



Agreste Pernambucano, Atraso Econômico e Comércio Exterior: Uma Análise Preliminar das Duas Primeiras Décadas do Século XXI

LÁZARO VINÍCIUS PEREIRA SOARES (GRADUANDO EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹
JOSÉ VALDECY GUIMARÃES JÚNIOR (DOUTOR EM ECONOMIA E PROFESSOR DO NG/CAA/UFPE)²

A busca pelo desenvolvimento econômico, quer de um país ou de uma região subnacional, dá-se por intermédio de uma mudança estrutural que leva a um processo de transferência de pessoas de um setor econômico de baixa produtividade para outro de alta produtividade, isto é, da agricultura para a indústria e, em seguida, para os serviços considerados modernos.

Acontece que nos países ou regiões atrasadas, os quais há uma predominância das estruturas econômicas de menor produtividade, o comércio internacional oferece possibilidades concretas para ascender ao patamar de países desenvolvidos, ou seja, dotados de um aparelho produtivo tecnologicamente avançado. De acordo com Furtado (1971[1967], p. 210), o comércio exterior funciona como um elemento propulsor das mudanças estruturais em uma economia atrasada.

O Agreste é uma sub-região do estado de Pernambuco, localizado entre o litoral e o sertão. Esta zona de transição não é tão quente e seca como o sertão e nem tão úmido como a zona da mata. A regionalização mais abrangente, proposta pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), para a enquadrar no território do estado é a chamada Mesor-

1 lazaro.psoares@ufpe.br

2 valdecy.guimaraes@ufpe.br



região do Agreste Pernambucano. Nesta região, de 24.400 km², residem cerca 2.421.074 habitantes, espalhados por 71 municípios que, por sua vez, estão reunidos em seis Microrregiões, à saber: Vale do Ipanema, Vale do Ipojuca, Alto Capibaribe, Médio Capibaribe, Garanhuns e Brejo Pernambucano.

Considerando a estimativa em 2020, a participação da população da Mesorregião do Agreste Pernambucano no estado de Pernambuco era de aproximadamente 25,18%, no entanto, a fatia do PIB representava apenas 16,53% em 2018. Apesar da diferença intertemporal, a tendência dos percentuais se mantém, o que se traduz por uma insuficiência da atividade econômica daquela sub-região.

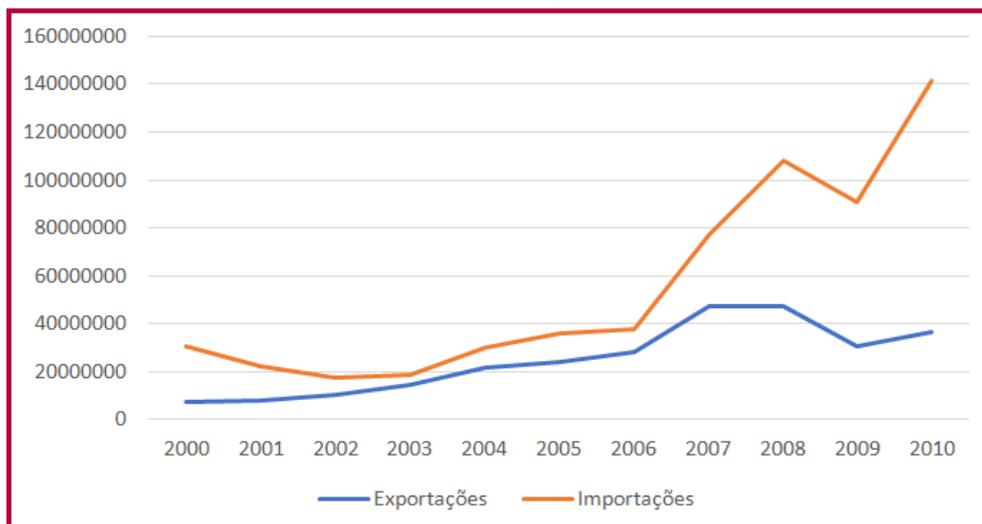
Em linha com o pensamento furtadiano, a Mesorregião do Agreste pernambucano pode ser compreendida como uma típica região com baixo nível de desenvolvimento. Tais regiões se caracterizam por serem desprovidas de forças internas suficientemente capazes de iniciar um processo de desenvolvimento endógeno. A experiência histórica mostra que o estabelecimento de um fluxo de comércio exterior entre estas regiões atrasadas e outras mais dinâmicas é capaz de proporcionar o impulso inicial ao desenvolvimento, mesmo sem prévia acumulação de capitais. Isto se dá em virtude do intercâmbio comercial forçar uma combinação mais racional dos fatores abundantes – terra e trabalho – o que permite uma maior produtividade da economia, resultando na produção de excedente econômico para exportação (Furtado, 2010[1954], p. 335-336).

A continuidade do impulso externo, na medida em que a mão-de-obra no setor exportador recebesse salários mais elevados que a média regional, acarretaria a migração de trabalhadores do setor de menor produtividade para o de maior produtividade, possibilitando a expansão do desenvolvimento econômico. O aumento da produtividade média e da renda real resultantes estabeleceriam as condições para a diversificação dos investimentos e, portanto, a perspectiva de um redirecionamento do padrão inicial do desenvolvimento econômico, baseado no setor externo, para um novo padrão apoiado no mercado interno, na acumulação de capital e todos os benefícios decorrentes. A simples expectativa dessa possibilidade coloca a expansão do comércio internacional como algo de fundamental importância para o desenvolvimento das regiões atrasadas (Furtado, 2010[1954], p. 338-339).

Visto que o comércio exterior é uma importante atividade para que as regiões com baixo nível de desenvolvimento superem sua condição de atraso econômico, o objetivo deste boletim é verificar o comportamento das exportações e importações da referida região, nos anos que se estendem de 2000 a 2020, a fim de tecer alguns comentários, ainda muito preliminares, sobre suas perspectivas de desenvolvimento.

Vale acrescentar que, especificamente, na análise regional, do tipo subnacional, as exportações têm um sentido mais amplo, compreendendo as vendas para fora da região, tanto para o mercado interno quanto para o exterior. As importações, por outro lado, abrangem as aquisições da região, independentemente de serem originárias do mercado interno ou externo. No entanto, dada as limitações do escopo deste trabalho, restringiremos a análise tão somente para o mercado externo.

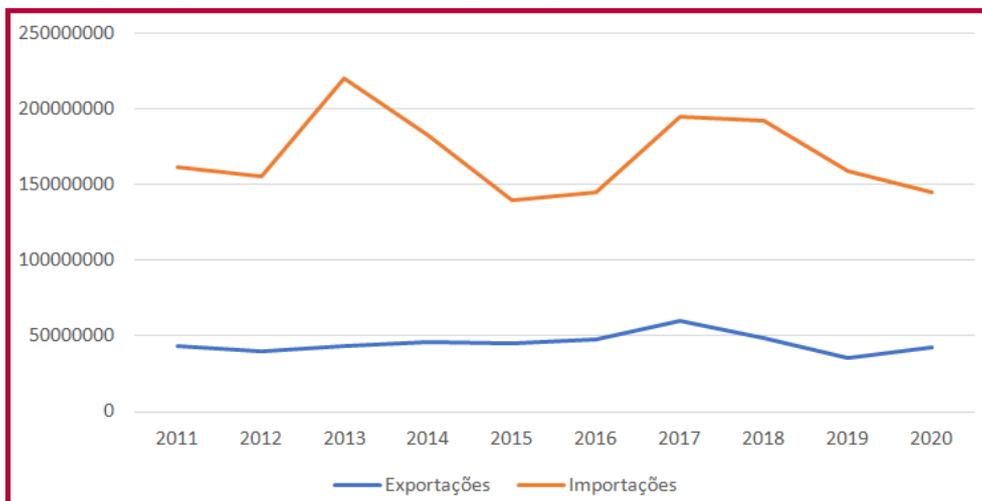
O Gráfico 01 mostra o comportamento das exportações e importações da Mesorregião do Agreste pernambucano, no período de 2000 à 2010.

Gráfico 01
 Exportações e Importações (FOB) – Mesorregião Agreste Pernambucano – 2000 a 2010 – US\$³


Fonte: Elaboração própria, dados do IPEADATA (2021).

O Gráfico 01 revela que a região apresentou déficit comercial, durante toda a primeira década do século XXI. Tem-se duas partes claramente definidas. A primeira delas até o ano de 2006, onde as exportações apresentaram uma trajetória lenta de crescimento que, conseguindo aproximar-se mais das importações, configurou-se uma menor magnitude do déficit. A segunda, a partir de 2006, quando, antes mesmo dos impactos nacional e estadual da crise financeira internacional verificada em 2009, as importações se descolaram das exportações e o déficit cresceu vertiginosamente.

O Gráfico 02 é a continuação no tempo do gráfico anterior. Ele revela o comportamento das exportações e importações da Mesorregião do Agreste pernambucano na década seguinte, entre os anos de 2011 à 2020.

Gráfico 02
 Exportações e Importações (FOB) – Mesorregião Agreste Pernambucano – 2011 a 2020 – US\$³


Fonte: Elaboração própria, dados do IPEADATA (2021).

³ A disposição das séries históricas em dólares correntes norte-americanos visa o deflacionamento dos dados e, portanto, viabiliza a comparação inter-temporal.



O que salta aos olhos no Gráfico 02 é que o déficit comercial da Mesorregião do Agreste pernambucano apresentou-se bem mais expressivo nos anos de 2011 à 2020, relativamente ao período anterior. O comportamento errático das importações e a estagnação das exportações podem ser explicados pelo impacto de sucessivos fatores: a não recuperação da crise internacional de 2008, os sucessivos escândalos de corrupção, a forte recessão nacional e estadual nos anos de 2015 e 2016 e o início da pandemia de Covid-19 que se instalou no país desde o mês de março de 2020.

Apesar dos inúmeros percalços nos planos nacional e internacional, durante estes últimos vinte anos, o déficit comercial da Mesorregião do Agreste pernambucano pode ser preliminarmente explicado também por algumas características intrínsecas da própria região, como por exemplo⁴:

- (A) A histórica existência da informalidade, sobretudo no Polo de Confeccões, liderado pelos municípios de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama, o que dificulta a penetração em mercados internacionais. Um fato interessante digno de nota é que, apesar, dos menores custos de produção devido à informalidade, o mercado tem sido abundantemente invadido por produtos chineses;
- (B) Apesar da existência de algumas plantas industriais dispersas no espaço, como por exemplo, as indústrias alimentícias e de autopeças (Baterias Moura) em Belo Jardim e as fábricas de laticínios e derivados de carne suína-bovina-aves (Perdigão) em Bom Conselho, tais plantas não são estruturadas em cadeias produtivas integradas e, portanto, não reúnem as mínimas condições para a promoção das exportações;
- (C) A forte concentração dos empreendimentos em municípios de porte médio, a exemplo de Caruaru;
- (D) Poucas empresas locais que se dedicam às atividades exportadoras e, destas, nem todas se mantiveram nesta empreitada, durante o período de 2001 à 2010.

Cabe ressaltar a existência de empreendimentos locais que seguem estratégias exitosas de inovação e exportação, como a Hebron, do segmento fármaco-químico, instalado em Caruaru; a Luzarte Estrela, do segmento de acessórios para a construção civil, também instalada em Caruaru; a Baterias Moura, do segmento de autopeças, instalada em Belo Jardim e outras regiões; a Rota do Mar, do segmento de confeccões, instalada em Santa Cruz do Capibaribe.

Sendo o comércio exterior, uma importante variável para estimular o dinamismo econômico das regiões atrasadas, verificou-se que no período recente, de 2000 à 2020, fatores domésticos estruturais aliados a fatores externos conjunturais combinaram-se negativamente, contribuindo com a reduzida atividade econômica e déficit comercial crônico. Dentre outros fatores, a superação do atraso da Mesorregião do Agreste pernambucano dependerá de uma reversão do comportamento recente das exportações, para uma trajetória

4 Estas informações foram consultadas de Silva (2011).



continuamente crescente, a ser conquistada, sobretudo, nos períodos de normalidade. Para tanto, deve haver, por parte dos governos das três instâncias – Federal, Estadual e Local – a construção de uma política favorável de comércio exterior em sinergia com os empresários locais.

REFERÊNCIAS

Furtado, C. **Teoria e política do desenvolvimento econômico**. 4ª ed. São Paulo: Editora Nacional, 1971. [A 1ª edição data de 1967].

Furtado, C. **Formação de capital e desenvolvimento econômico**. Em: Agarwala e Singh, S. (Org.). A Economia do Subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2010. [*International Economic Papers*, n.4, 1954]

IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em 08 de março de 2021.

Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEADATA). **Comércio Exterior-Importações**. Disponível em: <<https://ipeadata.gov.br/>>. Acesso em 08 de março de 2021.

Silva, M.A. **Comércio exterior e inovação industrial: o caso do Agreste de Pernambuco**. 3º Congresso Brasileiro de Relações Internacionais. USP: 20-22/07/2011.



Em que Medida o Comércio Internacional no Agreste Pernambucano foi Afetado pela Pandemia da Covid-19?

BIANCA BÁRBARA LIMA DE SOUZA (GRADUANDA EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹

ALINE ARAÚJO SILVA (MESTRE EM ECONOMIA PELO PPGECON/CAA/UFPE)²

MONALIZA DE OLIVEIRA FERREIRA (DOUTORA EM ECONOMIA E PROFESSORA DO NG E DO PPGECON/CAA/UFPE)³

A pandemia da Covid-19 está infligindo perdas humanas em todo o globo e as medidas de proteção necessárias estão impactando a atividade econômica. As questões que envolvem o desempenho do comércio internacional estão no centro dos debates econômicos mundiais e chamam a atenção para os mercados locais, muitas vezes, pequenos.

As previsões de organismos como o Fundo Monetário Internacional dão conta de que a economia global deveria contrair-se em -3% em 2020, cenário muito pior do que durante a crise financeira de 2008. A recuperação do crescimento projetada para 2021 seguirá um cenário colapsado tal como ocorrido em 2020, com repercussões para mulheres, jovens, pobres e principalmente trabalhadores do setor informal. A recuperação das atividades econômicas variará de país para país, dependendo do acesso a intervenções médicas e maior apoio político, choques econômicos e situação econômica vigente antes da crise (FMI, 2021).

No Brasil, o Agreste Pernambucano é conhecido nacionalmente pela importância de sua atividade econômica no setor têxtil e de confecções. Mesmo assim, o comércio externo não acompanha o *player* de produção. Observa-se também que o Estado de Pernambuco passou a apresentar desvantagem comparativa ao longo dos anos, ou seja, não conseguiu manter sua participação de forma continuada no comércio externo, mesmo tendo a indústria de confecção como um importante gerador de emprego e renda, sendo conhecido nacionalmente por seu importante Arranjo Produtivo Local. Isto explica porque o comércio neste setor veio se reduzindo drasticamente nos últimos anos, como revela Silva (2020).

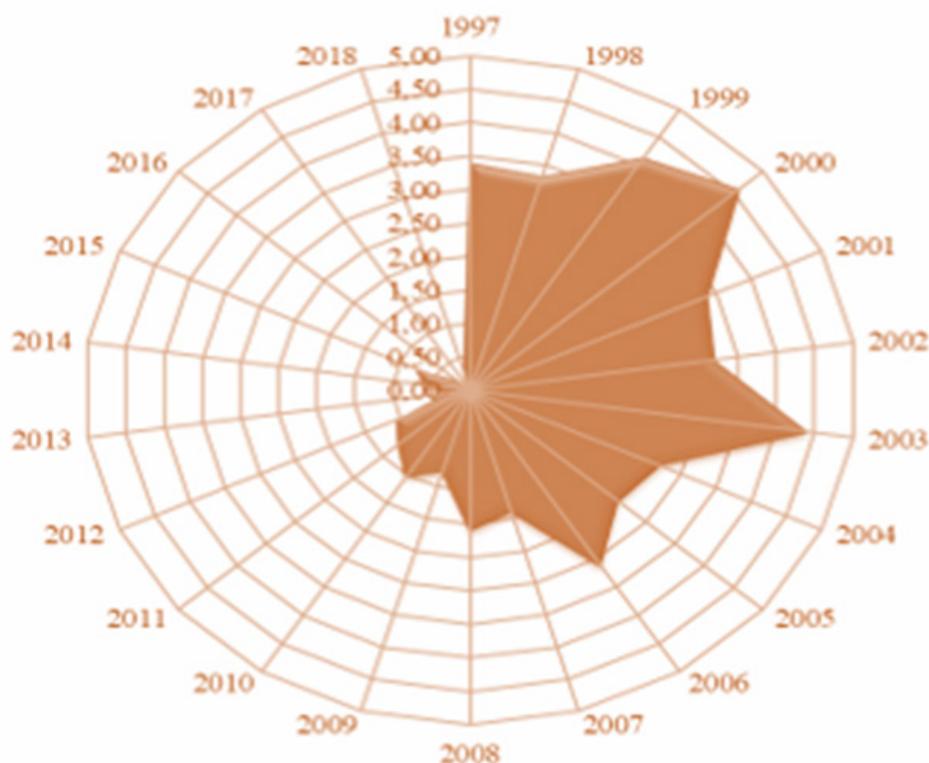
1 bianca.barbara@ufpe.br

2 alinearaujo8@hotmail.com

3 monaliza.ferreira@ufpe.br

Figura 01

Índice de Vantagem comparativa revelada de Pernambuco – 1997-2018



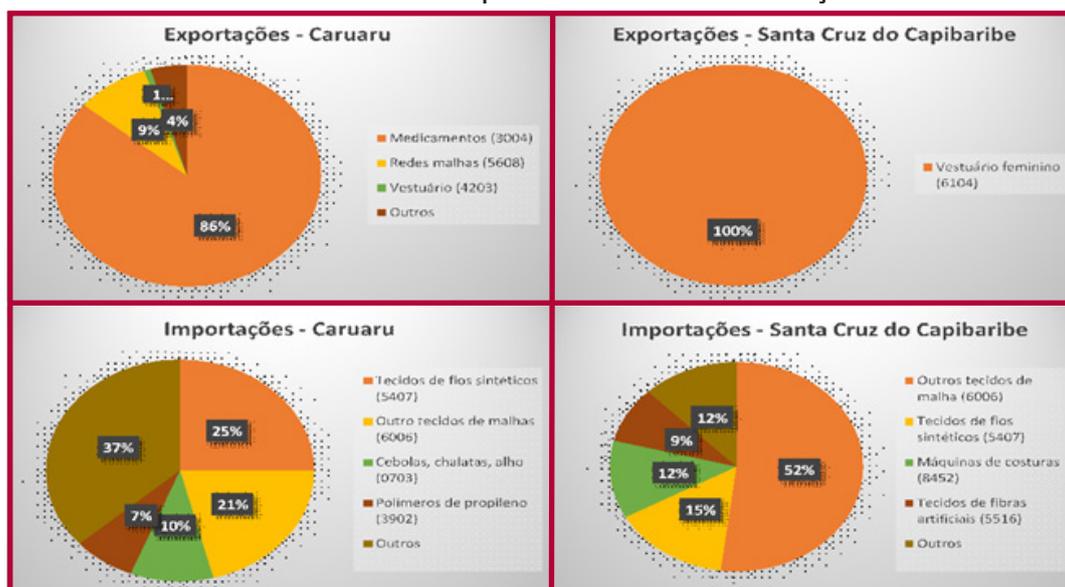
Fonte: Silva (2020).

Nesta Região, destacam-se os municípios de Caruaru, Belo Jardim, Garanhuns e Santa Cruz do Capibaribe. O comércio local determina o PIB na maioria destes municípios, que se destacam por suas participações em algum arranjo produtivo local, seja de Confeção (Caruaru, Belo Jardim, Santa Cruz do Capibaribe) ou leiteiro (Garanhuns), tal como apontaram Silva, Pereira e Ferreira (2020).

Silva, Pereira e Ferreira (2020) ainda chamaram a atenção para o salto no produto de Caruaru no horizonte de quinze anos, período que marca a transição da economia quase que exclusivamente para a atividade de produção e comércio de confecções. E esta atividade impulsiona outras, tais como o ramo hoteleiro, beneficiado pelos vários eventos de negócios realizados no município durante o ano.

E nesta reconfiguração necessária para alavancar a economia no pós-pandemia, muitas expectativas são colocadas no comércio exterior, como dito. Nos principais municípios do Polo de Confeção, Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe, observa-se que o comércio externo da Região não foi demasiadamente modificado em função do cenário de crise, apesar de a produção de confecções praticamente ter parado na Região. Em Caruaru, como as exportações não se constituem de produtos desse setor, não houve grandes variações no volume exportado de produtos. E em Santa Cruz, praticamente houve uma única compra,

de baixo valor e para um único destino, não interferindo no cenário comercial por se tratar de algo muito pontual. Por fim, ressalte-se que volume e valor exportado nestes dois municípios têm valores muito baixos (BRASIL/MDIC/ComexStat, 2021).

Figura 02
Comércio Externo de Municípios do Polo de Confeções em 2020


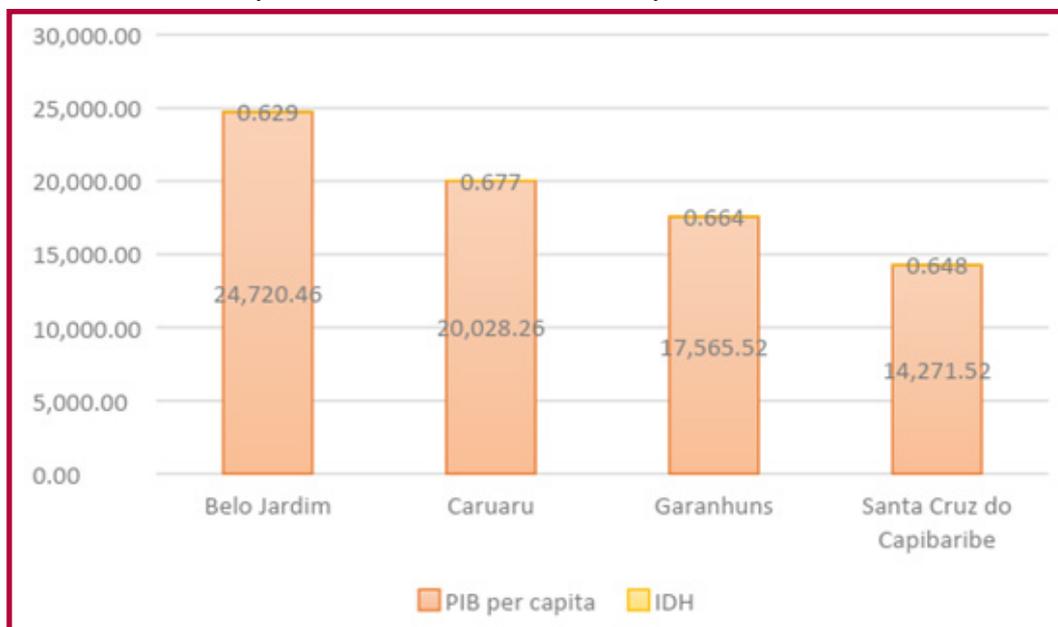
Fonte: BRASIL/MDIC/ComexStat (2021).

Em Caruaru, o município exporta basicamente medicamentos, desde o ano de 2010, em virtude da atuação da *Hebron* na Região e, portanto, o comércio externo não reflete a produção de confecção local. Já em Santa Cruz do Capibaribe houve uma comercialização pontual de vestuários femininos em 2020 (Figura 02), com baixíssimo volume negociado e com único parceiro comercial (Portugal). Por outro lado, chama a atenção que os dois municípios importam produtos têxteis e de confecção, sendo a China o principal parceiro comercial desses municípios (67% da mercadoria importada no caso de Caruaru e 88% em Santa Cruz do Capibaribe), de acordo com dados do MDIC (BRASIL/MDIC/ComexStat, 2021).

O Município de Belo Jardim, que apresenta o maior PIB *per capita* do Agreste Pernambucano (Gráfico 1), é disparadamente o maior exportador da Região, tendo exportado o valor de US\$40,4 milhões no ano de 2020, basicamente comercializando acumuladores elétricos (93%), em razão da atuação da *Baterias Moura* no Município, enquanto Caruaru obteve apenas US\$ 151 mil no ano de 2020 com as vendas ao exterior. Os principais parceiros comerciais de Belo Jardim constituem-se em Argentina (46%), Paraguai e Uruguai (11%), Venezuela e Estados Unidos (8%), considerando o saldo entre exportações e importações (BRASIL/MDIC/ComexStat, 2021). Já Garanhuns, com um comércio mais tímido (valor exportado de US\$320 mil em 2020), basicamente comercializa com a Argentina (93,8% das exportações e 97,8% das importações).

Gráfico 01

Principais indicadores dos municípios selecionados



Fonte: IBGE (2021).

Como o foco era evidenciar alterações em virtude da pandemia do Covid-19, não fez sentido apresentar a composição do comércio externo desses municípios em anos anteriores. De forma que os dados do Ministério (BRASIL/MDIC/ComexStat, 2021) revelam pequenas alterações em 2020 nestes municípios considerados.

À guisa de conclusão, apreende-se que os cenários instáveis e as expectativas para o período de retomada da economia mundial devem modificar as participações dos países no mercado internacional, seja pela necessidade crescente de aumentos de competitividade, seja pelas alterações comerciais em função da pandemia. De forma que novas relações comerciais são esperadas no cenário internacional, com possíveis mudanças nas posições dos principais países exportadores do mundo e a possível inserção de países que outrora não integrariam estes mercados. Mas para esta incorporação das economias locais, menores, é imprescindível a implementação de políticas públicas que auxiliem as pequenas empresas na promoção deste comércio.

No Agreste Pernambucano, o impacto foi pequeno porque o comércio é muito reduzido. O que foi comercializado provavelmente fazia parte de acordos financeiros anteriores à pandemia e precisaram ser cumpridos. Ademais, foram apresentados dados apenas para o ano de 2020, o que limita a análise, uma vez que a redução na produção de produtos exportados poderá ser mais evidenciada agora em 2021. Portanto, faz-se necessário muita cautela com a leitura desses dados, por se tratar de um retrato que ainda não reflete todo o impacto da pandemia nesse comércio. Portanto, ações estratégicas voltadas para o fortalecimento deste mercado na Região, a fim de expandi-lo de forma sustentável, são imprescindíveis para o desenvolvimento local, especialmente em um momento de saturação das feiras e comprometimento real da renda dos brasileiros.



REFERÊNCIAS

BRASIL/Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)/ComexStat. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>>. Acesso em 03 de março de 2021.

IBGE. **IBGE Cidades.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em 04 de março de 2021.

International Monetary Fund (FMI). **World Economic Outlook.** January, 2021. Disponível em: <<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>>. Acesso em 04 de março de 2021.

Silva, A.A. Comércio externo brasileiro de têxteis e confecções e a concorrência chinesa: uma análise da competitividade das exportações em estados selecionados no período de 1997 a 2017. In: Três Ensaios sobre o comércio exterior. Universidade Federal de Pernambuco/Programa de Pós-Graduação em Economia (PPGECON) [**Dissertação de Mestrado**]. Caruaru, 2020.

Silva, A.A.; Pereira, T.F.L.S.; Ferreira, M. **O PIB do Agreste Pernambucano é descolado do comércio exterior na Região.** Boletim do Observatório Econômico do Corecon-PE. CAA/UFPE/Edição 03/abril 2020.



Os Desafios do Comércio Exterior para as Pequenas Empresas no Polo de Confecções do Agreste Pernambucano

DANIEL CAMARGO (GRADUANDO EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹

RAYANE FRANCISCA DA SILVA MOURA (GRADUANDA EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)²

MONALIZA DE OLIVEIRA FERREIRA (DOUTORA EM ECONOMIA E PROFESSORA DO NG E DO PPGECON/CAA/UFPE)³

Comercializar com outros países traz desafios para empresas de qualquer porte, todavia, atender aos requisitos requeridos para a inserção neste mercado com êxito torna-se ainda mais difícil para empresas menores. De acordo com o Sebrae (2013), esta dificuldade tem respaldo nos elementos necessários à própria inserção no comércio internacional, que se colocam como entrave para os pequenos: (i) gestão da firma, uma vez que nas micro e pequenas empresas muitas vezes as decisões são centralizadas no proprietário; (ii) atualização tecnológica (é necessário investir para competir); adequação do produto ao mercado externo (design, matéria prima, embalagem etc.); (iii) normas internacionais específicas (que levam a mudanças necessárias no produto e na embalagem); (iv) financiamento da venda e da produção (modalidade de pagamentos e logística mais complexos); (v) necessidade de escala de produção e controle de qualidade; (vi) novas embalagens, transporte, burocracia e legislação; (vii) distribuição, assistência e pós-venda; (viii) nível de especialização sobre o novo mercado; (ix) promoção comercial.

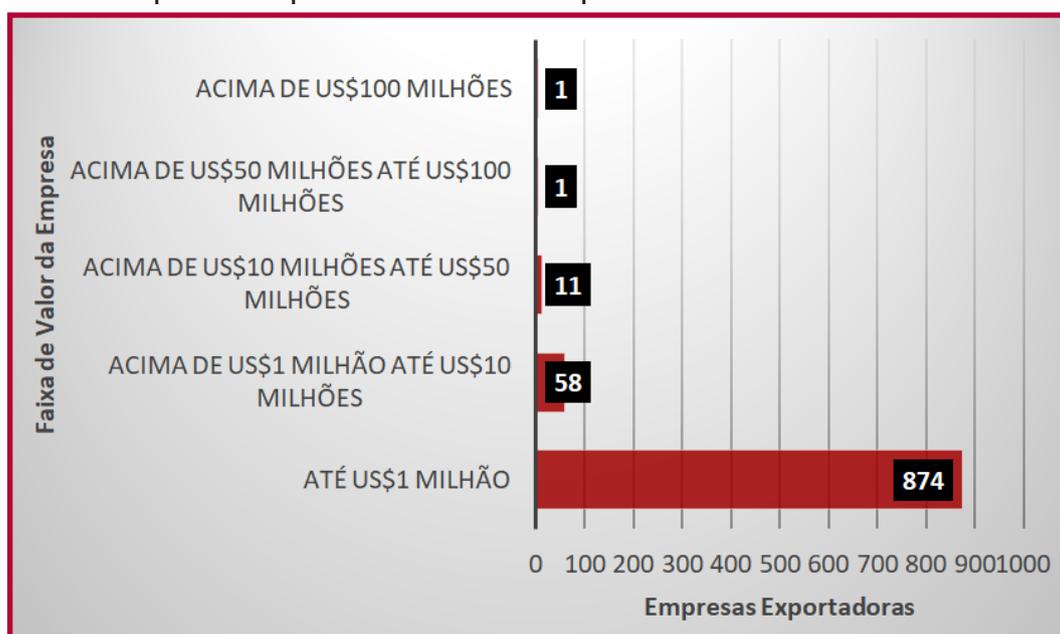
A atuação de instituições de apoio à promoção de exportação é essencial, tais como Sebrae e Apex-Brasil. A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex), de cuja missão está diretamente relacionada à promoção da internacionalização das empresas brasileiras, bem como de atração de investimentos diretos estrangeiros (IED), tem sido importante na alavancagem de muitos negócios brasileiros com o exterior, com escritórios de apoio em diversas partes do mundo (Pequim/China, Dubai/Emirados Árabes Unidos, Miami/EUA, Havana/Cuba, Bruxelas/Bélgica e Luanda/Angola, além das unidades nacionais da agência (Apex-Brasil, 2021).

1 daniel.camargo@ufpe.br

2 rayane.smoura@ufpe.br

3 monaliza.ferreira@ufpe.br

E o foco dos programas tem sido justamente as micro e pequenas empresas. Ademais, uma observação rápida nos dados de exportação por faixa de valor das empresas (Gráfico 01), revela que no Brasil a maior parte das empresas exportadoras é de pequeno porte. Mas segundo Costa e El Alam (2019), muitas destas firmas se tratariam de filiais de multinacionais, o que contribui para uma estatística que mascara a situação real de internacionalização das pequenas empresas no País.

Gráfico 01**Empresas exportadoras de bens por faixa de valor no Brasil⁴**

Fonte: Vitrine da Exportação (2021).

Além disso, o Estado de São Paulo detinha aproximadamente 30% do total das micro e pequenas empresas (PMEs) exportadoras e não exportadoras no Brasil, ocupando a primeira posição do *ranking* brasileiro, seguido por Minas Gerais. Destaque-se que das dez primeiras posições, seis estados estavam na Região Sudeste ou Sul, enquanto apenas três na Região Nordeste (Ceará, Bahia e Pernambuco, nesta ordem) e um do Centro-Oeste. Em contraposição, os estados da Região Norte têm as piores posições no *ranking*, o que indica haver poucas PMEs localizadas nesses locais (Sousa, 2018). É bem verdade que há uma defasagem de três anos nestas informações até os dias atuais. Mas o eixo Sudeste-Sul ainda concentra a maior parte das micro e pequenas empresas, sendo, portanto, as regiões que mais exportam.

Naturalmente, algumas dessas estatísticas consideram as *born globais*, que são empresas de base tecnológica que já nascem com vistas à internacionalização, tanto através do processo de exportação quanto em virtude da abertura de escritórios comerciais em outros

4 No caso de exportações de serviços são pouquíssimas empresas, não chegando a 200 no total. E a maioria das empresas que exportam também são de pequeno porte (estão na faixa de valor de até US\$1 milhão). Contudo, este site não é tão atualizado como o ComexStat do MDIC, haja vista que depende de atualização dos próprios empresários. Portanto, deve ser usado apenas como um indicador.



países. Mas é fato que tanto em quantidade vendida como em valor exportado, quando se sai do eixo Sudeste-Sul, as exportações despencam no resto do País (BRASIL/MDIC/Comex-Stat, 2021).

Para ser competitivo no cenário internacional, as empresas precisam aumentar a produtividade e este é justamente um grande problema das empresas brasileiras, especialmente daquelas que não surgiram com o foco da internacionalização, mas procuram este mercado em virtude da saturação do mercado interno. Fatores como ambiente de negócios, infraestrutura, tecnologia, concorrência e qualificação da mão de obra fazem parte dos elementos determinantes desta produtividade, como pontuado por De Negri e Cavalcante (2015). Depreende-se, desta forma, que em firmas de menor porte estes fatores tornam-se ainda mais difíceis de serem atendidos.

Em um artigo mais contemporâneo, Souza, Ziegelmann e Figueiredo (2020) questionam justamente se as empresas exportadoras entram no comércio porque são mais produtivas e já pagam salários maiores aos seus colaboradores ou se as mesmas entram neste comércio, adquirem maior produtividade e passam a pagar maiores salários. A conclusão a que chegam é de que o diferencial de salário já existe antes de as empresas começarem a exportar, confirmando a primeira hipótese considerada.

O setor de têxtil e confecção vem perdendo participação no mercado, em razão de deficiências em capacitação tecnológica e gerencial, além de redução do desempenho comercial da cadeia. Os principais filamentos sintéticos e artificiais foram sendo adquiridos no mercado externo, principalmente da China. Esta concorrência reduz a produtividade da empresa nacional, uma vez que este país trabalha com custos muito baixos (mão de obra, energia), como indicam Costa, Conte e Conte (2013). Este é um problema que vem se intensificando no Polo de Confecções do Agreste, o enfraquecimento da cadeia de produção têxtil e de confecção, em virtude de aumentos substanciais de importações de matérias primas oriundas da China, o que pode ser comprovado pelos dados do MDIC (BRASIL/MDIC/ComexStat, 2021).

Daí surge um questionamento para esta discussão: *como podem as pequenas empresas do Polo de Confecções de Pernambuco, bem como de outros setores e outras regiões deste País tornarem-se exportadores e manterem-se neste mercado se em geral possuem baixa produtividade?* O aporte de capital é condição necessária para entrar neste mercado e muito provavelmente as pequenas empresas que o fazem ou dependem de financiamentos públicos ou são filiais de multinacionais, como apostam Costa e El Alam (2019). Mas como indicado no início deste artigo, são muitos os elementos necessários para a devida capacitação para concorrer no mercado internacional, de forma que mais que ter o capital é preciso investi-lo com precisão e foco.

No caso específico do Agreste Pernambucano, existe muita informalidade, baixos salários e notadamente baixa produtividade. Naturalmente, ao se falar em comércio externo, estas empresas informais ficam de fora. Mas se o estrato analisado considera apenas as empresas formalizadas, passa-se a considerar um universo bem menor de empresas, que recebem algum apoio institucional para o comércio internacional (Sebrae, Apex-Brasil, Addi-



per), mas mesmo assim mantêm-se distantes de atender a todos os elementos necessários para alcançarem alta produtividade, pagarem salários maiores e assim atraírem mão de obra mais qualificada, tornando-se finalmente competitivas a nível de concorrerem com o mercado exterior.

Isto posto, surgem questionamentos sobre o futuro destas empresas junto ao mercado internacional. Que políticas públicas seriam capazes de promover o aumento de produtividade nestas empresas a ponto de tornarem-nas mais competitivas? Até que ponto existe consciência dos empresários desta necessidade de que para atender os requisitos básicos da exportação faz-se necessário contratar mão de obra qualificada e bem remunerada? Será que a crise generalizada com a Pandemia da Covid-19 no setor de confecções, especialmente no Agreste Pernambucano, será capaz de mudar o pensamento do empresário local, que via de regra pensa no curto prazo? Será que poderia haver políticas de crédito acessíveis para a adaptação destas empresas a este novo mercado em curto e médio prazos, uma vez que muitas estão à beira de fecharem as portas?

As respostas para estes questionamentos passam pela compreensão da importância deste mercado (o externo) para estas empresas, de uma mudança de paradigma que considere o crescimento de longo prazo, apesar das necessidades desses empresários serem de curtíssimo prazo. Do contrário, qualquer política pública terá resultado ineficaz, uma vez que não basta só investir dinheiro nos diversos programas de apoio à exportação que existem, sem que haja este esforço conjunto de todos, empresários e poder público. Afinal, a feira quer sair do Agreste ou vai ficar restrita ao Polo e outros estados brasileiros?

REFERÊNCIAS

Apex-Brasil. Disponível em: <https://www.abf.com.br/franchisingbrasil/apex=-brasil/?gclid=EAlaIQobChMIg8Px0aWj7wIVilGRCh0urADbEAAYAiAAEgJXaPD_BwE>. Acesso em 12 de março de 2021.

BRASIL/Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC)/ComexStat. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>>. Acesso em 12 de março de 2021.

Costa, A.D.; El Alam, N.A. Internacionalização de pequenas e médias empresas: vantagens e desafios. **FesPRpublica**, 3(1), 2019.

Costa, A.B.; Conte, N.C.; Conte, V.C. A China na cadeia têxtil – vestuário: impactos após a abertura do comércio brasileiro ao mercado mundial e do final dos Acordos Multifibras (AMV) e Têxtil Vestuário (ATV). **Teoria e Evidência Econômica**, 19(40), 2013.

De Negri, F.; Cavalcante, L.R. (org). **Produtividade no Brasil: desempenho e determinantes**. ABDI/IPEA, v.2, Brasília, 2015.

Sebrae. (2013). Os desafios do comércio exterior para as pequenas empresas. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-do-comercio-exterior-para-as-pequenas-empresas,f95a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 08 de março de 2021.

Sousa, G.F. Características e desempenho exportador das empresas de pequeno e médio porte no Brasil: uma análise em nível da firma no período de 2001 a 2013. Universidade Estadual de Campinas/Instituto de Economia (**Tese de Doutorado**), 2018.

Souza, W.P.S.; Zielgelmann, F.A; Figueiredo, E.A. Uma nota sobre o prêmio salarial com empresas exportadoras brasileiras. **Revista Brasileira de Economia**, 74(2), 232-232, abril-junho, 2020.

Vitrine do Exportador. **Guia de Comércio Exterior e Investimento**. Disponível em: <<http://www.vitrinedoexportador.gov.br/bens/ve/br/consulta/index#inicio>>. Acesso em 12 de março de 2021.

Aspectos do Varejo Online no Contexto da Pandemia do Covid-19

CAMILLY GEÓRGIA DA SILVA PESSOA (GRADUANDA EM ECONOMIA NO CAA/UFPE)¹

JOSÉ CÍCERO DE CASTRO (MESTRE EM ECONOMIA E PROFESSOR DO NÚCLEO DE GESTÃO/CAA/UFPE)²

O comércio varejista é responsável pela oferta de bens e serviços, que procuram satisfazer desejos e necessidades de consumidores dispostos a arcar com o custo desses bens e serviços. O surgimento dessa forma específica de comércio não é nova e já estava presente no dia a dia das primeiras civilizações. O que nos chama atenção, e parece novo, é a forma como essa atividade vem mudando ao longo do tempo. De locais destinados à troca e venda de mercadorias até um simples digitar de palavras, através de um “modesto” aparelho de celular, é revelado como o varejo o tem evoluído.

Em sua vertente mais atual, a compra e venda de mercadorias através de canais remotos têm facilitado o acesso a uma quase infinita quantidade de produtos e serviços. O uso de novas tecnologias, as quais foram propiciadas pelo advento da revolução tecnológica e consubstanciadas na indústria 4.0, provocaram uma quebra de paradigma na forma de se fazer negócios. O que a pandemia do Covid-19 fez, nesse sentido, foi simplesmente explicitar para os consumidores em geral o que há alguns anos foi denominado de e-commerce e que estava, em boa medida, restrito a um público mais específico e adepto às novas tecnologias da informação, apenas para citar alguns exemplos, temos: compras online, vendas via *whatsapp*, *marketplace*, entre outros.

No cenário econômico brasileiro, a atuação do varejo no meio local e regional está em alta, visto que a partir de 2017 seu crescimento resultou no aumento de empregos formais no país (Fecomércio-PE, 2017). Já em Pernambuco, é notória a importância de Micro e Pequenas Empresas (MPEs), pois essa região tem o comércio como atividade que mais gera empregos (SEBRAE, 2013).

Todavia, com a eclosão da pandemia causada pelo covid-19, muitas empresas varejistas tiveram que se desdobrar e, forçadamente, se transformar para continuarem sobrevivendo. Esse impacto foi gerado principalmente pelo isolamento social, o qual impediu o acesso físico dos consumidores aos locais de venda, além de afetar a produção dos bens.

Diante desse cenário, as MPEs enfrentaram inúmeros desafios frente as mudanças, porém com o auxílio das tecnologias digitais obteve-se modo de continuar a comercialização e o consumo de bens e serviços. Segundo uma pesquisa realizada acerca das MPEs e dos em-

1 camilly.pessoa@ufpe.br

2 jccastroprofessor@gmail.com



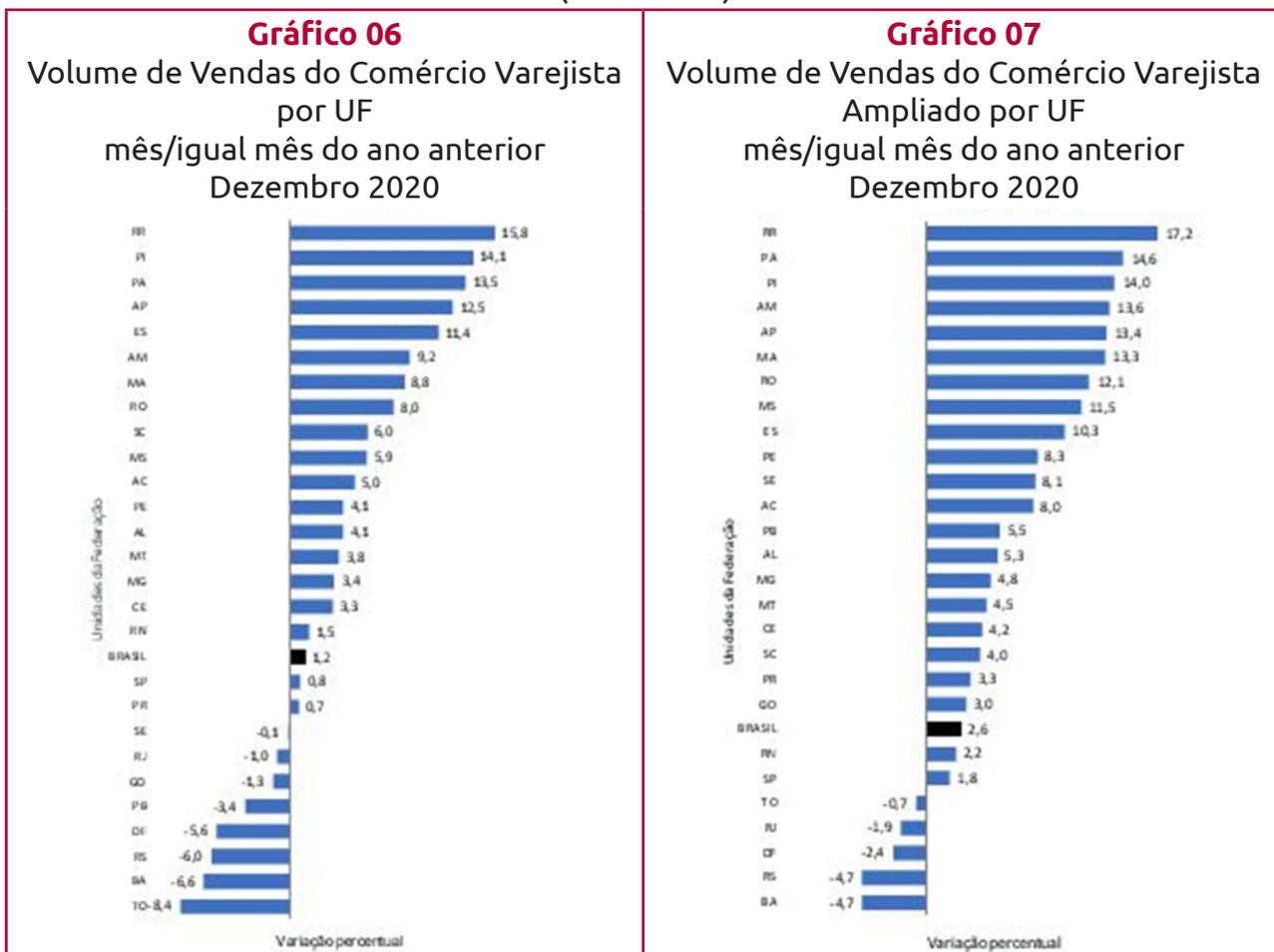
preendedores individuais, foi constatado que 31% das organizações modificaram a forma de funcionamento e, dessas, 41,9% iniciaram a vender virtualmente em consequência da pandemia (SEBRAE, 2020).

Foi revelado por meio de dados que, o perfil de usuários do produto comercializado é relevante no momento que se é criado uma conta comercial em uma rede social, mas o uso do Instagram predomina em todos os segmentos. O pagamento preferido é o pelo cartão, seja de crédito ou débito. O WhatsApp é o meio mais utilizado de conversa entre o vendedor e o comprador. Além disso, a entrega que predomina é por motociclistas e ciclistas de aplicativo (Guimarães Júnior *et al.*, 2020).

Consoante, o número de usuários de internet no país obteve um aumento de 6,4% entre 2020 e 2021, alcançando a média de 160 milhões (Digital in Brazil, 2021). De modo análogo, de março a julho de 2020 foram criadas 150.000 lojas on-line no Brasil, e 80% desses vendedores optaram pela comercialização em marketplaces, como MercadoLivre e Magazine Luiza. Além disso, no primeiro semestre de 2020 o e-commerce aumentou 56,8% de seu faturamento em comparação ao mesmo período de 2019 (ABComm, 2020). Tais dados revelam a migração das vendas para o meio virtual.

Figura 01

Volume de vendas por UF do comércio varejista e do comércio varejista ampliado (2019-2020)



Fonte: IBGE (2020).

À luz dessas informações, comprova-se que o volume de vendas do varejo cresceu numa comparação aos anos de 2019 e 2020. Tal setor em maio de 2020 começou a se recuperar e atingir resultados recordes, porém teve seu ritmo diminuído, por conta da inflação em produtos alimentícios. Todavia, esse comércio fecha 2020 com um crescimento em Pernambuco de 4,1% e 8,3% de variação do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, respectivamente, em comparação ao ano anterior (IBGE, 2020).

Quadro 01

Indicadores do volume de vendas do comércio varejista e do comércio varejista ampliado, segundo atividades de divulgação, referente a Pernambuco (2020) - variação (%)

Atividades de Divulgação	Últimos 12 meses até dez
Comércio Varejista	0,7
1. Combustíveis e lubrificantes	- 3,8
2. Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,8
2.1. Hipermercados e supermercados	3,3
3. Tecidos, vestuário e calçados	-17,6
4. Móveis e eletrodomésticos	25
5. Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,5
6. Livros, jornais, revistas e papelaria	-46,1
7. Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-12,9
8. Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,4
Comércio Varejista Ampliado	-0,4
9. Veículos, motocicletas, partes e peças	-4,4
10. Material de construção	3

Fonte: Elaboração própria, com base em dados do IBGE (2020).

A pesquisa também mostra quais setores mais sofreram com a pandemia e os que mais se beneficiaram, resultados que foram consequência do isolamento. Por isso, os indivíduos não precisarão comprar roupas e calçados, ou mesmo consumir a quantidade de antes de combustível e materiais de papelaria, os quais já vinham em queda. Em decorrência disso, surgiu o Home Office, que criou a necessidade de mais móveis e eletrodomésticos em casa, visto o maior tempo vivendo nela.

No que concerne as atitudes realizadas pelo Governo para ajudar esse mercado, tem-se a publicação da Medida Provisória nº 975/2020, a qual apresenta o objetivo de facilitar o acesso de PMEs a novos empréstimos, contribuindo para a sustentabilidade das empresas brasileiras (BRASIL/Ministério da Economia, 2020a). Além de ser sancionada a Lei que instituiu o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, que permite, quan-



do houver acordo entre empregador e empregado, a redução proporcional da jornada de trabalho e salário e a suspensão temporária do contrato de trabalho (BRASIL/Ministério da Economia, 2020b).

Portanto, visto que a pandemia acelerou o varejo on-line, pois esse foi usado como saída para tal situação, é notório o esforço dos comerciantes ao se adequarem à nova forma de vendas, que é pelo meio virtual, resultando em um crescimento expressivo desse mercado na internet. De certo, algumas empresas não o conseguiram acompanhar à inovação, e por isso não obtiveram bons resultados, porém para uma empresa perpetuar é necessário que ela busque combinar uma gestão moderna, contemporânea ao momento inserido, com a preservação de seus valores.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira de comércio eletrônico (ABComm). **Faturamento do e-commerce cresce 56,8% neste ano e chega a R\$ 41,92 bilhões.** Disponível em: <<http://abcomm.org/noticias/faturamento-do-e-commerce-cresce-568-neste-ano-e-chega-a-r-4192-bilhoes/>>. Acesso em 11 de março de 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. (2020a). **Boletim das medidas tomadas em função da Covid-19 (Coronavírus).** Disponível em: <<https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/covid-19/timeline/2020/junho/2-de-junho-de-2020>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. (2020b) **Sancionada lei do Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e renda.** Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2020/07/sancionada-lei-do-programa-emergencial-de-manutencao-do-emprego-e-renda#:~:text=O%20presidente%20da%20República%2C%20Jair,da%20pandemia%20de%20Covid-19>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.

Digital in Brazil. Disponível em: <<https://datareportal.com/re>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.

Fecomercio-PE. **Varejo cresce 4,0% em 2017 e recupera parte das perdas da crise.** Disponível em: <<http://fecomercio-pe.com.br/site/varejo-cresce-40-em-2017-e-recupera-parte-das-perdas-da-crise/>>. Acesso em 11 de março de 2021.

Guimarães Júnior, D.S. *et al.* Efeitos da Pandemia do Covid -19 na Transformação Digital Pequenos Negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v.5, n.4, p. 1-10, 2020.

Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). **Pesquisa Mensal do Comércio.** Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em 26 de fevereiro de 2021.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Departamento Inter-sindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE). **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa.** Brasília, Df: DIEESE, 2013(6).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios**, 2nd ed., 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-e-tendencias-da-covid-19-nos-pequenos-negocios,5e8fbd0c7d711710VgnVCM1000004c00210 aRCRD>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2021.



É de inteira responsabilidade do(s) autor(es) desta edição do Boletim os conceitos e opiniões emitidos, não refletindo necessariamente a opinião da Comissão de Estudos Econômicos e do Conselho Editorial do Observatório Econômico do Corecon-PE.



Presidente: André Lima de Morais

Vice-Presidente: Poema Isis Andrade de Souza

Conselheiros Efetivos: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera
André Lima de Morais
Diógenes Sócrates Robespierre de Sá
Francisco José Couceiro de Oliveira
João Albuquerque da Silva
José André de Lima Freitas da Silva
Monaliza de Oliveira Ferreira
Poema Isis Andrade de Souza
Rafael Ramos da Conceição Moura

Conselheiros Suplentes: Fábio José Ferreira da Silva
Fernando de Aquino Fonseca Neto
Keynis Cândido de Souto
Maria do Socorro Macedo Coelho Lima
Paulo Roberto de Magalhães Guedes
Rosiane Ferreira de Andrade
Severino Ferreira da Silva

Conselheiro Federal: Fernando de Aquino Fonseca Neto

Conselheira Federal Suplente: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera

Gerente Executiva: Rayssa Kelly Melo das Mercês

Comitê Editorial: Ana Cláudia de Albuquerque Arruda Laprovitera
André Lima de Morais
Fábio José Ferreira da Silva
Fernando de Aquino Fonseca Neto
Keynis Cândido de Souto
Maria do Socorro Macedo Coelho Lima
Monaliza de Oliveira Ferreira
Poema Isis Andrade de Souza
Rafael Ramos da Conceição Moura

Projeto Gráfico: Erivaldo Sousa

Correspondência: Corecon/PE - Rua do Riachuelo, 105 - sala 212.
Ed. Círculo Católico - Boa Vista - Recife, PE.
CEP: 50.050-400
Tels.: 81 3039-8842 | 3221-2473 | 99985-8433

coreconpe@coreconpe.gov.br
www.coreconpe.gov.br

Boletim produzido em parceria entre
o **Corecon-PE** e a **UFPE/CAA**



/CoreconPE



@PECorecon



/corecon.pe