

Sumário Econômico



Porque um novo auxílio emergencial não é imprescindível

Com a pandemia da Covid-19, o governo teve o dever de estabelecer o distanciamento social e o fechamento dos estabelecimentos não essenciais. Essas medidas provocaram o aumento do desemprego, em que trabalhadores autônomos e informais foram rápida e fortemente prejudicados. Para suavizar esse efeito negativo, em abril de 2020, o governo passou a disponibilizar um auxílio emergencial para a parcela da população mais afetada. A última parcela do benefício foi definida para dezembro, mas muitos especulam se ele deve ser estendido neste início de 2021, quando a pandemia se agrava no País e no mundo.

Os dados econômicos mais recentes questionam a necessidade premente de continuar com o

auxílio. Essa necessidade é ainda confrontada pela falta de espaço fiscal para nova rodada de ampliação de gastos neste momento.

Vale destacar que, ainda em janeiro, pelo menos 20 milhões de pessoas receberão o benefício, ou seja, metade do total de beneficiários, aqueles nascidos entre julho e dezembro, que entraram no último calendário de repasses. Isso deve dar algum fôlego ao varejo no início do ano.

Segundo a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o percentual de famílias endividadadas encerrou 2020 em alta, houve crescimento mensal da contratação de

**Pesquisa de Endividamento e Inadimplência dos Consumidores -
Síntese dos Resultados**

	Total de endividados	Dívidas ou contas em atraso	Não terão condições de pagar
Jan./2020	65,3%	23,8%	9,6%
Dez./2020	66,3%	25,2%	11,2%
Média 2020	66,5%	25,5%	11,0%

Fonte: CNC

dívidas pelas famílias em dezembro, mas o indicador ficou abaixo da média para o ano.

Contudo, o mais importante a se notar é que esse incremento na proporção de endividados não foi acompanhado do aumento no percentual de famílias com contas em atrasado, nem mesmo das que afirmam que não terão condições de pagar suas dívidas. Ao contrário, ambos os indicadores de inadimplência têm progressivamente se reduzido

desde agosto, e fecharam 2020 em tendência de queda.

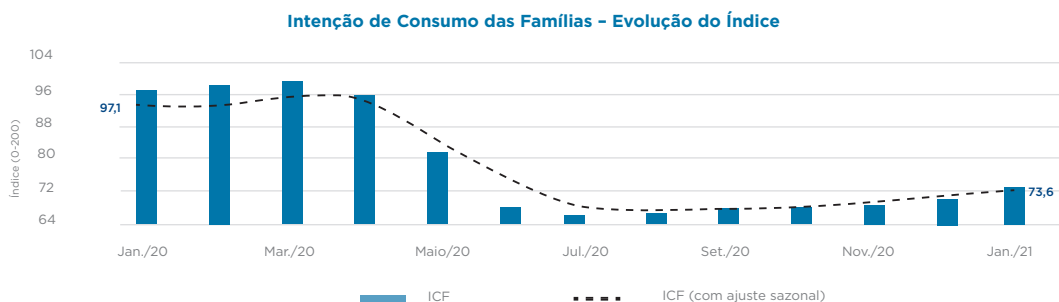
As famílias estão conseguindo arcar com contas e dívidas com seus próprios recursos, revisando e controlando os orçamentos, mesmo com pressões inflacionárias, principalmente nos alimentos, em um processo de maior conscientização em relação aos gastos pessoais. O benefício emergencial sem dívidas favoreceu essas famílias na manutenção

► de algum nível de consumo, e na quitação dos compromissos financeiros, mas a organização das finanças domésticas é um dos fatores a ser também considerado no quadro de maior endividamento e menor inadimplência.

Nunca é excessivo lembrar que, para mitigar o risco de explosão na inadimplência, devemos seguir ampliando o acesso ao sistema financeiro com custos baixos, e principalmente alongar os prazos de pagamento das dívidas. Essas

iniciativas apoiam o maior controle do orçamento pessoal e devem fazer o crédito ganhar ainda mais protagonismo no crescimento do consumo e da economia em 2021.

A CNC também calcula o indicador de Intenção de Consumo das Famílias (ICF), que está em uma trajetória crescente desde setembro do ano passado. Os consumidores têm mostrado maior propensão a comprar e mais confiança na recuperação econômica. Em janeiro, além de



o indicador ter evoluído positivamente, também alcançou o maior patamar desde maio de 2020, ostentando valores cada vez mais próximos do nível pré-crise.

O setor de serviços está se recuperando das taxas negativas registradas durante a crise, com crescimento de 2,6% em novembro de 2020, o sexto resultado positivo consecutivo. Esse avanço no setor é corroborado pelas contratações temporárias. A modalidade de trabalho temporário gerou mais de dois milhões de vagas em 2020 e 25% delas eram de profissões relacionadas aos serviços. Vale lembrar que as contratações temporárias são importantes ao setor, pois a maior demanda por mão de obra reflete o aquecimento da atividade, que tem seus períodos normais de sazonalidade.

A agricultura é outro setor que deve auxiliar a economia brasileira. A colheita brasileira de grãos deverá atingir novo recorde em 2021, produzindo 260,5 milhões de toneladas no ano. Caso essa estimativa se realize, a produção representará um aumento de 2,5% em relação à safra de 2020, que já tinha sido recorde com aumento de 5,2% em comparação a 2019.

Outro fator que leva a crer que os consumidores conseguirão se recuperar sem precisarem do auxílio é o aumento da chamada poupança precaucional observada em 2020. Os brasileiros sentiram a insegurança da crise sanitária e montaram suas próprias reservas financeiras. Em 2020, a captação líquida da poupança foi de R\$ 166,31 bilhões, acima

dos R\$ 13,33 bilhões captados em 2019, tornando-se largamente o maior resultado da série histórica, iniciada em 1995.

Todos esses fatores corroboram a tese de que a recuperação pode continuar, mesmo que em menor ritmo, sem o auxílio. É claro que, caso haja uma onda ainda mais intensa da crise, ou o calendário de vacinação não seja estabelecido para logo, o auxílio pode vir a ser importante, mas não é o que se espera que aconteça. Pelo contrário, a expectativa é de que o Produto Interno Bruto (PIB) cresça 3% este ano, sem que haja novos repasses de benefícios emergenciais.

O que é essencial para sustentar a recuperação não é necessariamente o auxílio, mas o compromisso com o teto dos gastos. A dívida pública em reais aumentou durante a crise, mas o País está conseguindo rolar a dívida e ela não representa problemas, desde que se respeite o teto. Afinal, todos os países no mundo tiveram que aumentar suas despesas nesse período. Para que a dívida volte a um nível controlado, no entanto, é fundamental que sejam aprovadas as reformas em análise.

A necessidade de manter o teto faz com que o Brasil precise controlar seus gastos, fazendo com que a continuidade do auxílio emergencial ocasione mais problemas do que benefícios. Uma das estratégias do governo para amenizar os impactos do fim do auxílio no início deste ano é a antecipação do 13º salário dos beneficiários do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

- Essa medida deverá ampliar os gastos dos consumidores em R\$ 37 bilhões, cerca de R\$ 20 bilhões da primeira parcela do 13º salário para aposentados e pensionistas, e R\$ 17 bilhões do abono salarial. Esses números projetados pela CNC representam 15% do total pago pelo auxílio emergencial desde o início da pandemia.

A economia brasileira está conseguindo se recuperar também porque a taxa Selic está muito baixa, 2%, o menor nível histórico. Para que a economia tenha os resultados positivos esperados, é importante manter a Selic baixa no contexto em que ainda há predomínio de ociosidade na atividade. O controle da inflação é igualmente importante, mas em 2021 não se esperam maiores pressões como as vistas no fim do ano passado.

A alta dos preços das commodities, apoiada pelo fortalecimento do dólar, ajuda a elevar a renda no Brasil. O dólar subiu ainda mais em razão do overhedge, porém deve terminar este ano em torno de R\$ 5,00, já que a política monetária americana deve continuar expansionista. A recuperação econômica americana também terá

grande efeito sob a trajetória da Selic no Brasil, já que o governo vem respeitando o teto de gastos, o que tende a manter os juros internos sob controle.

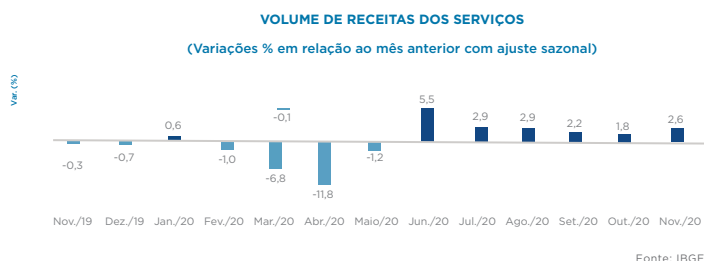
As estimativas são de que a Selic encerre o ano entre 2,5% e 3%, e a inflação em 3,5%, isso se não houver auxílio. A inflação deve ser mais influenciada pela demanda chinesa por alimentos, pois internamente a demanda no Brasil não deve ser suficientemente alta para puxar a inflação, lembrando que ainda temos capacidade ociosa. Portanto, não há razão para temer a inflação fugir do controle, apenas se o auxílio for prorrogado, neste caso, ela pode ficar acima de 4% em 2021.

Se o governo fizer as reformas, principalmente a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) Emergencial, e mantiver o teto, não terá problemas, e a economia estará sob controle, com algum crescimento resguardado. Com essas medidas, não haverá necessidade de preocupações, pois o Brasil é um dos poucos emergentes que conseguiram uma recuperação em V, além de se beneficiar por ser credor líquido em dólares.

Retomada dos serviços segue lenta perante os demais setores

O volume de receitas do setor de serviços cresceu 2,6% na comparação entre os meses de outubro e novembro de 2020, já descontados os efeitos sazonais. Segundo a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), divulgada em 13 de janeiro pelo Instituto Brasileiro de Geografia e

Estatística (IBGE), foi o sexto mês consecutivo de avanço no volume de receitas após o setor acumular retração de 19% entre março e maio de 2020. Na comparação com o mesmo mês do ano passado, houve variação negativa (-8,3%) pelo nono mês consecutivo.



Os cinco grupos de atividades apresentaram variações positivas de volume de receitas. Em novembro, os destaques foram os serviços prestados às famílias (+8,2%), que avançaram pelo quarto mês consecutivo, e os serviços profissionais, administrativos e complementares (+2,5%), estes com a maior alta mensal desde junho (+3,0%).

Especificamente nos serviços prestados às famílias, sobressaíram as atividades de alojamento e alimentação (+9,1%). Apesar desse avanço, o volume de receitas gerado por essas atividades em agosto ainda é 26% inferior ao do período pré-pandemia. O transporte aéreo foi outro destaque no mês, com avanço de 6,8% ante outubro; porém, 38% ▶

▶ abaixo do faturamento médio do primeiro bimestre de 2020.

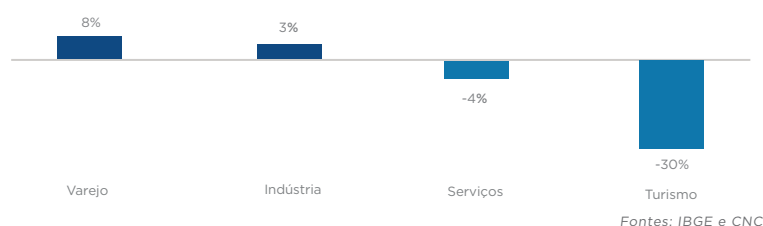
Essas defasagens no volume de receitas em relação ao início do ano passado reforçam a percepção de que o turismo é de longe o setor mais afetado pela queda do nível de atividade ao longo da pandemia da Covid-19. Mesmo tendo crescido

pelo sexto mês consecutivo em relação à média do primeiro bimestre, o volume de receitas do setor ainda se encontra 30,0% abaixo do nível verificado antes da atual pandemia. Situação mais crítica, portanto, que a da produção industrial (+3%), do setor de serviços como um todo (-4%), e do volume de vendas do comércio varejista (+8% até outubro).

INDÚSTRIAS, COMÉRCIO, SERVIÇOS E TURISMO: NÍVEIS DE ATIVIDADE DE NOVEMBRO EM

RELAÇÃO À MÉDIA DO 1º BIMESTRE DE 2020

(Variações % em relação às médias de janeiro e fevereiro)

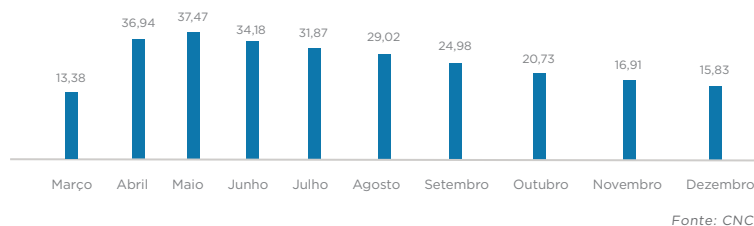


Ainda que a um ritmo menos intenso, desde o “fundo do poço” ocorrido em abril, as perdas em relação ao período anterior à Covid-19 seguem se acumulando. Segundo levantamento realizado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), as

perdas mensais sofridas pelo setor já somam R\$ 261,30 bilhões desde o início da pandemia – o equivalente a mais de quatro meses de faturamento. Atualmente, o turismo brasileiro opera com 42% da sua capacidade mensal de geração de receitas.

PERDAS MENSAIS DE FATURAMENTO NO SETOR DE TURISMO BRASILEIRO EM 2020

(R\$ Bilhões)

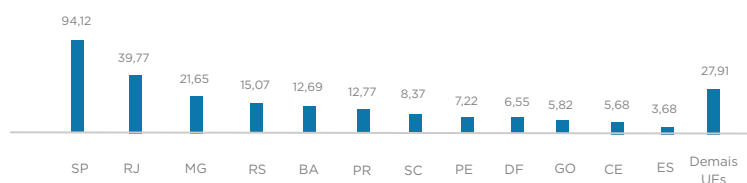


A estimativa da CNC cruza informações disponibilizadas pelas pesquisas conjunturais e estruturais do IBGE, além de séries históricas referentes aos fluxos de passageiros e aeronaves nos 16 principais aeroportos do País.

Os estados de São Paulo (R\$ 94,12 bilhões) e do Rio de Janeiro (R\$ 39,77 bilhões), principais focos da Covid-19 no Brasil, concentram mais

da metade (51,2%) do prejuízo nacional. Essas perdas se refletem, por exemplo, nas quedas de fluxo de passageiros nos principais aeroportos dessas duas unidades da Federação. Ao fim de dezembro, os aeroportos de Congonhas e Galeão registravam quedas de 56% e 59%, respectivamente, no fluxo de aeronaves, tendo-se como base o tráfego antes da Covid-19.

(R\$ Bilhões)



Fonte: CNC

A crise que ainda castiga severamente o setor levou à eliminação de 437,9 mil postos formais de trabalho entre março e novembro de 2020, segundo estatísticas mais recentes do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), apurado mensalmente pela Secretaria do Trabalho, ligada ao Ministério da Economia. Esse contingente representou uma queda de 12,5% na força de trabalho do setor.

O segmento de bares e restaurantes (-244,1 mil) liderou as perdas, seguido pelos ramos de transporte rodoviário (-88,1 mil) e hospedagem (-65,4 mil). São Paulo (-147,0 mil), Rio de Janeiro (-59,0 mil) e Minas Gerais responderam por mais da metade (56%) das vagas perdidas. No Nordeste, importante polo turístico do País, foram 69,5 mil

vagas a menos no mesmo período. Empresas de pequeno porte foram as que mais tiveram que recorrer às demissões (-175,9 mil).

Com a lenta reação do setor de serviços aos estímulos para a retomada do nível de atividade econômica, a CNC espera queda de 8,0% no volume de receitas de 2020 – o pior resultado anual desse indicador desde o início da PMS em 2012. Para 2021, diante da expectativa de crescimento econômico e de uma base comparativa, a entidade aposta na volta do crescimento do setor (+3,7% ante 2020). Já para o turismo, a expectativa é de que o setor não consiga reaver o nível de atividade perdido para a pandemia antes do fim de 2022, devendo acusar queda de 36,8% quando da divulgação dos dados relativos a dezembro do ano passado.

PMC, PMS e latur

Em condições normais, as pessoas costumam distribuir a renda auferida de diversas maneiras ao longo do mês. Dependendo das circunstâncias, evidentemente, elas pagam impostos e dívidas, bem como, se possível, podem fechar o mês no azul, no balanço positivo; isto é, podem conseguir poupar graças ao fato ou ao esforço de terem despendido menos do que receberam na forma de renda.

O saldo (positivo ou negativo) somente será possível de acontecer depois que elas conseguirem materializar, integralizar nas contas, as suas necessidades – sejam básicas ou secundárias.

De maneira geral, os gastos que as pessoas realizam somente podem ser com bens e serviços.

Diferente do que acontece com bens, os gastos com muitos serviços podem estar ligados a um excesso ou sobra no orçamento doméstico; assim como podem estar vinculados à experiência e ao aproveitamento de bons instantes – como férias,

viagens, entre relativos ao lazer, entretenimento e turismo.

De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em novembro do ano passado, o comércio varejista faturou mais 0,6% em relação a outubro pela ótica das vendas ampliadas, isto é, quando se incorporou no varejo restrito o comportamento dos segmentos automotivos (veículos e motos, partes e peças) e dos de materiais de construção.

Quando se considera o varejo restrito apenas, ou seja, levando-se em consideração combustíveis e lubrificantes; hiper e supermercados; tecidos e vestuário; móveis e eletrodomésticos; artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos; livros, jornais, revistas e papelaria; equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação; e outros artigos de uso pessoal e doméstico, sem incluir

► os dois segmentos mencionados acima, a PMC de novembro registrou pequena queda, de 0,1%.

Diferentemente do que aconteceu com o consumo de serviços, a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), também elaborada pelo IBGE, levantou que os prestados às famílias brasileiras subiram 8,2% em novembro do ano passado contra outubro.

Em igual sentido, observaram-se que os serviços voltados à prática das atividades típicas do turismo – alimentação fora do lar, cultura e lazer, transporte de passageiros, hospedagem e agentes de viagens –, medidos por meio do Índice de Atividades Turísticas (Iatur), aumentaram 7,6% em novembro na passagem de outubro.

Pela característica do consumo, boa parcela do de bens pode estar associada às necessidades primárias, aquelas relacionadas com a sobrevivência; enquanto muitos serviços, em particular os ligados às diversas atividades turísticas, não possuem mesma essencialidade. Daí as vendas flutuarem bastante – e negativamente nos períodos de crise –, porque apresentam forte correlação com interesses e desejos secundários dos consumidores.

Dependendo do índice para observar a trajetória das vendas do comércio, o resultado do setor pode vir a ser favorável ou contrário. Por exemplo, pelo conceito do comércio varejista restrito, as vendas apresentaram fortalecimento: 3,4% contra novembro de 2019; nos 11 primeiros meses, tiveram aumento de 1,2%; e, no intervalo de 12 meses terminados em novembro de 2020, houve evolução de 1,3%.

Menos otimista o cenário do comércio ficou quando se verificaram as vendas reais pelo critério ampliado. Em novembro do ano passado contra mesmo mês do ano retrasado, obteve-se alta de 4,1%.

No entanto, nas duas outras bases de comparação, o comércio como um todo ainda amargou alguns prejuízos. O faturamento no ano até novembro revelou diminuição de 1,0%; ao passo que, no acumulado de 12 meses findados em novembro, também mostrou queda de 1,3%.

Se, com o comércio de bens, os registros da pesquisa do IBGE apontaram para vendas em recuperação; com os serviços – tanto os prestados

para as famílias quanto aqueles caracterizados por se constituírem do turismo –, a situação expôs a assimetria das preferências dos gastos realizados pelos consumidores. Neste caso, os indicadores demonstraram que as atividades irão demandar mais tempo para se recuperarem e voltarem ao período anterior à crise pandêmica.

Exemplificando: os serviços prestados às famílias despencaram 26,2% em novembro de 2020 ante novembro de 2019. Essa retração acentuada também pode ser percebida no acumulado do ano até novembro (-36,6%), e igualmente no intervalo de 12 meses até novembro (-33,4%).

Com relação aos serviços típicos do turismo, a tendência é a de também apresentarem lentidão para se recuperarem. Isso porque nas mesmas bases comparativas dos serviços prestados às famílias, o desempenho das vendas dos segmentos turísticos apresentou-se pouco pior.

Em relação a novembro de 2020 contra 2019, as vendas encolheram 29,6%; no acumulado do ano até novembro, a taxa atingiu -37,4%; e, no período de 12 meses acabados em novembro, foi de -33,6%.

As variações descreveram as opções das famílias com o consumo de bens e de serviços, de acordo com gostos, preferências, necessidades, entre outros fatores que irão influenciar as decisões, como preços, crédito, endividamento, expectativas, etc.

No contexto da melhora da economia e das expectativas de crescimento de 3,5% do Produto Interno Bruto (PIB) para este ano, tem-se configurado que alguns setores poderão ser mais beneficiados do que outros, podendo avançar mais rapidamente durante esta fase pós-recessiva.

Concluindo, a crise impacta os setores produtivos de maneira diferenciada, da mesma forma que a recuperação da economia se apresenta para os diversos segmentos com múltiplas alternativas, mas nem todas as empresas conseguem aproveitar o bom momento.

Ambos os movimentos são inerentes à capacidade de os setores produtivos efetuarem vendas, assim como são dependentes do nível da demanda e da disponibilidade de recursos dos consumidores no instante em que se disporão a efetuar seus gastos.

Lifelong learning

Os costumes, os processos de trabalho, os modelos de produção e até as relações entre as pessoas evoluíram como nunca, em um ritmo frenético. Para sobreviver e se destacar neste mundo em constante transformação, a capacidade de aprender constantemente, até o fim da vida, é indispensável. É nessa realidade de cenário que surge o lifelong learning.

Esse conceito pode ser traduzido como aprendizagem ao longo da vida ou educação continuada, abordando a necessidade das pessoas se manterem estudando e se desenvolvendo. Na era digital, em que o avanço tecnológico parece estar mais rápido que as habilidades humanas, ter diploma de uma universidade não é mais garantia de uma boa colocação no mercado de trabalho nem de sucesso profissional. Hoje, para acompanhar o ritmo de surgimento de novas tecnologias, o profissional precisa estar antenado, ser curioso e disposto a aprender em todos os momentos de sua vida.

A aplicação prática pode ser feita por:

Cursos de qualificação: são excelentes ferramentas de crescimento. Ao se qualificar, você aprofunda conhecimentos e ganha novas experiências, preparando-se para posições que exigem mais responsabilidades e possibilitará que você tome decisões mais coesas, acertadas e produtivas.

Atenção às tendências do mercado: o mercado é altamente inconstante e exige que

os profissionais se mantenham atualizados. As tendências de consumo, como tem acontecido com a pandemia, por exemplo, funcionam como diretrizes estratégicas de ajuste das organizações mais competitivas e de adaptação à nova realidade.

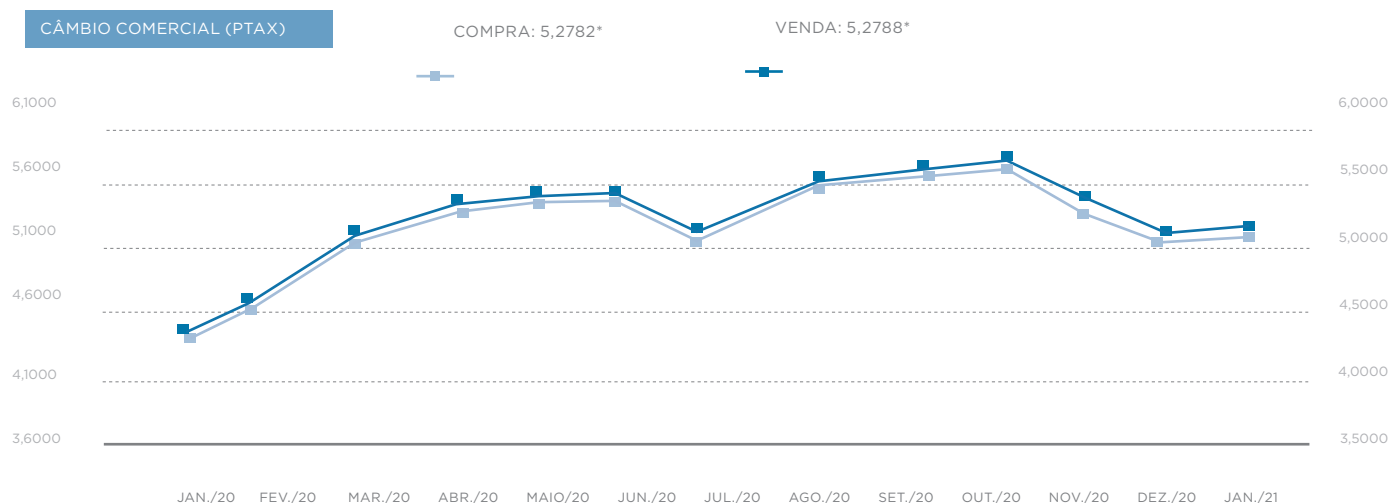
Identificação de melhorias: o aspecto comportamental e a capacidade de liderança, por exemplo, também têm seu espaço – e essa abordagem pode fazer toda a diferença na evolução da sua carreira.

As instituições também precisam se adequar rapidamente às tendências que surgem no mercado, para se manterem atualizadas para utilizar como diferencial competitivo. Então, uma vez que os colaboradores se atualizam rapidamente e a empresa estimula esse processo de aprendizagem contínua, tudo isso colabora na retenção de talentos, aumento de proatividade e melhoria no clima organizacional.

Nesse processo, várias funções vão desaparecer e outras novas vão surgir. O profissional, que antes passava a vida numa área ou função, terá de experimentar novas atividades e arriscar. A expectativa é de que, daqui para a frente, os trabalhadores tenham de quatro a seis carreiras ao longo da vida. Adotar esse conceito pode ajudar a desenvolver mais habilidades, além de dar mais autonomia e independência ao profissional, que estará mais preparado para o futuro.

INDICADORES ECONÔMICOS

DISCRIMINAÇÃO	OUTUBRO DE 2020	NOVEMBRO DE 2020	DEZEMBRO DE 2020	VARIÇÃO PERCENTUAL (%)	
				ACUMULADO NO ANO	ÚLTIMOS 12 MESES
IPCA (%) (IBGE)	0,86	0,89	1,35	4,52	-
INPC (%) (IBGE)	0,89	0,95	1,46	5,45	-
IGP (M) (%) (FGV)	3,23	3,28	0,96	23,14	23,14
IGP (DI) (%) (FGV)	3,68	2,64	0,76	23,08	23,08
IPC Fipe	1,19	1,03	0,79	5,62	5,62



*Em 18 de janeiro de 2021

PESQUISA MENSAL DO COMÉRCIO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO

	Novembro de 2020 - Var. (%)	MÊS ¹	MENSAL ²	ANO	12 M
1. Comércio Varejista		-0,1	3,4	1,2	1,3
Combustíveis e lubrificantes		-0,4	-6,7	-10,0	-9,2
Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo		-2,2	-1,7	5,0	4,1
Hipermercados e supermercados		-2,3	-0,4	6,1	5,2
Tecidos e vestuário		3,6	-4,9	-25,1	-21,3
Móveis e eletrodomésticos		-0,1	17,8	11,6	12,3
Móveis		-	21,6	12,3	12,5
Eletrodomésticos		-	16,3	11,3	12,3
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos		2,6	11,7	7,7	7,6
Livros, jornais, revistas e papelaria		5,6	-15,3	-29,7	-26,0
Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação		3,0	-9,9	-16,6	-14,9
Outros artigos de uso pessoal e doméstico		1,4	16,2	2,6	3,8
2. Veículos e Motocicletas, Partes e Peças		3,5	0,8	-15,1	-13,2
3. Materiais de Construção		-0,8	17,0	10,1	9,7
4. Comércio Varejista Ampliado (1+2+3)		0,6	4,1	-1,9	-1,3

¹Varição (%) contra o mês anterior, dados com ajuste sazonal

Fonte: IBGE | Elaboração: CNC - Divisão Econômica

²Varição (%) contra o mesmo mês do ano anterior

CALENDÁRIO DE INDICADORES ECONÔMICOS

Janeiro de 2021

Dia	Indicador/Pesquisa	Fonte
25	Expectativa de Inflação	FGV
26	Ata do Copom	BC
26	Sondagem do Consumidor	FGV
27	Setor Externo	BC
27	Sondagem do Comércio	FGV
28	Crédito	BC
28	PNAD	IBGE
28	IGP-M	FGV
28	Sondagem da Indústria	FGV
29	Política Fiscal	BC
29	Sondagem de Serviços	FGV
29	Incerteza da Economia	FGV

SUMÁRIO ECONÔMICO

Ano XXXIX, nº 1.652, Janeiro, 2021

Área responsável: Divisão Econômica

Editor responsável: Carlos Thadeu de Freitas Gomes

Redação técnica: Divisão Econômica - de@cnc.org.br

Projeto gráfico: Gecom

Diagramação: Gecom

Revisão: Alessandra Volkert

As últimas edições desta publicação estão disponíveis na íntegra no endereço www.cnc.org.br, na área Publicações.