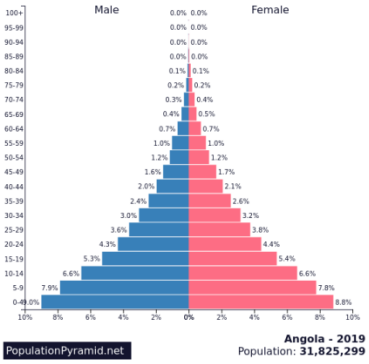
Fonte: World Bank data.

Esta situação é diferente nos 5 países africanos de língua portuguesa.

Angola atualmente tem 31 milhões de habitantes, com uma renda per capital próxima de 45% da brasileira, mas cresceu 8% ao ano nos últimos 10 anos, o acesso a internet ainda é muito ruim atinge 15% da população (WORLD BANK, 2020), e cresce em uma taxa de 10% ao ano, e a taxa bruta de matrícula para o ensino médio é de 50,67% e seu crescimento é tímido 1,3% ao ano (UNESCO, 2020).

Projeta-se que a janela demográfica abrirá em 2040, este momento demográfico é parecido com o Brasil em 2000. Mas já nos próximos 9 anos a população idade de entrar em universidades que tenha concluído o ensino médio, sairá de 2,7 milhões de pessoas para 3,8 milhões de pessoas ao ano. Outro fato relevante é, que segundo o Ministério da Educação Angolano, Angola conta atualmente com 17 universidades (7 estatais e 10 privadas), 19 institutos superiores (7 estatais e 12 privados) e 2 escolas superiores autônomas (ambas estatais).

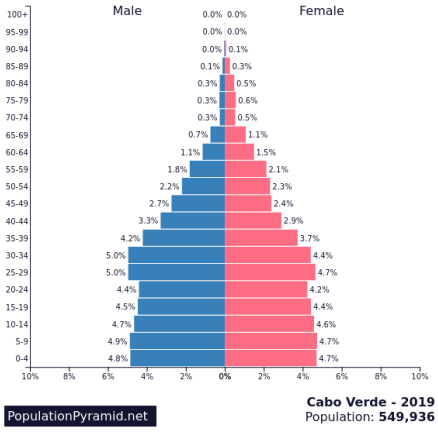
Gráfico 4. Pirâmide demográfica Angola.



Fonte: World Bank data.

Cabo verde por sua vez, tem uma população relativamente pequena, pouco mais de 500 mil habitantes o acesso a internet é de 60% da população (WORLD BANK, 2020), e a taxa de concluinte do ensino médio é de 70% dos jovens em idade de 17/18 anos, a janela demográfica do país abriu como no Brasil em 2000, mas por conta da fonte migratória deve permanecer aberta por 50 anos (UNESCO, 2020). Atualmente o país tem 10 universidades privadas e 1 pública para sua população.

Gráfico 5. Pirâmide demográfica Cabo Verde.

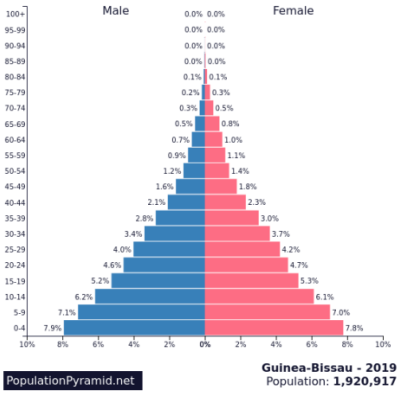


Fonte: World Bank data.

Guine Bissau, ao contrário de Cabo Verde tem realidade constrangedora para a humanidade, com um dos piores IDH do mundo, os quase 2 milhões de habitantes tem uma renda per capita de USD 724,00 um percentual de 34% dos jovens entre 17/18 anos termina o ensino médio (UNESCO, 2020), pouco mais de 3% da população tem acesso a internet e quase 50% da população adulta é analfabeta (WORLD BANK, 2020).

A janela demográfica do país estima-se que abrirá em 2050, mas os relatórios da Unesco, e o Word Bank relatam a dificuldade de aferir dados do país, pela ausência de dados nacionais oficiais. Em pesquisa livre na internet foi possível identificar uma universidade pública e uma privada em Guine Bissau.

Gráfico 6. Pirâmide demográfica Guiné-Bissau

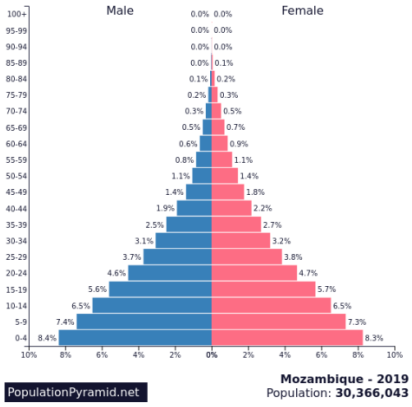


Fonte: World Bank data.

Moçambique tem a população parecida com a de Angola, pouco mais de 30 milhões de pessoas os outros índices de desenvolvimento humano são inferiores, 10% da população com acesso a internet, apesar do crescimento de 30% ao ano (WORLD BANK, 2020), outro dado preocupando é o percentual de concluintes do ensino médio em idade adequada, apenas 34%, e o percentual esta estável nos últimos 5 anos (UNESCO, 2020).

A taxa de natalidade de Moçambique é a maior entre todos os países estudados e mesmo que o percentual de concluintes do ensino médio permaneça o mesmo, nas próximas duas décadas o número de alunos aptos a entrar no ensino superior será de 6 milhões de alunos. E calcula-se que a janela demográfica abrirá entre 2045 e 2050.

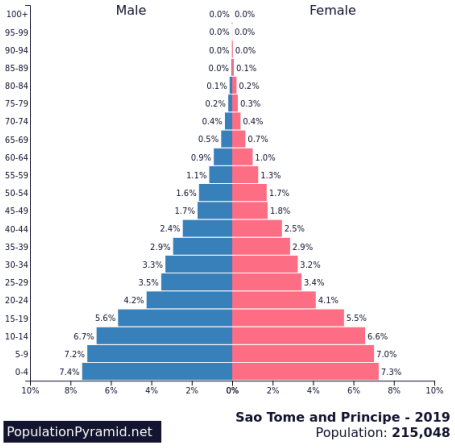
Gráfico 7. Pirâmide demográfica Moçambique.



Fonte: World Bank data.

Nossa última análise é de São Tomé e Príncipe, este país tem a menor quantidade de habitantes, aproximadamente 200 mil, 1/3 destes habitantes tem acesso a internet, este número cresceu em 100% nos últimos 2 anos (WORLD BANK, 2020), e estima-se que deva dobrar em 5 anos, 90% das crianças terminam o ensino médio em idade adequada e a janela demográfica do país abre entre 2030 e 2040 segundo o UNESCO (2020). Na ilha existe duas universidades uma pública e outra privada.

Gráfico 12. Pirâmide demográfica São Tomé e Príncipe.



Fonte: World Bank data.

INTERVENÇÃO PROPOSTA

Cada instituição educacional tem sua missão, “desenvolver a sociedade”, “garantir o acesso ao curso superior”, mas ficou claro que a viabilidade econômica de instituições públicas e privadas foram colocados a prova, com a pandemia do novo Coronavírus. Ao mesmo tempo, existe uma janela de oportunidade criada pelo uso da língua comum, e o estágio civilizatório dos países estudados.

Se internacionalização para as universidades brasileiras é um obstáculo pela dificuldade linguística, para que docentes e discentes, lecionem ou assistam aulas feitas em inglês, e alunos e professores estrangeiros também sofrem para participar de aulas em português. Este fato cria um nicho para os players de língua portuguesa, esta oportunidade já foi percebida pela Universidade Aberta de Portugal, onde observa-se que 82% dos formandos de 2019 não eram portugueses.

A árvore de decisão montada para determinar a atratividade dos países foi dividida em duas visões o tamanho do mercado e a maturidade ou seu estágio civilizatório análise mais atrativa

Tabela 2. Tabela de atratividade dos países.

Países	População milhões	Acesso internet	Universidades pública/privada	Taxa de jovens ensino médio	Janela demográfica
Angola	30,770	14%	16/22	50,67%	2040
Cabo Verde	0,560	58%	1/9	69,28%	2000
Guine Bissau	1,907	3,93%	1/1	34,16%	2050
Moçambique	30,550	10%	15/32	35,4%	2050
São Tomé e Príncipe	0,208	30%	1/1	89,3%	2030

Fonte: World Bank e Unesco adaptado pelos autores.

Com o levantamento de dados macroeconômicos, foi descartado a pesquisa em Guine Bissau por considerar que o ambiente não tinha condições mínimas de desenvolvimento baixo acesso a internet, poucas universidades, e baixa taxa de concluintes no ensino médio em idade adequada, e a Ilha de São Tomé e Príncipe por apresentar a menor população e apenas duas universidades. Afinal a busca na redução dos custos fixos se da no aumento do número de estudantes ou na redução dos custos operacionais.

Para verificar a possibilidade de interações entre os mercados africanos e brasileiro foi feito o levantamento dos custos operacionais de professores universitários em países africanos e no Brasil, assim como o preço médio de alguns cursos nos mesmos países, esta análise quantitativa, não considerou as questões qualitativas.

Comparou-se os salários dos professores pelo site www.salaryexplorer.com sempre buscando o item professores universitários e fazendo a conversão pelo dólar comercial nominal do dia cinco de junho de 2020, com o câmbio a R$ 4,97, novamente considerou-se a questão quantitativa, pois em outro momento poderia verificar com o valor do dólar PPP anual para analisar rendimentos e recompensas locais.

Tabela 3. Comparação entre salário de professores

Países	Percentual do salário médio no Brasil
Angola	20,47%
Cabo Verde	126%
Moçambique	55,37%

Fonte: Salayexplorer.com adaptado pelos autores.

Buscou-se também o valor dos cursos em universidades privadas para verificar a competitividade das universidades brasileira, para esta comparação foi levantado o preço dos cursos de uma Universidade do Interior de São Paulo com os cursos nos países 3 países, foram contatadas 30 instituições sendo 15 em Moçambique, 11 em Angola e 4 e Cabo Verde.

Obteve-se respostas de 7 instituições sendo 3 em Angola, 2 em Cabo Verde e 2 em Moçambique, destas foram coletadas informações de 23 cursos em Angola, 21 Cursos em Cabo Verde e 14 cursos de Moçambique, e assim estabeleceu-se o critério salarial de cada país e os valores dos cursos e considerando um peso salarial como observado por Lewis (1954) no modelo dualista para observar vantagens competitivas de empresas em relação ao capital e trabalho.

Desta forma, usou-se uma escala Likert com os seguintes valores: Todos os cursos que apresentavam relação de custos superiores a 110% do Brasil, demonstrou que somos muito competitivos, aqueles que estavam entre 109% e 90% demonstravam competitivos, aqueles com relação de 89% e 70% posição neutra, os com relação de 69% a 50% com baixa competitividade e abaixo de 50% sem competitividade.

Tabela 4. Competitividade dos cursos brasileiros.

Países	Muito competitivos	Competitivos	Neutro	Baixa competitividade	Nenhuma competitividade
Angola	18	4	1	0	0
Cabo Verde	0	1	6	5	9
Moçambique	0	5	4	3	2

Fonte: Pesquisado pelos autores

Da mesma forma que os outros métodos, considerou-se apenas valores quantitativos, porém observa-se a possibilidade de agregar valor em cursos brasileiros ligados a agronomia, medicinas tropicais, odontologia, entre outros.

RESULTADOS

A evidente mudança da sociedade pós pandemia da COVID-19, vai obrigar as instituições de ensino a reduzirem seus custos aumentarem suas atividades remotas e melhorarem a qualidade do ensino e aprendizagem, este desafio pode ser conquistado, com a internacionalização das instituições de forma rápida e eficiente.

Esta melhora da eficiência virá da aplicação da estratégia local com a oportunidades internacional, as universidades podem trabalhar com três frontes específicos que os atuais acordos internacionais já possibilitam.

Aumentar a escala investindo em países que a janela demográfica ainda não abriu, e os cursos demonstram alta competitividade, com é o caso de Angola: Buscar professores e tutores, que já trabalham em instituições de ensino e tem salários nominais inferiores ao prático no Brasil, é possível verificar esta oportunidade em Angola e Moçambique: Buscar índices de internacionalização, troca de experiência entre professores e alunos, neste ponto Cabo Verde aparentemente é um mercado mais maduro.

Independente da estratégia a aproximação com os países africanos também abre oportunidades de financiamentos internacionais promovidos por inúmeros instituições internacionais como a FAO, ONU, World Bank entre outras.

CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA-SOCIAL

A implementação das estratégias propostas alcança outro fato relevante, o aumento da ligação entre estes países pode contribuir para o melhor conhecimento das culturas locais e para corroborar com o

fim, ou pelo menos, a diminuição do racismo histórico cultural, para a troca de informações comerciais e assim promover a aproximação das nações e aumento do conhecimento mútuo e desenvolvimento intelectual de povos com a mesma linha materna.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, E. S. S.; MITRULIS E.; Trajetória e Desafios dos Ciclos Escolares no País. **Estudos Avançados** Vol.15 N. 42 http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142001000200003 2001.

COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA **CPLP** c2020 página inicial disponível em: <https://www.cplp.org> acesso em 5 março de 2020.

FAZENDA DO ESTADO DE SÃO PAULO **Portal da Fazendo** pagina inicial disponível em: <https://portal.fazenda.sp.gov.br/acessoinformacao/Paginas/Relatórios-da-Receita-Tributária.aspx> acesso 20 de julho de 2020.

IBGE **Dados PNDA** 2020, pagina inicial disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?=&t=o-que-e> acesso em 16 de junho de 2020.

LEWIS, W. A. Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. **The Manchester School.** Vol. 22, p. 139–91, 1954. Disponível em: https://la.utexas.edu/users/hcleaver/368/368lewistable.pdf Acesso em julho de 2020. https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1954.tb00021.x

MARQUES, D. L; SILVA, A. P. S.; OrtograFixe – Um Jogo Para Apoiar o Ensino-aprendizagem das Regras da Nova Reforma Ortográfica. Anais dos Workshops do **I Congresso Brasileiro de Informática na Educação CBIE** http://dx.doi.org/10.5753/cbie.wcbie.2012.%25p 2012.

MAY, J. F; TURBAT, V.; The Demographic Dividend in Sub-Saharan Africa: two issues that need more attention. **Journal of Demographic Economics** Vol. 83 Iss1, p. 77-84 doi:10.1017/dem.2016.21 2016. https://doi.org/10.1017/dem.2016.21

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA **Transparência São Paulo** 2020, pagina inicial disponível em: <http://www.transparencia.sp.gov.br> acesso em 15 de julho 2020.

UNESCO **Sustainable Develoment Goals** 2020, página inicial disponível em: <http://data.uis.unesco.org> acesso em 01 julho 2020.

WORLD BANK **World Bank data** 2020, página inicial disponível em: <https://data.worldbank.org> acesso em 4 de julho 2020.

RESUMOS DE PESQUISA

HOW CULTURE IMPACTS PERFORMANCE: A TOYOTA CASE STUDY 1741

MARKET EXPANSION STRATEGIES: THE IKEA WAY OF DOING BUSINESS..... 1742

TIM HORTONS AND 3G: A CASE STUDY ON THE RECENT DECLINE OF A TRADITIONAL CANADIAN BUSINESS 1743

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral on-line

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
Ciências Sociais Aplicadas
Administração

HOW CULTURE IMPACTS PERFORMANCE: A TOYOTA CASE STUDY

RAFAEL MEDEIROS HESPANHOL

toyota is known for its quality products. The company's numbers are impressive, and so does its problems. Due to the 8.5 million cars and trucks recalled between 2009 and 2010, plus the recalls previously done between 2005 and 2006, the long-term effects Toyota could face are proportionally high. This research goal was to understand how cultural issues impacted the problems that Toyota faced in its recent history, considering that we are dealing with a global company. Data, documents and declarations from the company were used as a base to the analysis conducted regarding the cultural differences impact at Toyota's performance. The organizational structure (Pyramid Organization) was not effective as it should have been in Toyota. As any decision made by the management had first to go through Tokyo management, it took a long time to get an approval if they got one at all. The same situation happened between the manager in Japan and America, regarding the miscommunication of the complains. During the facts that occured, Toyota had multiple managers from Europe, United States, China, Japan, and others, struggling to communicate, and failing to pass on important data and complaints about the issues that clients and departments reported since 2002, had a big impact. If Toyota had assertive communication between branches all around the world, it could have helped them to detect and correct the technical issue in accelerator and brakes on time or even helped them to respond to customers worries and questions faster. One of the reasons that the Toyota`s CEO was slow to talk to the public, was the lack of awareness. It took longer for management to realize, accept, and deal with the quality issues they were having they were having than the market itself, fact that a delayed response to the public. Other than that, they had internal conflicts, beside of knowing the problem. Because of that, they were not be able to give a public response since they didn`t know the causes of the issue. Without the causes, they couldn't have a possible solution, as well as a plan to make changes or solution happen. Therefore, Toyota had to fix their internal conflicts to be able to completely see the problem and develop an action plan to go public.

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral on-line

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
Ciências Sociais Aplicadas
Administração

MARKET EXPANSION STRATEGIES: THE IKEA WAY OF DOING BUSINESS

RAFAEL MEDEIROS HESPANHOL

IKEA is a furnishing, furniture, and home decoration multinational company, that once started as a door-to-door business, back in 1943, and expanded from a poor country as Sweden in 1950 to 318 stores worldwide in 2015 (Kindel, 1997). Ingvar Kamprad, founder of IKEA, had the idea to make good looking, quality, and non-expensive designed products, available for everyone, and until now that is the value offered by IKEA stores: affordable well-designed furniture. The goal is to evaluate the market expansion approach taken by IKEA. It was analyzed the history of IKEA using the theories of market expansion from Business Administration. By focusing on PRICE, which became the key element for Kamprad to establish his empire, IKEA was able to add value by making affordable products easy to assemble. With this, they added their customer as a part of the chain, reducing production and distribution costs. IKEA was not afraid to use less quality material in production to keep their main promise, but still provided a good quality finished product regarding the sale price. Crosswise the timeline of this company, we can see how they took advantage of a new market and the high and low moments of the furnishing industry. For instance, when the Scandinavian design became popular, IKEA innovated with their own furnishings. As a response of the still high-priced Scandinavian design and with the vision of doing business across the borders, they started their first business strategy, RTA (Ready to Assemble). This strategy not only helped them cutting costs, but also gave them their competitive advantage. IKEA success is due to what they accomplished when they found a strong need in the consumer and adjust their product, designed, production and distribution to be able to satisfy it. They had challenges, but they learned from their problems (shortages), they reinvented, and they were not afraid to make a different proposal. We think that IKEA's story can be an example to many other companies worldwide. Thinking that a company that sells furniture (that occupies some space and that can be sometimes heavy) was able to expand, many companies can try to do so using creative solutions and good planning such as IKEA

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral on-line

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
Ciências Sociais Aplicadas
Administração

TIM HORTONS AND 3G: A CASE STUDY ON THE RECENT DECLINE OF A TRADITIONAL CANADIAN BUSINESS

RAFAEL MEDEIROS HESPANHOL

Tim Hortons has always been a brand that related very strongly with Canadian culture. It was a symbol, a representation of Canada itself (Mahdawi, 2018). However, since it was bought by the Brazilian group 3G, it has failed to preserve the proud that Canadians had at the brand (Kirby, 2020). The goal here is to analyze how the focus on efficiency and efficacy was not enough for the success of the Canadian brand Tim Hortons after it was bought by 3g, a brand with strong participation from Brazilian investors. The idea was to understand how the customer impression on the brand has decreased, while big companies (such as Mc Donald's and Starburcks) were having success at Canadian customers. This research was done considering public reports, documents and official information about Tim Hortons and 3G operations in Canada, during the last 7 years (2014-2021). Some operations of Tim Hortons must involve international operations, like the process of buying coffee, for example. However, there is a lot of products that the company buys from other countries that could be bought in Canada. Besides that, many products are bought in Canada, but so little is made to develop a long relationship with these suppliers like the past. It is hard to find trustable information originated after 2014, the year that Tim Hortons was bought by 3G. We know that since the company, that also owns Burger King, bought Tim Hortons, the focus became profit at all costs, so cost reduction was the most important thing to Tim Hortons, that started to have supplies from anywhere in the world, especially the United States. It is possible to learn, from the 3G experience with Tim Hortons, that you should not mess with you customers loyalty. Just because you have success for many different years in a row, it does not mean that your customer will not move their businesses to other companies if you do not satisfy their willingness. Second, the cheapest supply chain is not always the best, specially in rich countries. The results and the problems that Tim Hortons had in the last years, after 3G bought it, prove that. Besides that, keeping it local can be a very strong asset in some markets, such as the Canadian one. Some markets really prefer and value companies that prefer and value local businesses, even if the "local" is indeed, national, and not regional related.