REVISTA CONEXÃO ELETRÔNICA

UMA LEITURA DEMOGRÁFICA EMPRESARIAL DO CRESCIMENTO DA CIDADE DE TRÊS LAGOAS ENTRE OS ANOS 2006-2016

Thiago Barbosa Ramos
Graduando em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Lucas Rodrigues Acunha
Graduando em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Leonardo Avelino Pereira Alves
Graduando em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Ângela de Souza Brasil
Mestre em Geografia – UFMS; Especialista em Gestão Financeira e Auditoria – FITL/AEMS;
Docente do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas–FITL/AEMS

Antônio Donizete Lemes
Especialista em Gestão Estratégica em Recursos Humanos e *Marketing* – FITL/AEMS;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas–FITL/AEMS

RESUMO
O objetivo desse trabalho é realizar uma leitura acerca do índice de crescimento da cidade de Três Lagoas, localizada no Mato Grosso do Sul, estabelecendo como linha do tempo os anos de 2006 a 2016. Para tanto, embasamo-nos na teoria das estratégias empresariais por meio da visão de Camargos e Dias (2003) e Hakkert (2016) com intuito de demonstrar a flexibilidade do mercado através da análise demográfica da cidade, assim utilizamos gráficos e tabelas ilustrativas que analisam o IDH e PIB conforme o IBGE. Ainda nessa linha de estudos, apresentar-se-á o conceito de competência de Riccio e Petter (2017), na esteira de Prahalad e Hamel (1990), o qual é responsável pela estabilidade comercial diante das diversas variações do mercado.

1 INTRODUÇÃO

Considerando que a cidade de Três Lagoas, localizada no estado do Mato Grosso do Sul, registrou entre os anos de 2006 e 2016 um aumento significativo em sua taxa de crescimento populacional, julgamos importante refletir sobre essa questão a partir da análise demográfica.

Da mesma forma ocorreu, não somente na cidade em análise, mas no país de forma geral, uma ampliação dos setores comerciais impulsionados pela necessidade do consumo, assim como os relacionados a questões básicas, as quais são direitos dos indivíduos, como o acesso a saúde e a educação.

No que concerne à administração, devemos considerar que crescimento e consumo possivelmente estão relacionados, na medida em que pela lógica inicial mais pessoas consumiriam mais. No entanto, esse consumo é relativo, pois no mercado existe uma variedade de itens, os quais são organizados basicamente por categoria e preço, assim estabelecem um filtro entre as classes sociais.

É importante mencionar que o comércio, especialmente o tecnológico, compete com a pirataria, a qual oferece em produtos em grande escala, com menor qualidade, porém possuem preços atrativos e coerentes com o ganho salarial da classe proletária, ganhando assim as grandes massas.

Assim, a modernidade é constituída e/ou cunhada pelo termo cultura de massa, a qual considera os indivíduos pela forma que consume, lança tendências atemporais e reciclam clássicos para revendê-los por um preço atualizado.

É nesse cenário, no qual imperam as massas consumidoras e mudanças tecnológicas desenfreadas, que concentrasse o objetivo desse trabalho, pois a partir da análise dos índices demográficos da cidade de Três Lagoas, especificamente entre os anos de 2006 e 2016, procurar-se-á analisar a constituição do consumidor de forma quantitativa.

Para tanto, é importante que antes de iniciarmos tal análise, possamos refletir, mesmo que brevemente, sobre análise demográfica e estratégia empresarial, e suas relações com a cultura de massa.

2 OBJETIVOS

O objetivo desse trabalho é apresentar o índice de crescimento da cidade de Três Lagoas, localizada no Mato Grosso do Sul, no período de 2006 a 2016.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Como material, foram utilizados livros, artigos e sites como fontes de pesquisa. Embasados na teoria das estratégias empresariais por meio da visão de Camargos e Dias (2003) e Hakkert (2016) procurou demonstrar a flexibilidade do mercado através da análise demográfica da cidade, para tanto recorreu à utilização de gráficos e tabelas ilustrativas que análise o IDH e PIB conforme o IBGE.

4 CONCEITOS E REFLEXÕES SOBRE AS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS

Atualmente, implantar uma empresa ou franquias tornou-se mais fácil e eficiente, pois o índice do risco comercial diminuiu por meio de pesquisas prévias, ora realizadas a partir dos dados demográficos, ora por questionários e propagandas disponíveis nas redes sociais.

A importância do estudo demográfico não se registre apenas ao tamanho e quantidade populacional, assim como sua divisão entre classes econômicas, pois seu caráter organizacional auxilia em primeira instância o governo, no setor público com a determinação e distribuição de verbas, e no privado com é aproveitado pelas empresas.

No que tange a utilização de índices demográficos pelas empresas, Hakkert (2016) em seus estudos destaca que:

> O uso de informação demográfica é um dos elementos-chave na delimitação de áreas geográficas (ou grupos populacionais definidos segundo outros critérios) onde uma companhia poderá encontrar maior receptividade aos seus produtos ou para definir estratégias de marketing diferenciadas segundo as características de distintos segmentos de mercado (HAKKERT, 2016, p. 20).

Dessa forma, tornou-se mais fácil determinar e direcionar ao consumidor o produto que ele realmente necessite ou possivelmente irá consumir. Adota-se assim uma estratégia, a qual segundo Camargos e Dias (2003, p. 31) trata-se de “um conjunto de ações administrativas que possibilitam aos gestores de uma organização mantê-la integrada ao seu ambiente e no curso correto de desenvolvimento, assegurando-lhe atingir seus objetivos e sua missão”.

O comércio, então, não limitasse em suprir a necessidade específica de seu público-alvo, já então estabelecido pelas pesquisas demográficas, visto que as tendências se expandem a partir da inovação constante que emerge da criatividade do próprio consumidor divulgada sem ou com pretensão nas redes sociais.

Nessa verve, Riccio e Petter (2017, s.p.) relacionam a expansão das tendências com o conceito de competência proposto por Prahalad e Hamel (1990), o qual propõe as empresas criar produtos e serviços não previstos pelo consumidor, ou seja, a partir da invenção e modelação que além de atender a demanda do consumidor permite as empresas expandir sua produção em outros campos comerciais. Desse modo, notamos uma apropriação dessas tendências, que são

reinventadas e modernizadas se associando ou representando um produto específico, para então finalmente serem consumidas pelos indivíduos.

Assim, para as grandes empresas relacionar-se com o seu público-alvo deixou de ser uma tarefa difícil, visto que tem sido facilitada especialmente pela comunicação entre as redes sociais. Comentários, avaliações, sugestões, curtidas e compartilhamentos são ferramentas funcionais que corroboram para a consolidação do novo comércio.

Podemos destacar, conforme Riccio e Peters (2017), que a flexibilidade é a responsável por acompanhar essas mudanças no mercado, pois a empresa que antes priorizava especializar-se em determinado produto, estava fadada a possíveis abalos econômicos.

Por outro lado, a empresa em seu caráter flexível é capaz de aproveitar as principais tendências, mudar rapidamente seu foco, público e produto diante da exacerbada proporção da “criação” do novo produto.

5 TRÊS LAGOAS EM CRESCIMENTO: OS ÍNDICES DEMOGRÁFICOS DE 2006 A 2016

O crescimento de uma cidade está ligado diretamente a determinados condições que lhe são oferecidas para isto, especialmente os processos de urbanização que potencialização o desenvolvimento das indústrias.

A cidade de Três Lagoas possui agentes que propiciam este crescimento, visto que em sua constituição urbana existem quatro formas de transporte (Ferroviária, Rodoviária, Hidroviária e Aérea), os quais tornaram a cidade atraente para grandes indústrias e de fácil acesso aos seus habitantes, e aqueles que procuram inserir-se no mercado de forma temporária ou permanente.

> O processo de urbanização no município foi anterior a 1991, quando já 90,45% da população era urbana. Em 1991, somente 9,55% da população morava no campo. A população rural diminuiu 27%, enquanto a população urbana cresceu 57%, chegando a representar 95,36% da população total do município (IBGE, 2010; apud SEBRAE, 2017, p. 8).

Segundo a Associação Comercial de Três Lagoas (ACI), Três Lagoas é a cidade que mais gerou postos de trabalho em 2016, e grande parte desses números estão relacionados à expansão das gigantes de Papel e Celulose que a cidade

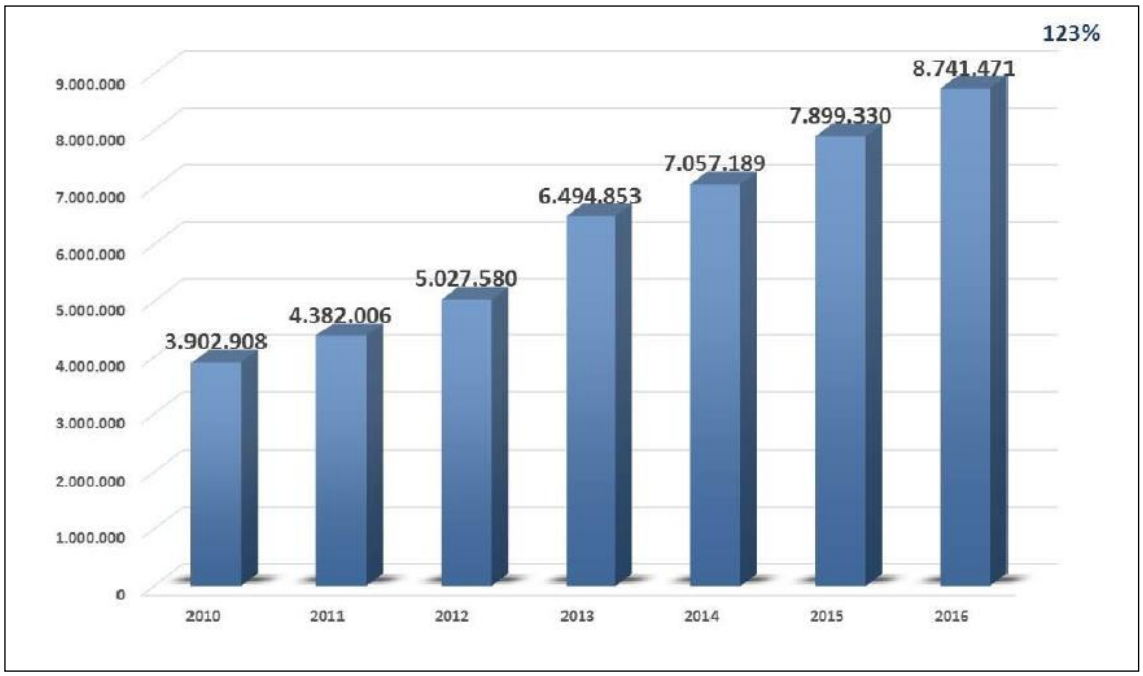
comporta. Na medida em que produzem 87,64% da exportação da cidade conforme afirma o Núcleo de Pesquisas Econômicas (NPE).

> A estrutura etária da população três-lagoense pode ser dividida em três grandes grupos etários: jovens de 0 a 14 anos (24%), adultos de 15 a 60 anos (66%) e idosos, acima de 60 anos (10%). A grande maioria dos moradores está na faixa adulta composta por 50% de homens e 50% de mulheres. Aproximadamente 92% das pessoas com mais de 5 anos são alfabetizadas (IBGE, 2010; apud SEBRAE, 2017, p. 9).

É importante mencionar que, a capacitação realizada após a entrada de diversas indústrias fez com que o crescimento da cidade fosse aplicado não só na economia, como também na área da educação.

Com o crescimento industrial na cidade em alta, o numero de migrantes vindos das demais cidades do Brasil para a capital mundial da celulose fez com que a população quem em 2006 contava com 87.113 habitantes tivesse um aumento significativo em sua população. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), estima-se quem em 2016 a população conte com 115.561 habitantes registrando alta de 32,6% na população.

Gráfico 1. Registro do PIB de Três Lagoas 2010-2016, conforme o IBGE.



Fonte: Elaborado pelos autores (Extraído de IBGE, 2017)

De acordo com o Censo de 2010 “Três Lagoas tinha 101.791 habitantes. Em seis anos, a cidade ganhou 13.770 moradores. O número de habitantes [...] é maior,

inclusive, do que a quantidade de moradores em 66 cidades de Mato Grosso do Sul", conforme destacou em matéria o *JP News*.

O crescimento industrial em Três Lagoas fez com que seu PIB (Produto Interno Bruto) de R$ 5 bilhões, registrado pelo IBGE em 2010, aumentasse significativa para R$ 8,7 bilhões, conforme ilustração do Gráfico 1.

Segundo o IBGE, a cidade de Três Lagoas possui um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) 0,744, este, segundo a ONU é considerado um alto nível de desenvolvimento humano, sendo este também um atrativo oferecido pela cidade no relativo à qualidade de vida. A média de idade da cidade que era considera envelhecida vem rejuvenescendo com a migração e dando mais força de trabalho ao município, conforme se observa no Quadro 1.

Quadro 1. IDH de Três Lagoas, segundo PNUB, Brasil.

Ano	Ranking Estadual	IDHM	IDHM Renda	IDHM Longevidade	IDHM Educação
1991	7º	0,505	0,633	0,670	0,303
2000	6º	0,630	0,687	0,763	0,477
2010	4º	0,744	0,752	0,849	0,645

Fonte: Extraído de IBGE, 2017.

Na educação, contando todos os níveis, os números também cresceram e de modo geral a cidade em 2010 contava com 25.879 discentes matriculados na rede de ensino, contudo, com a implementação do mercado de celulose na região em 2017 já são registrados 32.424, registrando crescimento de aproximadamente 20%.

Registrar o desenvolvimento educacional é relevante, visto que com os avanços tecnológicos recentes o investimento na capacitação e/ou profissionalização dos funcionários se tornou essencial para a manutenção do mercado comercial, ainda considerando que o contato inicial é realizado e facilitado por meio dele, com o envio de currículo e agendamento de entrevistas.

A partir dos dados, é possível perceber a forte influência da ampliação industrial para o crescimento populacional de Três Lagoas. Assim, considerando as teorias das estratégias empresariais, procurou investir-se em uma cidade de fácil acesso ao transporte de seus produtos.

A cidade possuía como foco principal de seu rendimento o polo industrial de

médio porte, concentrado na fabricação têxtil, metal e sapatos. No entanto, na medida em que a cidade de Três Lagoas passa a investir mais na celulose e papel, algumas empresas tiveram dificuldades em manter-se, reduzindo sua produção e o número de funcionários.

> Os investimentos da Fibria e Eldorado na ampliação das atividades em Três Lagoas equivalem a 106% do PIB Industrial de Mato Grosso do Sul atual ou 21% do PIB do estado total, estimados para 2015. Quando entrarem em operação, o Valor de Transformação Industrial (VTI) das duas novas unidades, que é uma proxy para contribuição direta ao PIB, deverá ser de aproximadamente R$ 3 bilhões. Já em relação ao PIB Industrial estimado para 2018 (R$ 18,7 bilhões), o incremento proporcionado pelas novas linhas das duas plantas deverá ser próximo de 16%, enquanto que o impacto sobre o PIB do segmento de celulose e papel, também estimado para 2018 (R$ 4,9 bilhões) deverá ser de 61%. (FIEMS, 2016, p. 01, apud SOUZA et al., 2017, p. 1126).

Associação à queda a teoria da flexibilidade, visto que as empresas eram especializadas em determinada área, e com a crescente onda de desenvolvimento tecnológico e os impactos econômicos da crise financeira que assola o país, tiveram aí suas perdas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos analisar brevemente o crescimento da cidade de Três Lagoas, delimitando como foco o período de 2006 a 2016, fechando assim uma década. Para tanto, recorremos a informações demográficas do IBGE.

Com intuito de verificar como o crescimento refletiu na mudança de foco do comércio, o qual passou a concentrar-se ou delimitar-se em torno da produção e exportação de celulose e papel. Assim, refletimos acerca de teorias das estratégias empresariais e da flexibilidade comerciais.

A partir das teorias explanadas, percebemos que todo investimento deve se analisado pelo viés demográfico, que atua como um facilitador não só para o setor público como também para o privado, fortalecendo a implantação das empresas em determinadas regiões. Desse modo, as empresas, por meio do conceito de competência destacado por Riccio e Petter (2017), puderam aumentar significativamente sua produção, especialmente devido a flexibilidade empresarial, pois na medida em que se adapta com facilidade ao mercado consegue não só criar e suprir novas necessidades aos consumidores, como também estabilizar-se diante

das variações econômicas.

REFERÊNCIAS

CAMARGOS, M. A. de; DIAS, A. T. Estratégia, administração estratégica e estratégia corporativa: uma síntese teórica. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 10, nº 1, jan./mar. 2003.

IBGE. Cidades: Três Lagoas. Disponível em https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/tres-lagoas. Acesso em 17 mai. 2018.

QEDU. Três Lagoas: Matrículas e infraestrutura. Disponível em http://www.qedu.org.br/cidade/52-tres-lagoas/censo-escolar?year=2010&localization=0&dependence=0&education_stage=0&item=matriculas Acesso em 17 mai. 2018.

RICCIO, E. L.; PETERS, M. R. S. Controladoria, flexibilidade e foco o paradoxo estratégico da flexibilidade aplicada a core business. In: Congresso Brasileiro de Custos, 24, 2017. Florianópolis – SC. Anais do Anais do Congresso Brasileiro de Custos – ABC, 24. Florianópolis – SC, 2017. ISSN 2358-856X.

SANTOS, A. C. Em uma década, população de Três Lagoas cresce 32,6%, mostra o IBGE. Jornal JP News (on-line), Três Lagoas, 3 set. 2018. Disponível em https://www.jpnews.com.br/tres-lagoas/em-uma-decada-populacao-de-tres-lagoas-cresce-32-6-mostra-o-ibge/91578/ Acesso em 17 mai. 2018.

SEBRAE - MS. Desenvolvimento econômico e territorial: Mato Grosso do Sul: Três Lagoas: Costa Leste, Mato Grosso do Sul, 02, mar. 2017. Disponível em http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Mapa%20Oportunidades/TRÊS%20LAGOAS.pdf Acesso em 18 mai. 2018.

SOUSA, M. L. L. de. Evolução econômica e a industrialização: o caso de Três Lagoas/MS. Rev. Conexão Eletrônica – Três Lagoas, MS – v. 14, n. 1, 2017.

TRÊS LAGOAS, Prefeitura Municipal de. Núcleo de pesquisas econômicas. Disponível em http://www.treslagoas.ms.gov.br/cidadao/nucleo-de-pesquisas-economicas-de-tres-lagoas-npe-tl/41/. Acesso em 18 mai. 2018.