



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DIOGO DA SILVA CAVALCANTE

**DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVOS REAIS EM GESTORES DOS SETORES DE
COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇO**

MOSSORÓ

2022

DIOGO DA SILVA CAVALCANTE

**DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVOS REAIS EM GESTORES DOS SETORES DE
COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇO**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Fábio Chaves Nobre, Prof. Dr.

MOSSORÓ

2022

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

C376d Cavalcante, Diogo.
DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVOS REAIS DOS SETORES DE
COMÉRCIO INDÚSTRIA E SERVIÇOS / Diogo Cavalcante. -
2022.
50 f. : il.

Orientador: Fábio Nobre.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Administração,
2022.

1. Diversificação. 2. Ativos Reais. 3.
Comércio. 4. Indústria. 5. Serviços. I. Nobre,
Fábio , orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
DEPARTAMENTO DE AGROTECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC

Ao décimo terceiro dia do mês de junho de 2022, às dez horas, na sala virtual da Universidade Federal Rural do Semi-árido, o professor Dr. Fábio Chaves Nobre (orientador) instalou a Banca Examinadora responsável pela avaliação da defesa de Monografia intitulada: **DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVOS REAIS DOS SETORES DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E SERVIÇO**, trabalho final apresentado pelo discente DIOGO DA SILVA CAVALCANTE ao Curso de Administração, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Administração. A banca examinadora, composta por três membros, foi presidida pelo Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre (professor da UFERSA) na qualidade de orientador e contou com a participação da professora Dra. Liana Holanda Nepomuceno Nobre (professora da Ufersa) e professora Dra. Ana Lucia Brenner Barreto Miranda (professora da Ufersa). Após a apresentação do trabalho pela discente, sucederam-se as arguições pelos professores examinadores. Concluída a defesa, procedeu-se o julgamento pelos membros da banca examinadora, verificou-se que a discente foi **(x) Aprovado(a) / () Reprovado(a)**. Nada mais havendo, eu, Fábio Chaves Nobre, lavrei a presente Ata assinada por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

Mossoró/RN, 13 de junho de 2022.

FABIO CHAVES
NOBRE:52800768
304

Assinado de forma digital
por FABIO CHAVES
NOBRE:52800768304
Dados: 2022.06.13 11:13:25
-03'00"

LIANA HOLANDA
NEPOMUCENO
NOBRE:72477601334

Assinado de forma digital por
LIANA HOLANDA NEPOMUCENO
NOBRE:72477601334
Dados: 2022.06.13 11:16:51 -03'00"

ANA LUCIA BRENNER
BARRETO
MIRANDA:01531116906

Assinado de forma digital por ANA
LUCIA BRENNER BARRETO
MIRANDA:01531116906
Dados: 2022.06.13 11:20:27 -03'00"

Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre
Orientador – Professor/UFERSA

Prof^a. Dra. Liana Holanda
Nepomuceno Nobre
Professora/UFERSA

Prof^a. Dra. Ana Lúcia Brenner
Barreto Miranda
Professora/UFERSA

DIOGO DA SILVA CAVALCANTE

DIVERSIFICAÇÃO DE ATIVOS REAIS DOS SETORES DE COMÉRCIO,
INDÚSTRIA E SERVIÇO

Monografia apresentada à Universidade Federal Rural do Semi-Árido– UFRSA, Departamento de Agrotecnologia e Ciências Sociais para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

APROVADA EM: 13/06/2022

BANCA EXAMINADORA

FABIO CHAVES
NOBRE:52800768304

Assinado de forma digital por FABIO CHAVES
NOBRE:52800768304
Dados: 2022.06.13 11:13:44 -03'00'

Prof. Dr. Fábio Chaves Nobre – UFRSA
Presidente

LIANA HOLANDA
NEPOMUCENO
NOBRE:72477601334

Assinado de forma digital por LIANA
HOLANDA NEPOMUCENO
NOBRE:72477601334
Dados: 2022.06.13 11:17:39 -03'00'

Prof^a. Dra. Liana Holanda Nepomuceno Nobre - UFRSA
Primeiro Membro

ANA LUCIA BRENNER BARRETO
MIRANDA:01531116906

Assinado de forma digital por ANA LUCIA
BRENNER BARRETO MIRANDA:01531116906
Dados: 2022.06.13 11:20:52 -03'00'

Prof^a. Dra. Ana Lúcia Brenner Barreto Miranda - UFRSA
Segundo Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais José Carlos, Maria Luzia e irmão Tiago Cavalcante pela benevolência, ensinamentos, dedicação e por todo apoio durante essa jornada, sem vocês nada disso seria possível.

Agradeço também aos meus amigos Walter Cavalcante, Diniz Neto, companheiros que iniciaram comigo a caminhada acadêmica e que se tornaram verdadeiros camaradas para todas as horas, a Teofilo Neto, Douglas Gecimiel, Renata Girão, Marcos Renê pelo suporte incondicional durante toda o percurso da graduação e carreira, ao Alcivan Batista, pelo companheirismo durante a jornada acadêmica, parceria essa que levarei para vida. Também gostaria de agradecer a minha segunda família na graduação, HOVET UFERSA, Emanuel Calixto, Ewerton Medeiros, Bruno Eric, Lucas Morel, Luanda Pamela, Giovana Fixina, Eloisa Santos, família que essa jornada me presenteou.

Agradeço imensamente ao meu estimado mestre/orientador, Fábio Nobre, pela confiança, paciência e por todos os ensinamentos não só neste trabalho, mas durante toda a graduação, sua presença na minha jornada foi de enorme impacto para pessoa e profissional que sou hoje, serei eternamente grato.

E por último e não menos importante a Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA) e ao curso de Administração e às pessoas que me ajudaram de forma direta e indireta. Aos professores Renan Felinto, Lilian Cabral, Liana Nepomuceno, Ana Lúcia Miranda e aos demais professores que me inspiraram e tanto me ensinaram no decorrer desses anos.

Portanto, só tenho a agradecer a todos que contribuíram de alguma forma para minha formação e construção desse trabalho de conclusão de curso.

Um brinde aqueles que sonham, por mais tolos
que possam parecer.

La La Land: Cantando as estações

RESUMO

A diversificação de ativos reais é fator importante na construção de patrimônio e sucesso nas operações para toda e qualquer organização, a mesma deve ser construída de acordo com a realidade e os objetivos da organização ou investidor. Diante disso, este estudo buscou comparar a diversificação de ativos de acordo com os setores de comércio, indústria e serviço. Para tal, foi realizado um instrumento de pesquisa relativas às variáveis, que buscava, entender a diversificação na gestão das empresas. Além destas questões, o questionário continha questões que caracterizavam tanto o respondentes, quanto a empresa. As empresas do estudo foram micro, pequenas e médias empresas situadas em território nacional, que respondessem espontaneamente o instrumento de pesquisa. O questionário, distribuído de forma digital, foi encaminhado por e-mail para os pequenos, médio e microempresários. Os resultados evidenciaram que a diversificação dos ativos é uma boa estratégia, mas os respondentes prezam por negócios únicos, principalmente no setor de comércio e serviço. Como limitação do estudo, destaca-se a dificuldade na coleta de respostas e, por isso, sugere-se repetir o mesmo estudo com uma amostra maior e com setores diferentes.

Palavras-chave: Diversificação de ativos. Comércio. Serviço. Indústria.

ABSTRACT

The diversification of real assets is an important factor in building wealth and success in operations for any organization, it must be built according to the reality and objectives of the organization or investor. Therefore, this study sought to compare asset diversification according to the commerce, industry and service sectors. To this end, a research instrument was carried out with questions with percentage answers related to the variables, which sought to understand the diversification in the management of companies. In addition to these questions, the questionnaire contained questions that characterized both the respondents and the company. The companies in the study were micro, small and medium-sized companies located in the national territory, which spontaneously responded to the research instrument. The questionnaire, distributed digitally, was sent by email to small and micro-entrepreneurs. The results showed that asset diversification is a good strategy, but respondents value unique businesses, especially in the commerce and service sector. As a limitation of the study, the difficulty in collecting responses is highlighted and, therefore, it is suggested to repeat the same study with a larger sample and with different sectors.

Keywords: Asset diversification. Business. Service. Industry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa perceptual entre Setores de Mercado e Classificação da Diversificação	41
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação da Diversificação.....	20
Quadro 2 – Assertivas referentes as categorias de diversificação de negócios	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Gênero dos gestores de comércio, indústria e serviços	32
Tabela 2 - Grau de escolaridade	33
Tabela 3 - Estatística descritiva dos setores	33
Tabela 4 - Setor de mercado	33
Tabela 5 - Cargo da empresa	35
Tabela 06 - Vários negócios	36
Tabela 7 - Classificação da diversificação.....	36
Tabela 8 - Estatística descritiva	37
Tabela 9 - Classificação da diversificação das empresas analisadas	38
Tabela 10 - Teste qui quadrado das empresas analisadas.....	39
Tabela 11 – Análises de Correspondência.....	39
Tabela 12 - Classificação da Diversificação e sua contribuição.....	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	Objetivos.....	14
1.1.1	Objetivo geral.....	14
1.1.2	Objetivo específico.....	14
1.2	Justificativa.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1	Diversificação de investimentos: definições e mensurações.....	15
2.1.1	Classificação e Mensuração da Diversificação em Ativos Reais.....	17
2.1.1.1	Índice de Entropia de Theil (IE).....	19
2.2	Ativos reais.....	20
2.3	Métodos e abordagens de projetos investimentos em ativos reais.....	21
2.4	Revisão da literatura envolvendo diversificação de investimentos.....	22
3	METODOLOGIA.....	27
3.1	Delineamento da pesquisa.....	27
3.2	População, amostra e processo de amostragem.....	28
3.3	Coleta e fontes de dados.....	28
3.4	Variáveis da pesquisa.....	29
3.5	Procedimentos metodológicos.....	30
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	30
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
	REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

A diversificação dos investimentos é fator crucial para a garantia de uma boa rentabilidade no médio e longo prazo. A diversificação de ativos reais é fator importante na construção de patrimônio e sucesso nas operações para toda e qualquer organização, a mesma deve ser construída de acordo com a realidade e os objetivos da organização/investidor. Com a instabilidade política e econômica brasileira, além das movimentações nos mercados do exterior, a diversificação dos ativos vem a ser umas das melhores estratégias para proteger e fazer o patrimônio da organização render mais, além de possibilitar a busca por novas oportunidades (RICO, 2019).

Em linhas gerais, a diversificação de ativos nada mais é do que uma estratégia de distribuir o capital em modalidades distintas do mercado financeiro. Em outras palavras, trata-se de uma ação inteligente de aplicar dinheiro em diferentes ativos e formatos de investimento. Para conseguir esse objetivo, o investidor/organizações pode contar com uma estratégia e utilizar diversas ferramentas de seleção de ativos para compor sua carteira. Dentre elas, existe a Teoria de Harry Markowitz (1952), que estabelece modelo de diversificação de ativos como uma forma de minimizar os riscos e satisfazer a relação risco-retorno, mostrando que estatisticamente essa mensuração ao risco poderá ser usada para medir a variabilidade dos retornos dos ativos.

Considerada como estratégia de crescimento, o fundamento da diversificação, é para uma empresa, explorar novas áreas de negócio que prometam maior rentabilidade. Para que uma empresa se diversifique, ela precisa entrar/expandir em novos mercados ou linhas de produtos relacionados ou/e não relacionados aos negócios existentes. A estratégia de diversificação pode ser considerada uma estratégia básica de crescimento devido ao aumento quantitativo que gera nas operações de negócios da empresa. Desta forma, a diversificação estratégica pode ser definida como "expandir ou entrar em novos mercados que são diferentes das linhas de produtos ou mercados existentes da empresa" (Johnson, Scholes 2002). Outra definição de estratégia de diversificação é "uma estratégia implementada pelos altos executivos a fim de alcançar crescimento com a entrada em novos negócios e obtenção de retornos acima da média, aproveitando as oportunidades recebidas " (Ülgen, Mirze 2004).

Rumelt (1974, 1977, 1982) especificamente explorou as relações pertinentes à diversificação estratégica, estrutura corporativa e sua performance, e avançou quanto à diversificação estratégica de negócios elaborada por Wrigley (1970), encontrando relações significativamente diferentes para níveis de endividamento de empresas americanas. Rumelt, em 1974, também constatou que empresas que ele classificou como “negócios únicos”, ou seja,

menos diversificadas, são avessas a risco esperando uma relação menos positiva ao endividamento. Barton e Gordon (1988) também encontram baixo endividamento em empresas classificadas como “negócios únicos”, significativamente menor do que todas as outras categorias estratégicas de diversificação de empresas. Rumelt (1974) igualmente verificou que empresas classificadas como “negócio dominante” procuram não correr riscos e que possuem uma relação menos positiva ao endividamento. Já Barton e Gordon (1988), encontraram uma média de endividamento somente maior que às empresas classificadas como “negócio único”.

Esses cenários levaram investidores a buscarem maiores retornos fora das classes tradicionais de ativos (Kräussl et al., 2017), significando a busca por melhores retornos pode trazer maiores riscos. Assim, ativos reais como imóveis, commodities, fundos de cobertura, fundos mútuos e fundos de fundos tornaram-se cruciais para investidores institucionais.

Muitos estudos têm investigado os benefícios de diversificação de adicionar ativos alternativos/reais em carteiras tradicionais e de pensão, (por exemplo, fundos de cobertura (Amin e Kat, 2003a; Amin e Kat, 2003b; Gregoriou & Rouah, 2002; Favre e Galeano), 2002; commodities (Belousova & Dorfleitner, 2012; Daskalaki et al., 2017; investimentos internacionais (Davis, 2005); infraestrutura (Use the "Insert Citation" button to add citations to this document. Newell & Peng, 2008). Semelhante aos estudos sobre o efeito risco-retorno, esses concluíram que os ativos reais são vantajosos para as carteiras em termos de diversificação. Assim, o teste da relação entre diversificação e desempenho permite trazer alguns fatores empíricos para uma discussão básica no cenário atual de estratégia de negócios (VASCONCELOS, 2004).

Portanto, estudos sobre o grau diversificação de investimentos em ativos reais vem evoluindo, sendo criados diversos modelos de análises, com o intuito de mensurar, e também, mitigar o risco e otimizar o retorno do investimento. Contudo, todos os modelos criados são baseados na racionalidade do investidor, que, de acordo com a informações disponíveis, sempre tomará a decisão correta. Assim, o problema a ser tratado neste trabalho de pesquisa é, analisar e comparar o grau da diversificação de ativos reais na gestão de empresas do ramo de comércio, indústria e serviços.

O presente trabalho compõe-se em uma pesquisa aplicada de cunho descritivo, com fontes primárias e secundárias, compreendidas pelo pela análise bibliográfica dos tópicos chaves e edificação de uma ferramenta de pesquisa do tipo questionário, de abordagem dos resultados de caráter quantitativo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar o grau de diversificação na gestão das empresas de comércio, indústria e serviços entre os setores.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Classificar os tipos de diversificação das empresas da amostra.
- Elaborar o grau de diversificação das empresas de comércio, indústria e serviço da amostra por tipo.
- Elaborar o grau de diversificação das empresas analisadas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Diante das significativas diferenças entre os ambientes e as configurações empresariais verificadas nas organizações das empresas de comércio, indústria e serviços, cabe indagar se os impactos da diversificação assumem comportamentos distintos nessas três realidades. Desta forma, o presente estudo aborda a discussão sobre o grau de diversificação na gestão de empresas de comércio, indústria e serviços, trazendo para a discussão empresarial, em especial, profissionais de finanças e controladoria, promovendo uma reflexão sobre os tipos de estratégias a serem adotadas no que diz respeito a diversificação estratégica de ativos, desta forma, gerando valor para as organizações com o debate levantado nesse trabalho.

Tendo em vista a importância que a temática tem para as empresas estudadas, e para o entendimento sobre como a diversificação pode impactar, a razão para elaboração deste estudo se baseia nas contribuições que os resultados obtidos podem trazer para as organizações, agregando também mais conhecimentos aos estudos já existentes sobre essa temática.

2 REVISÃO DA LITERATURA

O propósito dessa seção será explicar e apresentar conceitos de diferentes autores sobre diversificação de investimentos e estratégica de ativos reais e financeiros de empresas no que diz respeito a grau de diversificação das mesmas. Além de estudos e teorias pertinentes, servindo de base para o desenvolvimento desse trabalho.

2.1 Diversificação de investimentos: definições e mensurações

Markowitz (1952) definiu o conceito de diversificação de carteira como sendo a melhor combinação de ativos referente ao retorno esperado e risco de modo a proporcionar a maximização da satisfação do investidor. Entretanto, a maximização da satisfação irá depender da preferência do investidor em relação ao que se espera do retorno e do risco dos ativos. Dessa forma, o comportamento do investidor é decisivo para a formação da carteira.

Sendo assim, os estudos sobre o comportamento do investidor, no que se refere a descrever e a formalizar tal comportamento e, dessa forma, complementar a teoria do portfólio, começaram com Samuelson (1969) e Merton (1969). Esses autores colocam que a restrição do nível de riqueza determina a composição da carteira, ou seja, a sua otimização será a maximização da utilidade esperada dos retornos esperados dos ativos com riscos diferenciados. Isso faz com que o risco da carteira seja diluído entre os ativos e, assim, o risco ficaria diversificado. Vale ressaltar que Mendes e Abreu (2006) explicam que o risco de carteira depende de dois fatores, quais sejam: Risco do ativo isolado e os fatores que afetam a variação dos retornos dos ativos.

Entretanto, Calvet, Campbell e Series (2006) pesquisaram que alguns investidores mantêm, além da carteira ótima, uma carteira com baixa diversificação, devido a outros fatores, como: os custos de transações financeiras; sistema fiscal vinculado a rendimentos sobre o capital de um país; acesso a informações seletivas, que outro investidor não possui; barreiras alfandegárias/institucionais; e cultura financeira, como comentam Brav e Heaton (2002). Diante disso, o investidor teria motivos para formar carteiras com baixa diversificação.

A diversificação a que essa tese se refere é a que se relaciona com negócios e/ou produtos. Ansoff (1958) foi o primeiro autor que abordou o tema de diversificação (não- financeira). Sua pesquisa refere-se à relação produto-mercado e, especificamente, estabeleceu uma análise, na qual o tamanho, a durabilidade e o peso seriam a diversificação da empresa, e a qualidade e rapidez seriam a entrada no mercado.

O conceito de diversificação de Gort (1962) é um complemento do entendimento do tema para Ansoff (1958) e consiste na heterogeneidade do produto, ou seja, no número de mercados no qual o produto é vendido. Gort (1962) especifica a relação entre os produtos comercializados, ou seja, os produtos só serão entendidos como comercializados em mercados separados, se e somente se, as elasticidades cruzadas da demanda forem baixas, e se os custos de produção não forem transferidos de um produto para o outro, no curto prazo.

O entendimento do conceito de diversificação, para Berry (1971), refere-se, somente, à quantidade de empresas ativas em um mercado e como a atividade produtiva é distribuída. Para Kamien e Schwartz (1975), a diversificação é conceituada como se a empresa fosse classificada para um determinado setor e produzisse produtos, para atender um outro setor.

Nas definições a seguir, o conceito de diversificação sai da linha da análise externa à empresa (produto e mercado) e passa a incluir a análise interna (habilidades e atividades internas). Pitts e Hopkins (1982) afirmam que a diversificação seriam as diferentes atividades de uma empresa. Por outro lado, Rumelt (1986) elabora uma definição de diversificação empresarial mais robusta, que consiste na ampliação das habilidades que a empresa possui, isto é, uma entrada nova de atividades, referente a um produto ou a um novo mercado, e isso implica um aumento das competências administrativas da empresa. Sendo assim, o referido autor define o conceito de diversificação: “a diversidade é definida como o ingresso de uma empresa ou unidade de negócios em novos ramos de atividade, seja por processos de desenvolvimento interno de negócios ou de aquisição, que impliquem mudanças em sua estrutura administrativa, sistemas e demais processos de gestão”. (RAMANUJAM; VARADARAJAN, 1989)

O conceito de diversificação, elaborado por Ramanujam e Varadarajan (1989), considera os avanços da empresa em novas linhas de atividades e a aquisição de novos negócios que provoquem uma mudança na estrutura dos processos de gestão.

Hall (1995), em sua pesquisa, sugere que empresas com desempenho fraco irão melhorar o desempenho, por meio da diversificação de ativos fixos, contudo, estatisticamente, essa relação não foi significativa. Dessa forma, a diversificação de ativos não é suficiente para impactar no desempenho empresarial.

Zhao e Luo (2002) afirmam que a diversificação de produtos de uma empresa pode influenciar a evolução organizacional, por meio de diferentes estabelecimentos de negócios, mas que estão interligados.

2.1.1 Classificação e Mensuração da Diversificação em Ativos Reais

Na pesquisa de Wrigley (1970), o autor classificou a diversificação de negócios em duas medidas (especialização e relacionamento). A medida de especialização é calculada como base nas vendas da atividade principal, dividida pelas vendas totais da empresa, e a medida de relacionamento é a proporção de vendas totais da empresa, relacionadas entre si. Rumelt (1974) acrescentou mais três categorias de diversificação: Diversificação limitada, Diversificação vinculada e Integração vertical.

A diversificação estratégica de negócios baseada na classificação de empresas por meio das maiores participações percentuais de faturamento bruto, conforme estudos de Wrigley (1970), Rumelt (1974, 1978) e Pandya e Rao (1998). Vem sendo assunto muito difundido na literatura internacional e raramente aplicada em pesquisas cuja amostra seja de empresas brasileiras, como por exemplo, o estudo de Grzebieluckas, Marcon e Alberton (2013), embora com foco em performance (lucratividade).

O Quadro 1 representa as categorias de diversificação sendo que SR – Especialização e RR - Relacionamento:

Quadro 1 - Classificação da Diversificação

Categorias de Wrigley (1970)		Descrição
Negócio Único	SR > 95% - As vendas são provenientes de um único negócio da empresa.	Empresas com basicamente uma área de negócio ou predominante.
Negócio Dominante	95% > SR > 70% - A empresa possui alguma diversificação, porém o principal negócio é responsável por uma receita entre 70% e 95%.	Empresas com algum tipo de diversificação, mas, obtendo uma maior receita de uma área de negócio.
Negócios Relacionados	SR < 70%, RR > 70% - Representa que a empresa é diversificada. Contudo, as diversificações provêm dos novos negócios, relacionados com os negócios anteriores da empresa (70%).	Empresas diversificadas, na qual mais de 70% dessa diversificação com suas atividades iniciais (negócios antigos) estão relacionadas com novas habilidades (novos negócios) a empresa adquiriu.
Negócios Não-Relacionados	SR < 70%, RR < 70% - Empresas diversificadas, cujas habilidades e forças do primeiro negócio representam menos de 70% da diversificação.	Empresas diversificadas com menos de 70% da diversificação é relacionada com as atividades e/ou habilidades que empresa possuía inicialmente (negócios antigos).
Categorias de Rumelt (1974)		
Negócio Único	SR > 95% - As vendas são provenientes de um único negócio da empresa.	Empresas com basicamente uma área de negócio ou predominante.
Dominante Vertical	Vendas Verticalmente Relacionadas > 70%.	Mais de 70% das vendas estão verticalmente relacionadas.
Dominante Contingente	95% < SR < 70% - Maioria das outras empresas relacionadas entre si, através de um ativo ou habilidade principal.	A maioria dos outros negócios relacionados da empresa relaciona-se a algum tipo de ativo ou habilidade.

Ligação Dominante	95% < SR < 70% - Maioria das outras empresas relacionadas a, pelo menos, um outro negócio dentro da empresa.	A maioria dos outros negócios relacionados da empresa relaciona-se a de qualquer maneira a algum outro tipo dentro da empresa.
Dominante Não-Relacionado	95% < SR < 70% - Maioria das outras empresas não relacionadas.	A maioria dos negócios da empresa não estão relacionados.
Relacionado Restrito	SR < 70%, 70% + das empresas relacionadas entre si.	70% ou mais dos negócios estão relacionados um ao outro
Ligação Relacionado	SR < 70%, RR > 70% - Maioria das empresas relacionadas a, pelo menos, uma outra empresa dentro do próprio negócio.	70% ou mais dos negócios estão associados aos negócios originais da empresa.
Negócios Não-Relacionados	SR < 70%, RR < 70% - Empresas diversificadas, e que as habilidades e forças do primeiro negócio representam menos de 70% da diversificação.	Empresas diversificadas com menos de 70% da diversificação é relacionada com as atividades e/ou habilidades que empresa possuía inicialmente (negócios antigos).

Fonte: Adaptado de Grant e Jammine (1988, p. 334) e Grzebieluckas et al. (2007, p. 4)

As medições da diversificação de ativos podem ser classificadas em três tipos diferentes: contínuas (quantitativa), categóricas e híbridas (HALL, J., 1994). Resende (1994) define a medição contínua como a extensão da diversificação, baseada na classificação que cada país faz para a indústria e comércio. A medição categórica refere-se ao relacionamento de vários negócios da empresa, incluindo os negócios relacionados e não-relacionados, e a medição híbrida é a combinação da medição contínua e categórica.

A seguir, relacionam-se algumas medições contínuas de diversificação:

2.1.1.1 Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)

Para analisar questões de estrutura de mercado, podem ser construídas algumas medidas de concentração como, por exemplo, o índice de Lerner, a elasticidade-preço cruzada da demanda, a razão de concentração, a curva de Lorenz, a variância do logaritmo, o índice de entropia e o índice de Herfindahl que é utilizado pela Divisão Anti-truste do Departamento de Justiça dos EUA (DOJ) para regulação antitruste e defesa da concorrência.

O índice Herfindahl-Hirschman, também conhecido como índice de Herfindahl, é uma ferramenta para analisar a concentração de mercado e foi proposto de forma independente por Herfindahl (1950) e Hirschman (1945). Hirschman (1964) publicou o artigo “The Paternity of an Index”, que reivindica a autoria do índice. O HHI mede a concentração do setor utilizando os dados de todas as firmas de um determinado setor na fórmula matemática mais abaixo.

O HHI mostra os pesos relativos da participação de mercado de cada empresa. Como as participações de mercado das empresas são quadradas, aquelas com os melhores resultados recebem mais peso. Resende (1994) define que o limite inferior do índice é de $1/n$, ponto em

que todas as firmas têm o mesmo tamanho. O limite superior do índice é 1, caso em que a concentração máxima é atingida e o monopólio ocorre.

O índice de Herfindahl, segundo George & Joll (1983), satisfaz todas as condições desejáveis de uma medida de concentração e tem obtido suporte teórico de vários modelos de comportamento oligopolista. Por isso, é um dos mais utilizados em estudos dessa natureza, em função da simplicidade e facilidade de cálculo, sendo necessárias poucas informações.

Este índice avalia o grau de concentração e diversificação da indústria e comércio, com a seguinte fórmula:

$$IH = \sum_{i=1}^n P_i^2 \quad (1)$$

Onde:

P_i : é a participação do negócio ou produto;

n : é o número de negócio ou atividade da empresa.

Na fórmula, n é o número de firmas participantes do mercado em questão; P_i , a participação de cada firma no mercado; e i , um tipo de firma num dado mercado. O Índice HHI leva em conta o tamanho relativo das empresas ao elevar a parcela de participação de cada uma delas ao quadrado.

2.1.1.2 Índice de Entropia de Theil (IE)

Este índice foi criado por Finkelstein e Friedberg (1967) e voltado para a teoria da informação, conforme Resende (1994) afirma. Dessa forma, é um índice que mede a concentração da indústria ou comércio, ou seja, explica como um ato de venda de produto, por uma firma, a um determinado consumidor e o impacto que tal venda provoca no mercado. Sendo assim, quanto maior for o domínio de mercado pela firma, menor será o impacto da ação do mercado para com a firma.

No índice de entropia de Theil, quanto menor o valor do índice, mais concentrada é a indústria. Um número maior de empresas significa um valor de Entropia maior, dependendo de quão desiguais as empresas são em termos de tamanho. O valor de Entropia é igual a zero nos monopólios, o que significa concentração máxima. O limite superior do índice é igual a $\ln(n)$, ou seja, as empresas possuem as mesmas participações de mercado e há concentração mínima (RESENDE & BOFF, 2002). Paralelamente ao que sugere o HHI, Resende (1994) propõe um ajuste à equação para o cálculo da Entropia nas análises de diferentes períodos de tempo. Assim, a entropia começa a variar entre 0 e 1.

A fórmula do índice é:

$$IE = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{n} \ln \frac{1}{P_i} \quad (2)$$

Onde:

P_i : é a participação de segmentos (i) sobre o total de vendas da firma;

$1/P_i$: é o peso de cada segmento;

N: é o número de segmentos que a forma possui.

Vale ressaltar que há outras medidas de concentração/diversificação para indústria e comércio, como: o índice de Montgomery; índice simples; índice de diversificação relacionada; índice de diversificação não-relacionada; índice de entropia indexada, dentre outros, que a literatura evidencia, sendo descritos somente os dois índices mais utilizados e citados na literatura sobre diversificação empresarial.

2.2 ATIVOS REAIS

No segundo semestre de 2017 se desencadeou uma crise que viria ser a maior e mais impactante desde a grande depressão de 1929, quando o sistema econômico americano entrou em total colapso. A crise imobiliária também conhecida como a crise do subprime chegou de forma acachapante e atingiu com muita força a bolsa de valores americana e consequentemente a economia como um todo. Desde então a os mercados financeiros tem convivido com taxas de juros historicamente baixa, desafiando investidores e as organizações que possuem investimento atrelados a estes rendimentos.

Esse cenário levou investidores a buscarem maiores retornos fora das classes tradicionais de ativos (Kräussl et al., 2017), significando a busca por melhores retornos pode trazer maiores riscos. Assim, ativos reais como imóveis, commodities, fundos de cobertura, fundos mútuos e fundos de fundos tornaram-se cruciais para investidores institucionais.

Os ativos reais são todos os bens e direitos introduzidos na economia, ou seja, aqueles que estão ligados com a capacidade produtiva da sociedade e relacionados com a sua riqueza material, bem como com a quantidade de bens que ela produz. Por característica um ativo real possui baixa correlação com mercado financeiro; baixa liquidez; alta rentabilidade e estabilidade, sendo assim, o mercado de ativos reais opera a partir de operações de investimentos alternativos no qual está alastrado na economia real, portanto os ativos reais estão ligados ao mercado de capitais através de títulos mobiliários (PAPI e LIMA, 2020). Platanakis et al. (2018) explicam que os investimentos em ativos alternativos aumentaram nas últimas décadas e devem continuar aumentando.

Fora do Brasil, a literatura tem sido amplamente estudada com o objetivo de indicar se ativos alternativos fornecem retornos positivos ajustados ao risco para carteiras de ativos reais, incluindo carteira de investimentos em fundos de pensão. Por exemplo, imóveis (Andonov et al., 2013), commodities (Bessler et al., 2015), fundos de cobertura (Bali et al., 2013), private equity (Harris et al., 2014; Nielsen, 2011). Todos esses estudos concluíram que ativos alternativos são benéficos para o perfil de risco-retorno das carteiras. Porém, a decisão de incluir ativos reais no portfólio não depende somente dos ganhos na relação risco-retorno, e sim dos ganhos de diversificação concebidos por eles.

2.3 MÉTODOS E ABORDAGENS DE PROJETOS INVESTIMENTOS EM ATIVOS REAIS

Este ponto tem como objetivo sabatar o leitor e apresentar conceitos e abordagens de diferentes autores a respeito de ativos reais e estratégias de diversificação de investimentos em relação ao mesmo.

Graham e Harvey (2002), averiguaram os métodos das empresas para escolha de projetos de investimento e se atentaram a alguns resultados que mostram uma crescente aceitação de aspectos referentes a teoria das finanças e outros indicam que a teoria possivelmente ainda precisa evoluir para explicar o que vem sendo feito no dia a dia empresarial. A teoria de carteiras de Markowitz (1952) e os modelos de apreçamento de ativos foram desenvolvidos para ativos financeiros.

Lemme (2001) indica que os principais problemas que surgem quando se tenta aplicá-los a ativos reais são: a indivisibilidade dos ativos; a dificuldade ou impossibilidade de repetição dos eventos, reduzindo a utilidade das medidas estatísticas tradicionais de desempenho; a pouca liquidez e custos de transação elevados; a assimetria de informação entre os investidores, que em muitos casos é o fator decisivo para a realização de negócios com retorno atrativo; a inexistência de um mercado formal que dê transparência às transações efetuadas; e a concentração dos investidores em determinados segmentos de negócios, em virtude de conhecimentos tecnológicos ou de gestão.

Cord (1964) fez uma das primeiras tentativas de aplicar a teoria de carteiras de investimentos para ativos reais. Jones (1985), Quick e Buck (1984), Hightower e David (1991), Brashear et al. (1999), Helfat (1989), Oman e Dugan (1999), Bauer and e Savage (1999), Howel et al. (1998) e Nepomuceno (1997) estão entre os estudos da década de 1980 e 1990 que propõem a avaliação do valor do investimento pela teoria do portfólio de empresas no ramo da indústria. Estes estudos se propuseram a combinar análise individual do risco dos projetos com sua análise

conjunta em uma carteira de oportunidades de investimentos, ressaltando os possíveis ganhos de eficiência obtidos através das estratégias de diversificação. Nesse sentido os ativos reais são capazes de ter sensibilidades distintas no que se diz respeito a fatores que venham influenciar suas receitas e gastos, mesmo inseridos em segmento de negócios ordinários.

Fator importante na mensuração de projetos de investimentos é a assertividade na escolha de medida de retorno e risco com ativos reais. Brashear et al. (1999), 200) e Helfat (1989) assumiram como métrica/parâmetro da expectativa do retorno de projetos o índice de liquidez maximizam o retorno econômico do projeto. Helfat (1989) focou na minimização da variância do índice de liquidez com o objetivo de obter um patamar mínimo de retorno econômico para carteira de projeto de investimento. Tavares (1999) destaca que o índice de liquidez do projeto vai fornecer informações forte e precisas quando a organização opera sob restrição orçamentaria pois se consegue mensurar o quanto o projeto agrega de valor à empresa por unidade de gastos de investimento. O índice de liquidez produz bons resultados na hierarquia de projetos quando as proporções dos investimentos dos projetos relativos ao orçamento de capital são baixas, apesar de ter como carência a desconsideração da escala de projetos.

Os ativos reais ostentam, baixa frequência e não-repetição de transações, não apresentando registro que amparem o tratamento das series históricas, diferentemente dos ativos financeiros. Vale destacar os trabalhos de Orman e Duggan (1999), Ball e Savage (1999), McVean (1999) e Hightower e David (1991) que se utilizaram de métodos de simulação de Monte Carlo em estudos de portfólios de ativos reais. De forma geral, os estudos realizados pelos autores acima buscaram linkar distribuições probalísticas estimadas pelos especialistas das organizações às variáveis dos projetos (preço, produção, gastos de investimento e custo operacional).

2.4 PESQUISAS ENVOLVENDO DIVERSIFICAÇÃO DE INVESTIMENTOS

O intuito desse tópico é evidenciar as pesquisas sobre de Finanças comportamentais relacionadas com a diversificação de ativos, seja ele financeiro ou não-financeiro.

Kho e Kim (2007) pesquisaram sobre os efeitos das anomalias de *accruals* como fator de risco para um modelo racional de precificação de ativos financeiros, no mercado de bolsa de valores coreano. O período pesquisado corresponde de 1987 até 2005, e os resultados encontrados constataam a presença de anomalias de *accruals*, ou seja, as ações que possuem baixo *accrual* superam, significativamente, com elevado *accrual* em cerca de 16% por ano. Os autores

justificam esses resultados como uma avaliação errada dos *accruals*, sendo, portanto, mais uma explicação do comportamento de ineficiência do mercado que as finanças comportamentais tratam do que um fator de risco potencial baseado na eficiência do mercado.

Essayyad e Desai (2008) estudaram a diversificação de portfólios de ativos financeiros dos investidores da Arábia Saudita, ou seja, se as diversificações dos ativos eram formadas de acordo com suas aspirações, ou se eram formados de forma racional. Os resultados evidenciaram que os investidores são influenciados pelo viés da contabilidade mental e constroem seus portfólios como uma pirâmide de ativos. Constatou-se, ainda, que os investidores Sauditas formam seus portfólios com base em suas aspirações.

Broihanne, Merli e Roger (2008) pesquisaram os impactos do efeito disposição e da baixa diversificação de ativos financeiros, tendo por base a teoria do prospecto e a contabilidade mental. O estudo é teórico, e eles concluíram que as finanças comportamentais explicam, de forma razoável, as anomalias de mercado não consideradas pelas finanças tradicionais, ou seja, o efeito disposição e a subdiversificação são observados no nível individual, porém não desaparecem no nível agregado de mercado. Dessa forma, contraria a hipótese de eficiência do mercado, no que se refere à exclusão dos agentes de racionalidade limitada.

Jin e Kothari (2008) examinaram os efeitos da taxa de impostos sobre as decisões dos diretores executivos (CEO), por meio da diversificação de ativos e o viés do excesso de confiança. Os autores constataram que os CEOs vendem o patrimônio líquido adquirido, no que contraria a teoria tradicional no concernente ao medo do CEO de vender capital próprio, por receio de situações adversas no mercado de ações. Ainda, os autores identificaram que a venda de ações, associada ao pagamento de impostos imediato, faz com que os CEOs desistam ou desencorajam a venda de ações da empresa. Entretanto, o alto custo de subdiversificação motiva os CEOs a vendê-las. Outro resultado encontrado na pesquisa é que os CEOs respondem de forma mais lenta do que os investidores de mercado, quando da aplicação de imposto sobre ganho de capital na venda de ações, e a justificativa é que os CEOs sofrem o efeito disposição sobre as considerações sobre o referido imposto.

Jin e Kothari (2008, p. 41) relacionaram algumas evidências do efeito dos impostos na decisão de venda de ações pelos CEOs:

- Os gestores estão excessivamente preocupados com a consequência fiscal imediata da venda de ações;
- Menor aversão ao risco e, portanto, não valorizam a diversificação de ativos;
- Contratos de trabalho exigem que os CEOs detenham ações, por motivos de incentivos e eles estão altamente correlacionados com a carga tributária;

- Em vez de vender capital para conseguir diversificar, os CEOs preferem enfrentar os elevados custos de subdiversificação no mercado de capitais, que permite diversificar sem sacrificar a vantagem fiscal do capital próprio.

Magi (2009) analisou o comportamento da carteira agregada dos investidores que investem somente no mercado local, com base nas preferências comportamentais, especificamente, o enquadramento estreito (*narrow framing*). Os resultados da pesquisa apontam que os investidores do mercado local possuem capacidade limitada para processar informações. Especificamente, percebem que os ativos estrangeiros são menos atraentes por devido aos investidores do mercado local não possuírem competência para processar a informação de forma racional.

Abreu e Mendes (2010) trabalharam os efeitos da alfabetização financeira na diversificação de carteiras. Os resultados evidenciam que os investidores portugueses possuem baixo nível de informação financeira. Entretanto, os investidores, com idade de 44 anos, que possuem nível médio ou superior e morando na cidade de Porto, possuem maior nível de informação financeira. Outro resultado da pesquisa é que os investidores portugueses possuem carteiras subdiversificada, ou seja, em média, as carteiras são formadas com 2,6 ativos, e um número significativo de investidores possuem somente um ativo. Os autores concluem que os níveis de conhecimento financeiro específico como o nível de instrução dos investidores portugueses influenciam o número de ativos da carteira.

Dreu e Bikker (2012) pesquisaram os fundos holandeses de pensões, no período entre 1999 e 2006. Os resultados sugerem que estes investem muito pouco, ou nada, em ativos alternativos, e isso resulta em uma limitação da diversificação. Outro resultado da pesquisa se refere aos fundos de pensões que priorizam investimentos regionais, deixando de lado oportunidades de diversificação de risco internacional.

Hibbert, Lawrence e Prakash (2012) pesquisaram a relação entre a educação financeira e gestão de poupança. O público-alvo foram professores de finanças e de inglês de várias universidades dos Estados Unidos. Os resultados sugerem que os professores de finanças destinam maior parte de suas economias para aplicação em ações, além de gerenciarem, de forma mais ativa, suas carteiras e serem menos propensos a utilizarem estratégias de diversificação ingênuas.

Masini e Menichetti (2013) pesquisaram sobre a decisão de investimentos em energia renováveis. Os resultados evidenciam que vários fatores afetam a decisão de investimento em energia renováveis, dentre os quais destacam-se os fatores institucionais e comportamentais, que

afetam a participação de energias renováveis em carteira de investidores, especificamente. Os investidores possuem percepção e preconceitos com a energia renovável e preferem manter os investimentos em empresas de energia do *status quo* vigente.

Xie e Yang (2013) estudaram os efeitos do pensamento inercial e sentimento do investidor na montagem de carteiras de investimentos. Os resultados evidenciam que, à medida que o sentimento absoluto é relativamente baixo, o investidor afetado por esse sentimento e pensamento inercial deve realizar investimentos bem diversificados. Quando o sentimento absoluto é relativamente alto, os investimentos devem ser voláteis, ou seja, se o investidor é otimista sobre todos os ativos, deve concentrar os investimentos nos ativos sobre os quais o sentimento absoluto é maior e vice-versa.

Fuertes, Muradoglu e Ozturkkal (2014) evidenciaram a relação entre diversificação da carteira de investidores individuais com os traços pessoais e excesso de confiança, utilizando o mercado turco de bolsa de valores. Os resultados sugerem que os indivíduos ricos, os investidores velhos, que trabalham no setor financeiro, mostram níveis de diversificação maiores, devido estarem melhor preparados para obter e processar informações. Contudo, os profissionais de finanças e investidores casados evidenciam baixa diversificação em seus investimentos, e isso é decorrente do viés de excesso de confiança.

Akbar, Jamro e Shah (2014) pesquisaram o efeito do viés do patrimônio líquido doméstico, em 21 países, visando diminuí-lo. Vale salientar que é utilizado para a diversificação estrangeira, ou seja, os investidores preferem investimentos estrangeiros do que investir no mercado interno. Os resultados sugerem que há uma tendência decrescente dos investidores quanto a este viés, cujos fatores que contribuem para diminuir este viés são a quota do mercado local para capitalização do mercado mundial, informação disponível e abertura comercial.

Gaudecker (2015) pesquisou a diversificação de carteira doméstica com a alfabetização financeira e acompanhamento de assessoria financeira especializada, nos países Escandinavos. Para explicar tal relação, o autor trabalhou com as variáveis: nível de educação; idade; conhecimento financeiro; atitude em relação ao risco financeiro; medidas de riqueza, e renda familiar. Dessa forma, os resultados sugerem que as perdas resultantes da subdiversificação são maiores para os indivíduos que não recorrem a auxílio de assessorias especializadas, não possuem conhecimento financeiro técnico e habilidades necessárias para operar no mercado de ações, sendo decorrente do viés de excesso de confiança. Sendo assim, a subdiversificação reflete erros de investimento, contrariando a teoria tradicional de finanças.

Gumus e Dayioglu (2015) estudaram o viés do excesso de confiança em empreendedores, por meio das características demográficas. Os resultados apontam que as

características de ocupação, educação, renda, estado civil e gênero, volume de negócio e diversificação de carteira influenciam o viés de excesso de confiança. Entretanto, a idade relacionada com o volume de negócio não foi significativa em relação o viés pesquisado, mas foi significativa para a diversificação de carteira.

Grishina, Lucas e Date (2016) pesquisaram sobre o problema de seleção de carteira sob incerteza, por meio do comportamento à aversão ao risco. Os autores desenvolveram um modelo com características comportamentais, baseado na teoria do prospecto. Os resultados apontam que o modelo comportamental oferece uma melhor proteção contra a queda de preços dos ativos do que o modelo racional de seleção de carteira (o modelo de rastreamento de índice). Entretanto, em mercado de baixa, o modelo de rastreamento de índice é melhor do que o modelo comportamental. Vale ressaltar que os autores trabalharam com 225 ativos, considerado grande volume de ativos para análise pelos autores.

Os textos deste tópico fundamentam a relevância desta tese, pois as pesquisas apresentadas focam mais nos ativos financeiros e no mercado de capitais do que em diversificação de negócios ou produtos, enfim em ativos fixos. A exceção fica para as pesquisas de Akbar, Jamro e Shah (2014) e Gumus e Dayioglu (2015) que trabalharam o efeito comportamental na diversificação de ativos.

3 METODOLOGIA

Nesta seção, descreve-se o conjunto de procedimentos metodológicos a serem empregados na presente pesquisa: o delineamento deste trabalho, as variáveis estudadas neste estudo e o instrumento utilizado para medi-las, a definição do objeto da pesquisa, população, amostra e forma de coleta de dados; e as técnicas propostas para a análise dos dados coletados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Segundo Raupp e Beuren (2006), é de muita importância os delineamentos dos procedimentos metodológicos numa pesquisa científica, visto que, o delineamento mostra a forma pelo qual obteve-se as respostas para o problema de pesquisa determinado, através de uma estruturação elaborada, que se torna uma guia para a experimentação, coleta de dados e a análise, proporcionando uma melhor desenvoltura à pesquisa. No entanto, existem diversas formas de abordagem quanto à classificação de delineamento de uma pesquisa.

Ainda conforme Raupp e Beuren (2006), a tipologia de delineamento de pesquisa pode ser classificada em três categorias: pesquisa quanto aos procedimentos, pesquisa quanto aos objetivos, e pesquisa quanto à abordagem do problema. Com base nisso, a presente pesquisa será dividida então nessas três classes.

Neste contexto, quanto o objetivo, este estudo pode ser caracterizado como um estudo descritivo, uma vez que procura analisar um grupo de indivíduos, neste caso, analisar a diversificação de ativos reais em gestores dos setores de comércio, indústria e serviço. Segundo Vieira (2021), a pesquisa descritiva tem como objetivo conhecer e interpretar a realidade sem interferir nela, de forma que busca descobrir e observar fenômenos, a fim de descrevê-los, interpretar ou classificá-los.

No que tange às informações coletadas para análise, elas serão quantificadas com base no problema de pesquisa (analisar e comparar o grau da diversificação de ativos reais na gestão de empresas do ramo de comércio, indústria e serviços) sendo, portanto, uma abordagem de natureza quantitativa, visto que, é utilizado dados e meios estatísticos, a fim de disponibilizar um resultado objetivo e com precisão.

O que caracteriza o delineamento dos procedimentos é a forma da coleta de dados. Diante disso, os dados foram coletados através de questionários, ou também chamado *survey*, que é um dos procedimentos mais utilizados para obter informações. É uma técnica de custo razoável, apresenta as mesmas questões para todas as pessoas, garante o anonimato e pode conter questões para atender a finalidades específicas de uma pesquisa. Aplicada criteriosamente, esta técnica apresenta elevada confiabilidade. Podem ser desenvolvidos para medir atitudes, opiniões, comportamento, circunstâncias da vida do cidadão, e outras questões. Pode incluir questões abertas, fechadas, de múltipla escolha, de resposta numérica, ou do tipo sim ou não (BARBOSA, 1998).

3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PROCESSO DE AMOSTRAGEM

A população da pesquisa é composta por empresas de comércio, indústria e serviços do Brasil. Os dados foram coletados através de questionários estruturados, totalizando 150 respondentes que compuseram a amostra da pesquisa, sendo uma amostra não-probabilística, intencional e por conveniência.

3.3 COLETA DE DADOS

O instrumento de pesquisa foi composto por perguntas com respostas percentuais relativas às variáveis, que buscavam entender a diversificação na gestão das empresas de

comércio, indústria e serviços. Além destas questões, o questionário continha questões que caracterizavam tanto o respondente (gênero, grau de escolaridade, idade, cargo e tempo de trabalho na empresa) quanto a empresa (setor, segmento, tempo de atuação da empresa e quais principais negócios).

As empresas do estudo foram micro, pequenas e médias empresas situadas em território nacional, que respondessem espontaneamente o instrumento de pesquisa. O questionário, distribuído de forma digital, ***“foi encaminhado por e-mail para os pequenos e microempresários”***.

3.4 DEFINIÇÃO DAS VARIÁVEIS DA PESQUISA

As variáveis do presente estudo se referem as categorias de diversificação de negócios conforme Wrigley (197), sendo especialização e relacionamento e, também, conforme Rumelt (1974), sendo diversificação limitada, diversificação vinculada e integração vertical.

Para o entendimento da diversificação nas empresas estudadas, foi usada 06 assertivas para classificar em quais categorias as empresas se encaixam. Tais assertivas compõem o Quadro2.

Quadro 2 – Assertivas referentes as categorias de diversificação de negócios

Assertivas
Marque o percentual aproximado de quanto do total das receitas da empresa é proveniente da sua atividade Principal
Marque o percentual aproximado de quantas outras atividades se relacionam com a empresa
Marque o percentual aproximado das outras atividades que atuam no mesmo mercado consumidor da atividade principal da empresa
Marque o percentual aproximado das outras atividades que faz uso do mesmo sistema de distribuição da atividade principal da empresa
Marque o percentual aproximado das outras atividades que utilizam a mesma tecnologia e o setor de pesquisa e desenvolvimento da empresa
Marque o percentual aproximado de utilização de funcionários, estrutura física e operacional que é compartilhado com o negócio principal da empresa
Marque o percentual aproximado de utilização de funcionários, estrutura física e operacional que é compartilhado com o negócio principal da empresa

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

3.5 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A Análise de correspondência foi o modelo econométrico utilizado nesse estudo, pois é uma técnica exploratória de simplificação da estrutura da variabilidade de dados multivariados, utiliza de variáveis categóricas dispostas em tabelas de contingência, levando e conta medidas de correspondência entre as linhas e colunas da matriz de dados. Após feito isso, foi aplicado por meio do software SPSS versão 21 (Statistical Package for the Social Sciences), para realizar os testes estatísticos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A coleta de dados foi realizada através de um instrumento de pesquisa composto por perguntas com respostas percentuais relativas às variáveis, que buscavam entender a diversificação das empresas de comércio, indústria e serviços. Além destas questões, o questionário continha questões que caracterizavam tanto o respondente (gênero, grau de escolaridade, cargo na empresa) quanto a empresa (setor e setor de mercado). Por fim, os dados foram submetidos à testes estatísticos.

Um total de 150 gestores dos setores de comércio, indústria e serviços responderam ao questionário online. Os respondentes, em sua maioria, pertence ao gênero masculino, com 57,3% da amostra, por consequente, 42,7% pertencem ao sexo feminino.

Tabela 1 - Gênero dos gestores de comércio, indústria e serviços

	Frequência	Porcentagem relativa%	Porcentagem acumulativa (%)
Feminino	64	42,7	42,7
Masculino	86	57,3	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Por meio da Tabela 2, foi possível entender qual o grau de escolaridade predominante dos respondentes, sendo ensino superior o de maior porcentagem, com 44,7% e em seguida Especialização/MBA com 24,7%. Logo em seguida, ensino médio/técnico com 20,7%. O grau mestrado e doutorado atingiu o percentual de 6,0% e 2,7%, respectivamente. Por fim, ensino fundamental e pós doutorado, em suas extremidades, com 0,7% cada.

Tabela 2 - Grau de escolaridade

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Ensino Fundamental	1	,7	,7
Ensino Médio/Técnico	31	20,7	21,3
Ensino Superior	67	44,7	66,0
Especialização/MBA	37	24,7	90,7
Mestrado	9	6,0	96,7
Doutorado	4	2,7	99,3
Pós-Doutorado	1	,7	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O questionário foi distribuído para gestores do comércio, indústria e serviço e na Tabela 3 está descrito a porcentagem dos respondentes de cada setor. Por meio da tabela, é possível perceber que o comércio teve mais participação no questionário deste estudo, com 40,0%. Em seguida, o setor de serviços em segunda colocação com 31,3% e logo após o setor de indústria com 28,7%.

Tabela 3 - Estatística descritiva dos setores

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Comércio	60	40,0	40,0
Indústria	43	28,7	68,7
Serviço	47	31,3	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

De acordo com a Tabela 4, evidencia o setor de mercado dentre os setores de comércio, indústria e comércio. Dentre a amostra, 10 são construtoras com percentual 6,7% e em seguida a Indústria alimentícia com 8 empresas participantes neste estudo, com 5,3%. Em terceiro, as escolas com 4,0% da amostra respondente. Com relação a supermercado, 6 respondentes desta pesquisa fazem parte desse setor de mercado, com 3,3%. Posteriormente, indústria de aço, indústria de acessório automotivo, indústria de bebidas, transportadoras, consultoria contábil e indústria de movelaria atingiram o mesmo percentual na amostra, com 4 respondentes, sendo 2,7% cada.

Tabela 4 - Setor de mercado

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Construtora	10	6,7	6,7
Indústria Alimentícia	8	5,3	12,0
Escola	6	4,0	16,0

Supermercado	5	3,3	19,3
Indústria de Aço	4	2,7	22,0
Indústria de acessório automotivo	4	2,7	24,7
Indústria de Bebidas	4	2,7	27,3
Transportadora	4	2,7	30,0
Consultoria Contábil	4	2,7	32,7
Indústria de Moveleira	4	2,7	35,3
Serviços de TI	3	2,0	37,3
Varejista de Acessórios Femininos	3	2,0	39,3
Perfumaria	3	2,0	41,3
Varejista de equipamentos de informática	3	2,0	43,3
Indústria de artigos em couro	3	2,0	45,3
Indústria Química	3	2,0	47,3
Varejista de confecção	2	1,3	48,7
Academia	2	1,3	50,0
Indústria Metalúrgica	2	1,3	51,3
Panificadora	2	1,3	52,7
Varejista de eletrodomésticos	2	1,3	54,0
Indústria Química	2	1,3	55,3
Serviços Hospitalares	2	1,3	56,7
Oficina Mecânica	2	1,3	58,0
Serviços de Informática	2	1,3	59,3
Oficinas de Funilaria	2	1,3	60,7
Indústria de Calçados	2	1,3	62,0
Escritório de Arquitetura	2	1,3	63,3
Vidraçaria	2	1,3	64,7
Varejista de colchões	2	1,3	66,0
Farmácia de manipulação	2	1,3	67,3
Varejista de materiais	1	,7	68,0
Posto de Gasolina	1	,7	68,7
Indústria bélica	1	,7	69,3
Varejista de Acessórios Domésticos	1	,7	70,0
Varejista de moda íntima	1	,7	70,7
Consultório Odontológico	1	,7	71,3
Indústria de Cosméticos	1	,7	72,0
Loja de Acessórios Automobilísticos	1	,7	72,7
Aluguel de Equipamentos p/construção civil	1	,7	73,3
Varejista de Bicicletas	1	,7	74,0
Varejista de Brinquedos	1	,7	74,7
Indústria de confecção de moda Íntima	1	,7	75,3
Indústria de Confecção em Geral	1	,7	76,0
Varejista de Variedades	1	,7	76,7
Indústria de Confecção de Moda Praia	1	,7	77,3
Varejista de Sapatos	1	,7	78,0
Cafeteria	1	,7	78,7
Confecção de Moda Plus Size	1	,7	79,3
Loja de Penhores	1	,7	80,0
Restaurantes	1	,7	80,7
Imobiliária	1	,7	81,3
Varejista do derivado do leite	1	,7	82,0
Consultoria Jurídica	1	,7	82,7
Serigrafia	1	,7	83,3
Consultoria Fianceira	1	,7	84,0

Consultoria	1	,7	84,7
Varejista de equipamentos elétricos	1	,7	85,3
Varejista de tinturas	1	,7	86,0
Indústria de equipamentos	1	,7	86,7
Varejista de Móveis	1	,7	87,3
Confecção	1	,7	88,0
Varejista de aviamento	1	,7	88,7
Varejista de artesanato	1	,7	89,3
Granja	1	,7	90,0
Atacado de Materiais Médicos	1	,7	90,7
Concessionária de máquinas agrícola	1	,7	91,3
Joalheria	1	,7	92,0
Madereira	1	,7	92,7
Varejista de pneus	1	,7	93,3
Varejista de artigos eletrônicos	1	,7	94,0
Livraria e papelaria	1	,7	94,7
Varejista de lubrificantes	1	,7	95,3
varejista de cama mesa e banho	1	,7	96,0
Atacado de tecidos	1	,7	96,7
Indústria de equipamentos aeronáuticos	1	,7	97,3
Indústria esquadrias	1	,7	98,0
Serviço de cobrança	1	,7	98,7
Gráfica	1	,7	99,3
Atacado de materiais hidráulico e elétricos	1	,7	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Ainda sobre a Tabela 4, serviços de TI, varejista de acessórios femininos, perfumaria, varejista de equipamentos de informáticas, indústria de artigos em couro e indústria química também tiveram o mesmo percentual de respondentes, obtendo 3 participantes cada, ou seja, 2,0% cada da amostra total. Seguidamente, os setores de mercado varejista de confecção, academia, indústria metalúrgica, panificadora, varejista de eletrodomésticos, indústria química, serviços hospitalares, oficina mecânica, serviços de informática, oficinas de funilaria, indústria de calçados, escritório de arquitetura, farmácia de manipulação tiveram 2 gestores que compuserem a amostra desta pesquisada, totalizando 1,3% percentual de cada setor de mercado. Por fim, os outros setores não citados aqui, atingiram o percentual de 0,7% cada por setor de mercado.

Com o objetivo de caracterizar o respondente dentro da organização, foi questionado sobre o cargo dele (a) dentro da empresa, com as opções de proprietário, sócio diretor, sócio fundador, gerente, executivo e diretor, que nesta pesquisa são considerados gestores. Os cargos, em sua maioria são de sócios diretores, com 121 gestores, atingindo o percentual de 80,7% da amostra da pesquisa. Em seguida, o cargo de diretor com 18 ao todo, atingindo o percentual de 12,0%. Além destes, o cargo de gerente alcançou a 3ª colocação, com 4

respondentes, atingindo o percentual de 2,7%. Proprietário e executivo tiveram o mesmo resultado com 3 respondentes cada, totalizando um percentual de 2,0% cada. Por último, o cargo de sócio fundador, com apenas 1 respondente, com o percentual de 0,7%.

Tabela 5 - Cargo da empresa

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Proprietário	3	2,0	2,0
Sócio Diretor	121	80,7	82,7
Sócio Fundador	1	,7	83,3
Gerente	4	2,7	86,0
Executivo	3	2,0	88,0
Diretor	18	12,0	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Por meio das Tabelas 6 e 7, foi possível analisar e comparar o grau da diversificação de ativos reais na gestão de empresas do ramo de comércio, indústria e serviços. Analisando as Tabelas 6 e 7, podemos verificar as particularidades dos ativos. Dentre os gestores que responderam a esta pesquisa, 94 deles responderam que sim para o questionamento que possui vários negócios. Dentre esses, 47 possui apenas um negócio dominante, 41 possui negócios não-relacionados e somente 5 possui negócios relacionados. Os outros 57 possui apenas um negócio, com o percentual de 38%.

Tabela 6 - Vários negócios

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Sim	94	62,7	62,7
Não	56	37,3	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Tabela 7 - Classificação da diversificação

	Frequência	Porcentual	Porcentagem acumulativa
Negócio Único	57	38,0	38,0
Negócio Dominante	47	31,3	69,3
Negócios Relacionados	5	3,3	72,7
Negócios Não-Relacionados	41	27,3	100,0
Total	150	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A Tabela 8 evidencia a estatística descritiva do setor de indústria, comércio e serviço, onde é possível observar uma média dos indicadores dos setores em geral. Com relação a idade

dos gestores, a média é de 45,92 (anos) com desvio padrão de 11,32. O tempo de atuação da empresa é em média de 23,46 (anos) com desvio padrão de 16,19. Por conseguinte, o tempo de trabalho na empresa também foi questionado, onde a média ficou de 16,31 (anos) com desvio padrão de 9,40. Adicionalmente, foi perguntado sobre o percentual do total das receitas da empresa é proveniente da atividade principal, a média percentual das respostas ficou em 76,73% com desvio padrão de 0,23. Em seguida, foi solicitado aos respondentes que marcassem o percentual aproximado de quantas outras atividades se relacionam com a empresa e, de acordo com as respostas, a média percentual ficou de 18,93%. Ademais, os respondentes foram questionado sobre o percentual das outras atividades que atuam no mesmo consumidor da atividade principal da empresa, na qual a média percentual ficou de 18,27%. Outrossim, de acordo com os respondentes, 16,67% faz o uso do mesmo sistema de distribuição da atividade principal da empresa e 16,87% utilizam a mesma tecnologia e o setor de pesquisa e desenvolvimento da empresa. Por fim, aproximados 15,89% utilizam funcionários, estrutura física e operacional que é compartilhado com o negócio principal da empresa.

Tabela 8 - Estatística descritiva

	N	Média	Desvio padrão
Idade	150	45,9200	11,13223
Tempo de atuação da empresa	150	23,4600	16,19289
Tempo de trabalho na empresa	150	16,3133	9,39808
Percent. de RT prov. Principal Negócio	150	,7673	,23070
Outr Ativ se relacionam com a empresa	150	,1893	,30126
Mesmo mercado consumidor	150	,1827	,31254
Mesmo sistema de distribuição	150	,1667	,30798
Mesma tecnologia e P&D	150	,1687	,31241
Mesma Util Func, Estrut Fis e Operacional	150	,1580	,31798

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Tabela 9 - Classificação da diversificação dos gestores analisadas

			Classificação da Diversificação				
			Negócio Único	Negócio Dominante	Negócios Relacionados	Negócios Não-Relacionados	Total
Setor do Mercado	Comércio	Contagem	22	14	2	22	60
		Expected Count	22,8	18,8	2,0	16,4	60,0
		% dentro de Setor do Mercado	36,7%	23,3%	3,3%	36,7%	100,0%
		% dentro de Classificação da Diversificação	38,6%	29,8%	40,0%	53,7%	40,0%
	Indústria	Contagem	16	17	3	7	43
		Expected Count	16,3	13,5	1,4	11,8	43,0
		% dentro de Setor do Mercado	37,2%	39,5%	7,0%	16,3%	100,0%
		% dentro de Classificação da Diversificação	28,1%	36,2%	60,0%	17,1%	28,7%
	Serviço	Contagem	19	16	0	12	47
		Expected Count	17,9	14,7	1,6	12,8	47,0
		% dentro de Setor do Mercado	40,4%	34,0%	0,0%	25,5%	100,0%
		% dentro de Classificação da Diversificação	33,3%	34,0%	0,0%	29,3%	31,3%
Total	Contagem	57	47	5	41	150	
	Expected Count	57,0	47,0	5,0	41,0	150,0	
	% dentro de Setor do Mercado	38,0%	31,3%	3,3%	27,3%	100,0%	
	% dentro de Classificação da Diversificação	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A partir dos dados da Tabela 9, observa-se que, para o setor de mercado, a diversificação do segmento comércio, 36,7% de negócio único dentro do setor de mercado e 36,7% de negócios não relacionados, já o negócio dominante é 23,3% do setor de mercado dos casos deste estudo, apenas 3,3% é de negócios relacionados dentro do setor de mercado.

Para a variável do segmento de indústria, a diversificação de negócios dominantes se destacou com 39,5% dentro de setor de mercado, em seguida, negócio único dentro do setor de mercado alcançou o percentual de 37,2%. Com um percentual abaixo, negócios não relacionados de 16,3% e negócios relacionados com 7,0%. Por fim, para a variável do segmento serviço, tem como predominante negócio único com 40,4% e em seguida, negócio dominante com 31,3% dentro de setor de mercado. Em contrapartida, negócios não relacionados se diferenciou dos outros segmentos, tendo 27,3% do percentual dentro do setor de mercado.

Tabela 10 - Teste qui quadrado das empresas analisadas

Dimensão	Valor singular	Inércia	Qui-quadrado	Sig.	Proporção de inércia		Valor singular de confiança	
					Contabilizado para	Acumulativo	Desvio padrão	Correlação 2
1	,215	,046			,727	,727	,080	,008
2	,132	,017			,273	1,000	,044	
Total		,064	9,536	,146 ^a	1,000	1,000		

a. 6 graus de liberdade

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

O Teste Qui Quadrado de Pearson é geralmente usado para comparar duas variáveis categóricas e verificar se são homogêneas entre si. Na Tabela 10 vimos que o p-valor obtido foi de 0,146, considerando 6 graus de liberdade, tendo isso em vista, não há evidências suficientes para dizer que há associação entre a diversificação dos segmentos estudados. Além disto, foi feito a estatística do qui-quadrado da razão de verossimilhança (G^2) é baseada na razão das frequências observadas para as esperadas, que obteve o resultado de razão de verossimilhança 10,877 com p-valor de 0,190, ou seja, as variáveis se associam de forma aleatória, ou seja, existe há associação entre as variáveis.

A tabela 10 evidencia que as dimensões 1 e 2 explicam, respectivamente, 72,7% e 27,3% da inércia principal total

A Tabela 11 e 12 apresentam o *output* de contribuição de ponto para inércia de dimensão, ou seja, evidenciam as categorias mais representativas de cada variável para a composição inercial de cada dimensão. Dessa forma, A tabela 11 mostra que a categoria Indústria é a mais representativa para a variável setor de mercado para a composição da dimensão 1 (62,5%) e a categoria serviço é a mais representativa para a variável setor de mercado para a composição da dimensão 2 (68,2%).

As Análises de Correspondência, que foram apresentadas na Tabela 11, foram obtidas a partir de duas dimensões para projeções planares de tipos de variáveis. O método utilizado é a normalização simétrica, permitindo que a relação entre linhas e colunas seja exibida simultaneamente. Primeiramente, apresenta tabelas de contingência entre cada variável estudada para o Setor de Mercado.

Tabela 11 – Análises de Correspondência

Setor de Mercado	Massa	Pontuação em dimensão			Contribuição				
		1	2	Inércia	De ponto para inércia de dimensão		De dimensão para inércia de ponto		
					1	2	1	2	Total
Comércio	,400	,446	,275	,021	,370	,230	,811	,189	1,000

Indústria	,287	-,685	,201	,030	,625	,088	,950	,050	1,000
Serviço	,313	,057	-,535	,012	,005	,682	,018	,982	1,000
Total ativo	1,000			,064	1,000	1,000			

a. Normalização simétrica

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Os contingenciamentos entre as variáveis, testados pelo teste χ^2 , revelam que elas não são independentes, ou seja, comércio, indústria e serviços analisado neste estudo não se combinam aleatoriamente.

A tabela 12 mostra que a categoria, negócios não relacionados é a mais representativa para a variável classificação da diversificação para a composição da dimensão 1 (53,2%) e a categoria negócios relacionados é a mais representativa para a variável classificação da diversificação para a composição da dimensão 2 (77,9%).

Tabela 12 - Classificação da Diversificação e sua contribuição

Classificação da Diversificação	Massa	Pontuação em dimensão			Inércia	Contribuição			
		1	2	De ponto para inércia de dimensão		De dimensão para inércia de ponto			
				1		2	1	2	Total
Negócio Único	,380	-,005	-,120	,001	,000	,041	,003	,997	1,000
Negócio Dominante	,313	-,444	-,209	,015	,287	,104	,881	,119	1,000
Negócios Relacionados	,033	-1,080	1,753	,022	,181	,779	,383	,617	1,000
Negócios Não-Relacionados	,273	,647	,192	,026	,532	,076	,949	,051	1,000
Total ativo	1,000			,064	1,000	1,000			

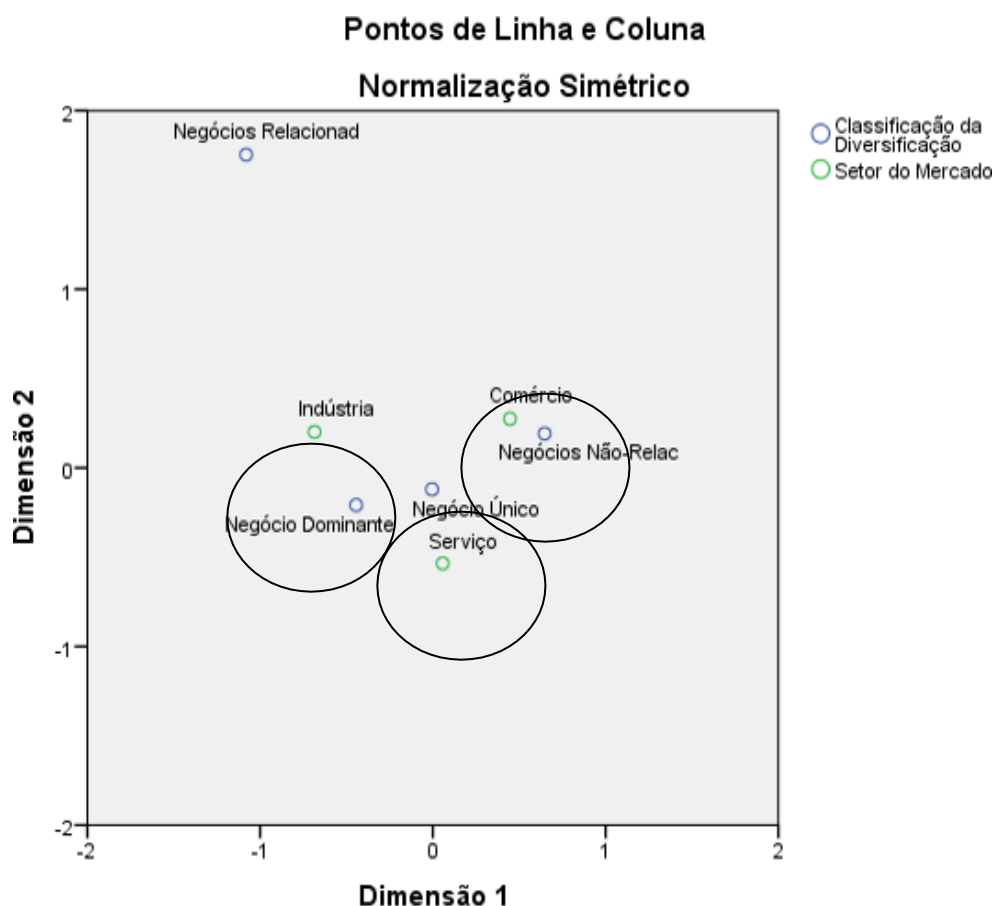
a. Normalização simétrica

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Os contingenciamentos entre as variáveis, testados pelo teste χ^2 , revelam que elas não são independentes, ou seja, as variáveis negócio único, negócio dominante, negócios relacionados e negócios não relacionados não se combinam aleatoriamente.

Isto posto, torna-se possível a elaboração do mapa perceptual, com duas dimensões, para visualização da posição relativa de cada nível das variáveis em estudo.

Figura 1 - Mapa perceptual entre Setores de Mercado e Classificação da Diversificação



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Por meio do mapa perceptual apresentado na figura 1, é possível verificar que existem associações entre os Setores de Mercado e Classificação da Diversificação. Primeiramente, verifica-se que o Comércio está fortemente associado a Negócios Não-Relacionados. Em seguida, também é possível visualizar a relação de Negócio Único com Serviço. A relação moderada de Negócio Dominante com a Indústria.

As empresas do segmento de comércio da amostram foram varejistas e foram classificadas como negócio não relacionados o que demonstra que este segmento apresenta fortemente uma diversificação. Já as empresas de segmento da indústria, foram classificadas como negócio dominante, pois as empresas possuem alguma diversificação, porém o principal negócio é responsável por 70% e 95% das receitas, segundo Wrigley (1970). Por fim, as empresas de segmento de serviço são classificadas como negócio único, o que demonstra que

as vendas são provenientes de um único negócio da empresa, segundo Wrigley (1970), portanto não há diversificação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A diversificação de ativos nada mais é do que uma estratégia de alocação de capital de acordo com as diferentes modalidades dos mercados financeiros. Em outras palavras, é uma jogada inteligente alocar dinheiro em diferentes ativos e investimentos. Este estudo teve como objetivo comparar o grau de diversificação na gestão das empresas de comércio, indústria e serviços. Considerada como estratégia de crescimento, o fundamento da diversificação, é para uma empresa, explorar novas áreas de negócio que prometam maior rentabilidade.

Diante disso, para atendimento do objetivo, os dados foram coletados através de questionários estruturados, totalizando com 150 gestores do comércio, serviço e indústria no Brasil e que compuseram a amostra da pesquisa. Nesta análise, verificou-se as particularidades dos ativos, sendo 94 que possuem vários negócios, 47 possui negócio único, sendo dominante, 41 possui vários negócios, sendo negócios não-relacionados e somente 5 possui negócios relacionados.

De maneira geral, os resultados evidenciaram que os gestores possuem vários negócios, mas prezam por seus negócios únicos. Por exemplo, para o setor de mercado do comércio, 36,7% são de negócio único, possuindo 38,6% de classificação de diversificação. Já para o segmento da indústria, a diversificação de negócios dominantes se destacou com 39,5% e, por fim, para o segmento do serviço negócios únicos tem 38,8% da porcentagem total. Portanto, entende-se que a diversificação de ativos é uma boa estratégia, porém, os negócios únicos foram predominantes para o setor de comércio e serviço.

Ressalta-se que o presente estudo apresenta algumas limitações, como dificuldade na coleta de respostas, o que é razoável por se tratar de um estudo pela internet, onde as taxas de resposta são fracas, o que influenciou diretamente no tamanho da amostra, sendo também uma dificuldade do estudo.

No entanto, apesar de suas limitações, é o ponto de partida para uma série de investigações, por isso, sugere-se como repetir o mesmo estudo com uma amostra maior e com setores diferentes, afim de ter novas experiências e buscar novos conhecimentos acerca da diversificação de ativos.

REFERÊNCIAS

- ANIL, İ.; YİĞİT, I. The Relation between Diversification Strategy and Organizational Performance: A Research on Companies Registered to the Istanbul Stock Exchange Market. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v.24, p.1494–1509, 2011.
- COELHO JUNIOR, L.M.; REZENDE, J.L.P.D.; ÁVILA, E.S.; OLIVEIRA, A.D.D.; BORGES, L.A.C. Analysis of the brazilian cellulose industry concentration (1998–2007). **Cerne**, v.16, n.2, p.209–216, 2010.
- CONCEIÇÃO, E.V.; SANTOS, D.F.L.; TERENCE, A.C.F. Efeito da estratégia de diversificação no valor da empresa: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Foco**, v.11,n.1, p.9, 2018.
- DA SILVA, J.D. **Técnicas para Medir Concentração de Mercado de Mídia: modo de usar**. In: XVIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 2016, Caruaru (PE): Intercom, 2016.
- DE CARVALHO, F.C.; MARQUES, S.A. Concentração municipal do beneficiamento de algodão no estado do Paraná nos anos oitenta. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v.30,n.2, p.149–157, 2020.
- FLORES, F.A.; CAMPANI, C.H.; ROQUETE, R.M. The impact of alternative assets on the performance of Brazilian private pension funds. **Revista Contabilidade e Finanças**, v.32, n.86, p. 314–330, 2021.
- GRZEBIELUCKAS, C.; MARCON, R.; ALBERTON, A. A estratégia de diversificação e performance: o caso das companhias abertas no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie - RAM**, v.14, p.99–126, 2013.
- LIMA Fabiana. **Ativos financeiros: descubra o que são e se vale a pena investir**. RemessaOnline. Disponível em: <<https://www.remessaonline.com.br/blog/ativos-reais-e-ativos-financeiros-voce-conhece-estes-terminos/#:~:text=S%C3%A3o%20chamados%20de%20Ativos%20Reais,que%20s%C3%A3o%20produzidos%20por%20ela>>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- MARQUES, SAMIRA AOUN et al. CONCENTRAÇÃO MUNICIPAL DO BENEFICIAMENTO DE ALGODÃO NO ESTADO DO PARANÁ NOS ANOS OITENTA. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 30, n. 2, p. 149-157, 2020.
- PAPI, Bruno. **Guia Completo: Ativos Reais, o que são e como investir?**. Criando Futuro. Disponível em: <<https://criandofuturo.com/aulas/116/guia-completo-ativos-reais-o-que-sao-e-como-investir>>. Acesso em: 22 mar. 2021.
- SILVA, S. B. **Estrutura de Capital e Diversificação de Negócios de Empresas Brasileiras**. Tese Administração. MACKENZIE, U. P. São Paulo 2018.
- SIMPLÍCIO, J.G.; LEMME, C.F.; LEAL, R.P.C. **Teoria de carteiras na seleção de projetos de investimento em petróleo**. Rio de Janeiro: UFRJ /COPPEAD, 2010. 16 p.

Time Rico. **Diversificação de investimentos: Como montar sua carteira.** Riconnect.
Disponível em: <<https://riconnect.rico.com.vc/blog/diversificacao-de-investimentos>>.
Acesso em: 09 mai. 2021.