

**TÍTULO: O IMPACTO DO VAREJO MODERNO NA ECONOMIA  
CEARENSE**

**Autores:**

---

Eloisa Bezerra - IPECE e UNIFOR.

[eloisa@ipece.ce.gov.br](mailto:eloisa@ipece.ce.gov.br)

Fone: (085) 3101-3522

Felipe dos Santos - IPECE e UNIFOR.

[felipebezerra1@gmail.com](mailto:felipebezerra1@gmail.com)

Fone: (085) 0800-2800550

Rogério Barbosa - IPECE e UNIFOR.

[rogério.soares@ipece.ce.gov.br](mailto:rogério.soares@ipece.ce.gov.br)

Fone: (08) 3101-3508

## O IMPACTO DO VAREJO MODERNO NA ECONOMIA CEARENSE

### RESUMO

Dada a importância do comércio como uma atividade econômica e social, que alavanca uma série de outras atividades, é utilizada para desenvolver regiões com potencialidades para seu desenvolvimento. Nesta perspectiva, o estudo objetiva mostrar a atividade Varejista, numa conotação moderna, como sustentáculo da economia cearense. Avalia o seu poder de alavancar economias, por meio de suas ramificações, de Shoppings Centers, Hipermercados, Lojas de Conveniência, no Ceará, em período recente. O trabalho desenvolveu-se com base nos dados do Valor Adicionado a preços básicos elaborados pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Utilizou-se, também, o instrumental da Análise Fatorial para dar sustentação ao estudo. Outros indicadores que expressam o comportamento do comércio foram analisados, como o mercado de trabalho do Ministério do Trabalho e Emprego. Os dados ligados ao Comércio Varejista têm como base as pesquisas do IBGE e da ABRACE. A sustentação teórica do estudo baseou-se em trabalhos já desenvolvidos sobre o tema. Os resultados obtidos reafirmam que o Comércio Varejista Moderno, tem sustentado a economia cearense, mostrando ser uma atividade sustentável e que pode mover economias de regiões com potencial para seu desenvolvimento.

**PALAVRAS-CHAVES:** Comércio, varejista moderno, crescimento econômico e sustentabilidade.

### ABSTRACT

Given the importance of trade as an economic and social activity, which leverages a number of other activities, is used to develop regions with potential for development. This perspective, the study aims to show the activity Retailer, a modern connotation, as the mainstay of the economy of Ceará. Assesses its power to leverage economies, through its branches in shopping centers, hypermarkets, convenience stores, in Ceará, in recent years. The work was developed based on data from the Value Added at basic prices prepared by the Institute for Research and Economic Strategy of Ceará. We used also the instrumental factor analysis to support the study. Other indicators that express the behavior of trade have been analyzed, as the labor market of the Ministry of Labor and Employment (Ministério do Trabalho e Emprego). Data relating to the retail trade are based on surveys of IBGE and ABRACE. The theoretical framework of the study was based on work already done on the subject. The results reaffirm that the Retail Modern, has sustained the economy of Ceará, being a sustainable activity that can move and economies of areas with potential for development.

**KEYWORDS:** Trade, modern retail, economic growth and sustainability.

<sup>1)</sup> Economista, Mestre em Negócios Internacionais, Especialista em Contas Regionais e PIB Municipal, Especialista em Métodos Quantitativos Aplicados à Economia, Membro efetivo do Comitê nacional de Contas Regionais e do Comitê Nacional do PIB dos Municípios.

<sup>2)</sup> Economista, Especialista em Desenvolvimento Econômico e Professor do NEAD/UNIFOR.

<sup>3)</sup> Engenheiro Agrônomo, Mestre em Economia Rural e Especialista em Agropecuária (Contas Regionais e PIB Municipal).

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo objetiva mostrar o potencial do Comércio, especificando o Comércio Varejista, numa abordagem atualizada, conhecida mundialmente como Varejo Moderno. Além disso, avalia o seu poder de alavancar economias, por meio de suas ramificações, como os Shoppings Centers, Hipermercados, Lojas de Conveniência, destacando a particularidade para o Estado do Ceará, em período recente.

Muitos estudos mostram a economia cearense na visão dos setores Agropecuário e Industrial, mas poucos têm se dedicado ao setor de Serviços, que detém 69,2% da economia estadual.

Com essa perspectiva, a economia cearense tem se mostrado dependente do setor de Serviços, notadamente do segmento Varejista.

Além disso, o Estado do Ceará tem um potencial natural voltado para o desenvolvimento dessa atividade, tendo em vista sua formação econômica, que serviu de entreposto comercial para os estados de Pernambuco, principalmente, e Bahia. No Brasil Colônia, a elevada rentabilidade do ramo açucareiro conduziu à centralização de recursos e à conseqüente necessidade do surgimento de um setor subordinado a esta atividade principal. É nesse contexto que o Ceará passou a integrar a economia brasileira, isto é, como pólo secundário açucareiro de Pernambuco. Dado que a Carta Régia de 1701 proibia a criação de gado a cerca de 10 léguas (60 km), a partir da costa atlântica, excluindo a pecuária das manchas férteis do litoral, foi à região do Semi-Árido cearense a reservada para o seu desenvolvimento. Assim, a pecuária passou a exercer a função de apoio para a produção do açúcar por meio do fornecimento de animais de tração e de carne (ROCHA, 2003).

Desse modo o Ceará teve sua ocupação e principal atividade econômica fundamentadas na expansão da pecuária, atrelada a uma lavoura com fins de subsistência nas zonas do semi-árido, no sertão nordestino. Nas regiões onde as características geográficas eram propícias à prática de uma agricultura mais diversificada, desenvolveram-se atividades voltadas para o abastecimento interno e regional por meio dos engenhos de rapaduras e farinha de mandioca. Com essas características, destacaram-se as regiões do Cariri e das serras de Ibiapaba e Baturité, locais que passaram a exercer a função de fornecedores desses produtos primários.

Nesse ínterim, as atividades de comércio passaram por uma expansão e diversificação, mas sem provocar mudanças agudas na economia do estado.

O Ceará desenvolveu-se como uma economia secundária onde dominavam relações de produção arcaicas, formando um setor de retaguarda dentro do sistema de produção açucareiro de Pernambuco, fortemente dirigido para o mercado internacional. Segundo Furtado (1959), as formas que assumiram os dois sistemas da economia nordestina (o açucareiro e o criatório), no lento processo de decadência que se iniciou na segunda metade do século XVII, constituíram-se em elementos fundamentais na formação do que, no século XX, viria a ser a economia brasileira.

O trabalho desenvolveu-se com base nos dados do Valor Adicionado a preços básicos elaborados pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. Utilizou-se, também, o instrumental da Análise Fatorial para dar sustentação ao estudo. Outros indicadores que expressam o comportamento do comércio foram analisados,

como o mercado de trabalho do Ministério do Trabalho e Emprego. Os dados ligados ao Comércio Varejista têm como base as pesquisas do IBGE e da ABRACE. A sustentação teórica do estudo baseou-se em trabalhos já desenvolvidos sobre o tema. Bem como, utilizou-se da Análise Fatorial para dar mais sustentação ao estudo.

Para facilitar o entendimento do estudo, dividiu-se em quatro capítulos, a contar com esta Introdução, e adicionada as Referências Bibliográficas que deram sustentação teórica. No segundo capítulo, mostra-se a metodologia empregada no estudo para o seu desenvolvimento. No terceiro capítulo mostra-se a importância do Comércio para a economia estadual, no que se referem aos indicadores macroeconômicos, destacando Valor Adicionado a preços básicos e o Mercado de Trabalho, evidenciando o dinamismo do Varejo Moderno. O quarto capítulo é destinado à apresentação das principais considerações do estudo.

## **2 METODOLOGIA**

Seguindo seu objetivo, o trabalho desenvolveu-se com base nos dados do Valor Adicionado a preços básicos relativo à economia como um todo, e por setores de atividade econômica, elaborado pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), de acordo com a metodologia exposta no item 2.1.

Os dados especificamente ligados ao comércio varejista têm como base as pesquisas do IBGE e informações da ABRACE. Também foram analisados outros indicadores que expressam o comportamento do comércio, como o mercado de trabalho, as informações sobre o mercado de trabalho foram do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), que se constitui em importante fonte. Vale citar que o CAGED foi criado para o acompanhamento e fiscalização do processo de admissão e demissão de trabalhadores sob o regime da CLT, visando assistir os desempregados e de dar apoio contra o desemprego. Em 1986, além desses objetivos, passou a ser utilizado como suporte ao pagamento do seguro-desemprego, bem como, mais recentemente tornou-se um instrumento importante para a reciclagem e a realocação do trabalhador no mercado de trabalho.

A sustentação teórica do estudo baseou-se em trabalhos já desenvolvidos sobre o tema, mas de um modo indireto, tendo em vista que são raros os estudos que se aproximam do proposto neste momento.

Para reforçar a análise do estudo, utilizou-se o instrumental da Análise Fatorial, cujas tabelas resultantes encontram-se em anexo. Lembrando que este é um instrumental bastante indicado para análise de fenômenos ou processos sociais, econômicos, psicológicos e educacionais. Além de usada, atualmente, em outras áreas como: mineralogia, geologia e biologia.

### **2.1 Principais procedimentos metodológicos do cálculo do Produto Interno Bruto (PIB) a preços de mercado e Valor Adicionado (VA) a preços básicos**

A economia cearense é calculada pela ótica do produto seguindo dois critérios: o Valor Adicionado (VA) a preços básicos e o Produto Interno Bruto (PIB) a preços de mercado, os dois a valores correntes e constantes. Para um melhor entendimento do estudo, apresentam-se, a seguir, os principais conceitos. Então, o Valor Adicionado, que serve de base para o estudo, segue a fórmula:

**VA a pb = VBP – CI**, onde:

- **O Valor Bruto da Produção (VBP)** - compreendido aqui como o valor de todos os bens produzidos e serviços prestados em cada período analisado, avaliado pelos preços dos produtos nos estabelecimentos dos produtores;
- **O Consumo Intermediário (CI)** - visto como a parcela da produção (inclusive todos os bens duráveis e serviços prestados) consumida no processo produtivo durante cada período considerado. Por falta de condições de estimativa do CI em diversos segmentos;
- **O Valor Adicionado (VA)** - constituído do valor residual obtido pela diferença entre o valor bruto da produção (VBP) e o consumo intermediário (CI);
- **PIB a preços constantes** - representando uma medida do PIB expressa aos preços de um determinado ano, exclui os efeitos da variação de preços, e oferece condições de comparabilidade entre os valores do PIB em diversos anos. Nessa metodologia, as quantidades produzidas no ano  $N_1$  são valoradas pelo valor do ano  $N_0$ , extrapolado por um índice de volume ou índice de *quantum* (índice de crescimento real).
- **Índice de Volume** - considerado como a razão entre a quantidade física do produto no ano  $N_1$ , vezes o preço  $P_0$  (ano-base) e a quantidade no ano  $N_0$  vezes o preço  $P_0$ , expresso pela fórmula de Laspeyres:

$$Iq = \frac{\sum p_o^i \times q_l^i}{\sum p_o^i \times q_o^i}$$

Onde  $P_0$  = preço do produto **i** no ano  $N_0$ .  
 $q_0^i$  = quantidade do produto **i** no ano  $N_0$ .  
 $q_l^i$  = quantidade do produto **i** no ano  $N_1$ .

- **O PIB a preços correntes** significa o valor do PIB expresso em moeda corrente, resultante da multiplicação do valor constante por um índice de preço;
- **O Índice de Preço** corresponde à relação entre o preço do produto no ano  $N_1$  vezes a quantidade  $q_l$  com o preço do produto no ano  $N_0$  vezes a quantidade  $q_1$ . A fórmula utilizada é a de Pasche:

$$Ip = \frac{\sum p_l^i \times q_l^i}{\sum p_o^i \times q_l^i}$$

Onde  $P_l^i$  = preço do produto **i** no ano  $N_1$ .  
 $q_l^i$  = quantidade do produto **i** no ano  $N_1$   
 $P_o^i$  = preço do produto **i** no ano  $N_0$ .

- **Índice de Valor** - constitui-se no resultado da multiplicação do índice de preço pelo índice de volume:

$$Iv = \frac{\sum p_l^i \times q_l^i}{\sum p_o^i \times q_o^i} = \frac{\sum p_l^i \times q_l^i}{\sum p_o^i \times q_l^i} \times \frac{\sum p_o^i \times q_l^i}{\sum p_o^i \times q_o^i}$$

- O **PIB a preço de mercado** compreende os impostos indiretos (menos subsídios). Este é obtido somando-se ao Valor Adicionado a preços básicos os impostos líquidos de subsídios. Os preços dos bens e serviços levam em consideração os custos dos impostos (líquidos de subsídios).
- **Impostos sobre produtos:** Impostos, taxas e contribuições que incidem sobre os bens e serviços quando são produzidos ou importados, distribuídos, vendidos, transferidos ou de outra forma disponibilizados pelos seus proprietários.
- **Subsídios à produção:** Transferências correntes sem contrapartida das administrações públicas destinadas a influenciar os níveis de produção, os preços dos produtos ou a remuneração das unidades institucionais envolvidas no processo produtivo, permitindo que o consumidor dos respectivos produtos ou serviços seja beneficiado por preços inferiores aos que seriam fixados no mercado, na ausência dos subsídios.

A Tabela 1 mostra a composição final da economia cearense.

**Tabela 1:** Composição do Produto Interno Bruto do Brasil, a preços correntes 2002 -2006

Anos	Valor Adicionado a preço básico corrente (R\$ 1.000.000) (+)	Impostos sobre Produtos, líquidos de subsídios (R\$ 1.000.000) (+)	Produto Interno Bruto a preço de mercado corrente (R\$ 1.000.000)
2002	25.391.200	3.594.988	28.986.188
2003	28.667.835	3.897.619	32.565.454
2004	32.415.043	4.451.230	36.866.273
2005	36.235.762	4.687.730	40.923.492
2006	40.596.787	5.713.097	46.309.884

Fonte: IPECE e IBGE.

### 3 O SETOR COMERCIAL E O DINAMISMO DO VAREJO MODERNO NA ECONOMIA DO ESTADO DO CEARÁ

#### 3.1 Resultados do Estudo

##### 3.1.1 A Evolução do Setor Comercial

A economia cearense, desde sua origem é predominantemente voltada para o setor de Serviços, com destaque para o Comércio, sobretudo o Varejista. Sua potencialidade ao comércio é fruto de sua formação histórica, como já mencionada.

É visível o crescimento e a diversificação do Comércio nas economias mundiais, na sua versão de Varejo Moderno. No Ceará, este segmento tem feito a diferença, sobretudo em período de crise, como está ocorrendo atualmente. Pois, este parece imune a este tipo de evento, tendo em vista, que em nível de Brasil e Ceará, tem sustentado estas economias, no momento em que os demais setores passam por dificuldades.

Assim, faz-se necessário conceituar-se o que seja Varejo Moderno, para melhor compreender sua evolução e contribuição para a economia estadual.

Entende-se, neste estudo, como Varejo Moderno, o segmento que prioriza os direitos, os serviços, a conveniência e, sobretudo, os desejos do consumidor. Operacionalizam esses desejos utilizando-se de arquiteturas e técnicas cada vez mais modernas e acessíveis aos consumidores.

Bresser Pereira, em 1973, já falava das tendências do Varejo Moderno no Brasil, que segundo ele, segue um paradoxo:

“as instituições varejistas “modernas”, que foram desenvolvidas nos países capitalistas avançados com o objetivo de realizar distribuição em massa de bens de consumo, existem no Brasil para atender a uma elite. Usamos técnicas de distribuição em massa, que aliam eficiência operacional e alto grau de conveniência para o consumidor, para vender quantidades relativamente pequenas de mercadorias muito diversificadas”.

Para Stern (2009)<sup>1)</sup> o Varejo Moderno é aquele que se destaca e que ele chama de seguir o modelo “Os Mais”: “Os Mais do varejo são empresas com uma posição definida no mercado”. “São empresas que souberam esculpir e ganhar seu lugar na mente dos clientes. “Elas defendem ferozmente seu espaço, mas também são astutas o suficiente para reconhecer quando é hora de encontrar algo novo”.

Para Cobra (2007):

O varejo moderno tende a ser de melhor qualidade e de maior presteza. Dentre as principais características pode ser destacado o fato de que a atividade varejista não deve se restringir às suas instalações físicas, o uso da internet como ferramenta é fundamental, além de outras que não podem ser desprezadas como serviço domiciliar (na casa do cliente) e por telefone; a emoção deve estar destacada como uma forma de atrair e reter clientes, a criatividade tem de ser colocada em prática para despertar sentimentos nos clientes para que ele possa perceber valor em cada produto oferecido; o ponto de encontro com o consumidor seja ele físico ou não, deve ser atraente e de fácil acesso.

Atualmente, observa-se que o Varejo Moderno constitui-se num segmento econômico que mais se ressalta no Setor de Serviços do Ceará, sobretudo nos centros urbano, com predominância da Região Metropolitana de Fortaleza. Neste espaço, existe forte concentração de estabelecimentos característicos do Varejo Moderno, destacando redes de Hipermercados, Extra, Pão de Açúcar e Carrefour e outros. Dentro desse espírito, Santos (1979) diz a respeito do Varejo Moderno:

“O comércio moderno realiza-se através de uma gama de estabelecimentos que vão das grandes lojas, supermercados e mesmo hipermercados, englobando um número considerável de produtos e uma massa importante de consumidores, até as lojas de produtos da moda, que oferecem um pequeno número de artigos de luxo a uma clientela selecionada. A essas formas extremas, que são a modernização do bazar e a especialização sofisticada, é necessário acrescentar um outro gênero de estabelecimentos especializados destinados à venda de um só ou de um número reduzido de produtos”.

<sup>1)</sup> “Diferenciação no Varejo”, escrito por Willard Ander e Neil Stern, recém-lançado no Brasil pela editora GS&MD.

Diferentemente do que ocorre na Índia e China, no Brasil, o Comércio de Varejo Moderno é isento de sentimento protecionista, quando não se cria barreira à entrada de empresas estrangeiras, como comenta Souza (2009):

“Nos dois países, alvo do interesse global por conta do tamanho do mercado e do potencial de consumo futuro, com população superior a um bilhão de pessoas, os respectivos governos criaram e sustentam barreiras à entrada de conglomerados varejistas globais, de maneira a permitir o desenvolvimento de competência dentre os operadores e redes locais, evitando expô-los à concorrência direta de grupos com maior know how, tecnologia, capital e poder de negociação e compra junto aos fornecedores de marcas globais que também estão migrando para esses mercados”.

Assim, a modernidade do Comércio reflete-se no aumento crescente e diversificado de novos estabelecimentos comerciais, sejam eles de investimentos locais, nacionais ou externos, corporificados por meio de novas técnicas organizacionais, como por exemplo, as observadas em segmentos tradicionais de Farmácias, Padarias e Materiais de Construção etc., surgimento e expandindo os Hipermercados, Lojas de Conveniência, as Redes de Lanchonetes Fast-Food e outros. Além de novas modalidades de estabelecimentos comerciais a exemplos dos Shopping Centeres e Galerias.

Essas transformações trouxeram, para o Estado, investimentos externos, bem como as grandes redes nacionais. No entanto, a maioria desses empreendimentos está concentrada em Fortaleza e em menor incidência em municípios do interior cearense, como no caso dos Shoppings Centeres visto na Tabela 2. Vale ressaltar que o Estado do Ceará já está expandindo sua área de atuação, no que se refere à Shopping Center, pois o Grupo Norte Shopping se instalou, recentemente, em Barretos, município importante do Estado de São Paulo, com proposta de instalação de mais outras unidades. A Tabela 2 mostra um mapeamento dessa modalidade varejista no Ceará.

Em breve serão construídos mais três empreendimentos de grande porte em Fortaleza, do Grupo Wal Mart e Grupo Marquise, e um em Juazeiro do Norte.

**Tabela 2:** Shoppings Centeres – Estado do Ceará – 2009 (\*)

<b>Discriminação</b>	<b>Localização</b>
Cariri Shopping Center	Juazeiro do Norte
Shopping Benfica	Fortaleza
Shopping Center Iguatemi Fortaleza	Fortaleza
Shopping Del Paseo	Fortaleza
Shopping Pátio Dom Luis	Fortaleza
Norte Shopping	Fortaleza
Norte Shopping Maracanaú	Maracanaú
Norte Shopping Barretos	São Paulo
Norte Shopping Caruaru	Pernambuco
Via Sul	Fortaleza

Fonte: ABRASCE.

(\*) Estes são os principais e a maioria é associada à ABRASCE.

### 3.1.2 Caracterização do Varejo Moderno

O Varejo Moderno está caracterizado na Cadeia Produtiva explicitada na Figura 1.

#### COMPOSIÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DO VAREJO MODERNO



**Figura 1:** Cadeia do Varejo Moderno – Estado do Ceará.

Fonte: Adaptado da Cadeia de Varejo Moderno de Pernambuco, 2005.

O Mercado fornecedor de produtos é representado por empresas de produção de bens acabados de consumo não duráveis, e semiduráveis ou duráveis, são vendidos para o varejo, que se encarrega de fazer a comercialização final. Já o Mercado fornecedor de Serviços de Terceirizados, são as atividades que operacionalizam nos estabelecimentos Varejistas, dando suporte na prestação de serviços, direta ou indiretamente. Tais serviços podem ser: segurança, limpeza e conservação, propaganda e comunicação, além de suporte tecnológico e contabilidade, dentre outros. Vale salientar que esses serviços sofrem modificações de acordo com as exigências e evolução do Varejo Moderno. As empresas de telecomunicações têm dado suporte nas operações on line.

Cita-se como empresas reguladoras aquelas que de certa forma fiscalizam as atividades e procedimentos dos estabelecimentos do Varejo Moderno, como a SUNAB e o PROCON, que são órgãos de proteção ao Direito do Consumidor. Existem ainda os órgãos públicos que atuam na infra-estrutura econômica e ordenamento urbano, facilitando ou mesmo possibilitando a desconcentração dos estabelecimentos Varejistas em direção ao interior do Estado.

As Associações Empresariais, Profissionais e Sindicais, referem-se as Instituições que representam os direitos classistas, dos empresários e dos trabalhadores do Varejo. Dentro da cadeia ressaltam-se A Associação Brasileira de Shopping Center (ABRASCE); a Associação Cearense de Supermercados (ACS); A Federação Comercial do Ceará (FECOMÈRCIO); Clube de Diretores Lojistas (CDL); além dos sindicatos patronais e dos trabalhadores.

Arelados ao Varejo destacam-se também as Instituições Financiadoras que respondem pelos investimentos ou o funcionamento das atividades do Núcleo e dos Elos da cadeia produtiva do Varejo Moderno. Dentre estas instituições estão inseridos os bancos públicos e os privados com instalações no Ceará.

Por fim, destacam-se as Instituições direcionadas para a formação e o aprimoramento dos Recursos Humanos, a exemplo do SENAI, SEBRAE, SENAC, Universidade do Varejo, centros de Formação para o Trabalhador outros pertencentes ao Governo Estadual.

### **3.1.3 Estabelecimento Varejista Moderno**

No Brasil, a classificação de atividades econômicas, oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos cadastros e registros da Administração Pública é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, que guarda compatibilidade com a *International Standard Industrial Classification* – ISIC o que permite garantir a comparabilidade internacional das estatísticas produzidas no país (IBGE, 2006).

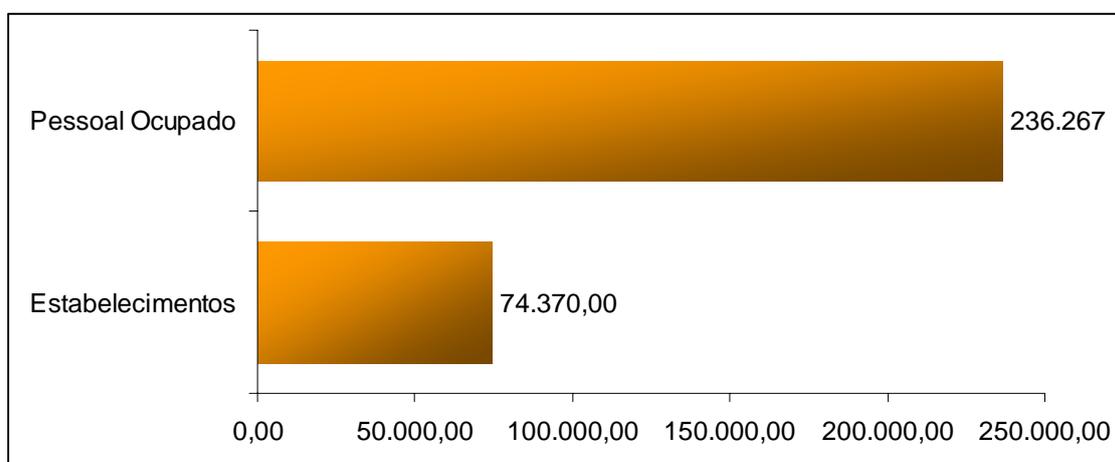
A classificação das Atividades características do Varejo, no Brasil, se faz exclusivamente a partir da compatibilização dos códigos de atividades econômicas da CNAE 1.0, descrita no Quadro 1.

**Quadro 1:** Classificação do varejo por tipo de atividade segundo a CNAE

Descrição da Atividade	Código da CNAE
Combustíveis e lubrificantes	5050,0
Hipermercados, supermer., prod. Alimentícios	5211, 5212, 5213, 5214, 5221, 5222, 5223, 5224 e 5229
Tecidos, vestuário e calçados	5231, 5232 e 5233
Móveis e eletrodomésticos	5242 e 5243
Art. farmac., médicos, ortop. de perfum. e cosméticos	5241,0
Livros, jornais, revistas e papelaria	5245,0
Equip. e materiais p/escritório, inform. e comunicação	5246,0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5215 e 5249
Veículos, motos, partes e peças por tipos	5010, 5030 e 5041
Material de construção	515 e 5244
<b>Comércio Varejista</b>	

Fonte: CNAE/IBGE, 2006.

No Ceará, segundo a Pesquisa Anual do Comércio (PAC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2007, cita que existem no Ceará 74,4 mil estabelecimentos Varejista, que abrangiam 236,3 mil pessoas ocupadas, conforme está visualizado no Gráfico 1.

**Gráfico 1:** Número de estabelecimentos varejistas – Estado do Ceará – 2007

Fonte: PAC-2007/IBGE.

No item, a seguir, mostra-se a importância da modernização do Varejo na economia cearense, no que se refere ao Valor Adicionado e ao Mercado de Trabalho.

### 3.1.4 Importância do Varejo Moderno na Economia do Ceará

#### 3.1.4.1 Valor Adicionado a preços básicos

O Estado do Ceará, com uma população de 8,5 milhões de habitantes, segundo a estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)/2009, situa-se em uma planície da zona litorânea da Região Nordeste, tem uma posição estratégica para as operações de comércio exterior e turismo, atividades econômicas

com grande potencial de crescimento. Sua população está distribuída em seus 148 mil km<sup>2</sup>, em 184 municípios.

Possui uma economia ainda muito frágil, que se ampara, principalmente no Setor de Serviços, em 69,2%, onde 44,1% englobam três das doze atividades econômicas que compõem os Serviços: Administração Pública (21,3%), Comércio (15,5%) e Aluguel (8,8%) (Tabela 3). Em seguida, dos Serviços, vem a Indústria com uma participação de 23,5% e a Agropecuária com uma participação de 7,3%.

Segundo os últimos dados divulgados (2006), a economia cearense constitui-se na 12<sup>a</sup> economia do país e a terceira da Região Nordeste, ficando atrás da Bahia e de Pernambuco, a primeira e a segunda colocadas. Com um Valor Adicionado a preços básicos de 40. 597,79 milhões, um Produto Interno Bruto (PIB) a preços de mercado de R\$ 46.309,88, o que gerou um PIB *per capita* de R\$ 5.635,80. Participa com 2,0% para a formação da economia brasileira e 15,0% da nordestina. Nos últimos cinco anos, a economia cearense acumulou uma taxa de crescimento, praticamente, igual à taxa nordestina de 18% e, superior a taxa nacional, 14,1%.

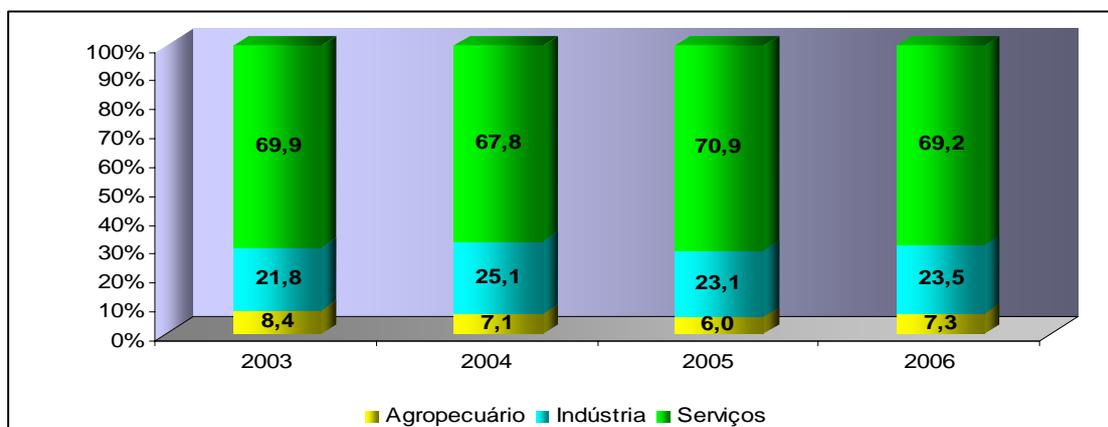
Detalhando a economia cearense pelos três setores, tem-se que o da Agropecuária tem participação pequena na economia cearense (7,3%), tendo em vista suas condições naturais de pertencer ao semi-árido nordestino, apresentando oscilações climáticas que impedem a implementação de uma agropecuária mais avançada e diversificada. Mas, mesmo com as adversidades climáticas, o Ceará destaca-se como o maior produtor brasileiro de Castanha de Caju, o segundo produto da pauta das exportações cearenses. Recentemente, com o advento da agricultura irrigada, o Estado vem se destacando na exportação de frutas e flores. A Agropecuária é concentrada na produção das lavouras de Milho, nas regiões do Sertão de Crateús e Barro; o Feijão, no Sertão de Quixeramobim e Baixo Jaguaribe; Banana, em Baturité e Baixo Jaguaribe; Melão, no Baixo Jaguaribe e Litoral de Aracati; Castanha de Caju, no Litoral de Camocim, Acaraú e Chorozinho.

Quanto a Indústria, esta possui uma importância maior que a Agropecuária na economia cearense (23,5%), tem crescido, sobretudo, nas duas últimas décadas, 90 e 2000 (Gráfico 2 e Tabela 3). O parque industrial cearense, já existente, recebeu reforço com o programa de atração de investimentos adotado em meados dos anos 90, as empresas que aportaram no Ceará, sobretudo as de Calçados, conseguiram mudar o perfil do Estado, de exportador de produtos básicos (31%), para exportador de produtos industrializados (69%), manufaturados e semi-manufaturados, agregando mais valor às exportações. Muitos municípios receberam indústrias que fizeram e fazem diferença nas economias locais, reduzindo, aos poucos, as disparidades entre Interior e Região Metropolitana.

Mas o Ceará tem vocação forte para o comércio, que se originou com sua colonização, quando recebeu a tarefa de abastecer, de produtos básicos, às regiões ditas como nobres, ou seja, as produtoras de cana-de-açúcar do Nordeste. Com isso, inicia-se a participação dos Serviços na economia estadual.

Assim, os Serviços participam com 69,2% para a formação da economia cearense (Gráfico 2 e Tabela 3), como já citado. Dentre as atividades que compõem este Setor, o maior destaque cabe ao Comércio, que participa com 14,4% seguido das Atividades Imobiliárias (8,6%); Intermediação Financeira (5,2%); Transportes e Correios (4,0%); e Alojamento e Alimentação (2,1%). Já às atividades ditas modernas, participam com 3,6%, 3,2% do Valor Adicionado Total, respectivamente, Serviços

Prestados às Empresas e Serviços de Informação. O Ceará, com uma economia considerada intermediária, a Administração Pública, ainda tem papel relevante para a formação econômica, com 21,1% (Tabela 3).



**Gráfico 2:** Evolução da participação (%) dos três setores econômicos no VAB – Estado do Ceará 2003-2006

Fonte: IPECE e IBGE.

A seguir, mostra-se a participação e o crescimento mais detalhado do Comércio e do Varejo Moderno, no Ceará.

### 3.1.4.2 Evolução do Comércio na Economia Cearense

O Comércio exerce um papel fundamental, de forma direta ou indireta, para a economia em nível de geração de Valor Adicionado (VA), como também emprego e renda pessoal, receitas públicas e outros efeitos nos demais segmentos econômicos.

A análise econômica da atividade faz-se, sobretudo a partir da mensuração dos produtos (bens e serviços) disponíveis a sociedade, de um modo geral, e os impactos que exercem sobre as variáveis macroeconômicas cearenses. Dentre os bens e serviços ofertados, destacam-se: Alimentos e Bebidas; Vestuários; Calçados; Têxtil; Eletrodomésticos; Veículos, Motos; e peças e acessórios; Combustíveis e Lubrificantes e outros.

De acordo com a definição do Valor Adicionado, como a contribuição econômica dos três setores a economia total de uma região, país e localidades, medido a preços básicos, ou seja, sem os impostos, utilizou-se esta modalidade de cálculo para verificação da importância do Comércio na economia estadual, que pode ser expresso pela fórmula, representado pela ótica do produto:

**Valor Bruto da Produção (VBP)** que representa tudo que é produzido na economia (comércio).

**Consumo Intermediário (CI)** que corresponde aos insumos utilizados no processo produtivo (comércio).

**Valor Adicionado (VA)** que é a contribuição líquida dos setores que agregam valor a economia (comércio). Logo, os VAs da economia cearense e o do comércio, podem ser escrito:

$$VA = VBP - CI$$

Pelos resultados do estudo, mostrados na Tabela 3, percebe-se que há um aumento crescente da participação do Comércio no período de dados disponível 2002-2006, tendo o ano de 2002, como base. Em 2003, o Valor Adicionado gerado pelas atividades do Comércio representou 13,9% passando para 14,4%, em 2006. Em termos de valores, no mesmo período comparativo, em 2003, as atividades ligadas ao Comércio renderam ao Estado um Valor Adicionado de R\$ 3.965,00 milhões e, no último ano, 2006, o Valor Adicionado passou para R\$ 5.833,00 milhões. Destes totais, o Comércio do Varejo Moderno rendeu R\$ 2.057 e R\$ 3.410,10, respectivamente, o que representou 52%, em 2003 e 58% em 2006.

**Tabela 3:** Evolução da participação (%) das atividades no VA – Estado do Ceará 2003-2006

Setor por Atividade	2003	2004	2005	2006
<b>Agropecuário</b>	<b>8,4</b>	<b>7,1</b>	<b>6,0</b>	<b>7,3</b>
<b>Indústria</b>	<b>21,8</b>	<b>25,1</b>	<b>23,1</b>	<b>23,5</b>
<b>Serviços</b>	<b>69,9</b>	<b>67,8</b>	<b>70,9</b>	<b>69,2</b>
Comércio	13,9	13,4	14,2	14,4
Atividades imobiliárias e aluguel	9,0	8,9	8,9	8,6
Administração Pública	20,8	19,7	20,3	21,1
<b>Economia Cearense (*)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IPECE e IBGE.

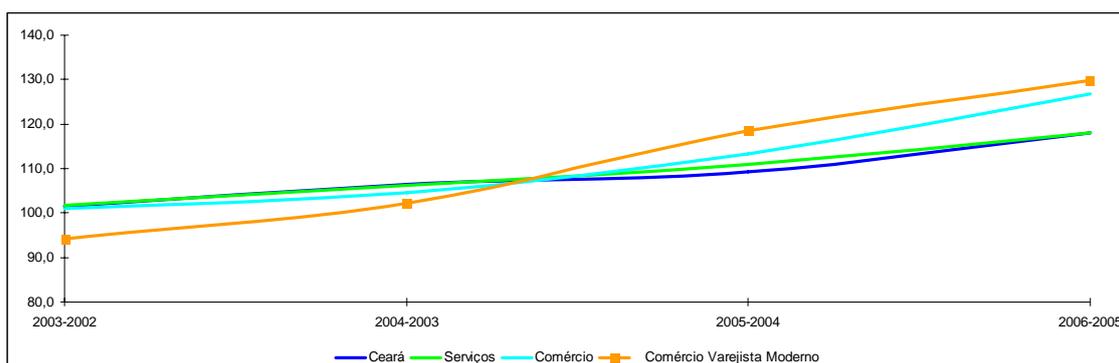
(\*) Está incluindo os demais segmentos.

Em termos de crescimento, o Valor Adicionado (VA) do Ceará acumulou uma taxa de 18% significando uma média anual de 3,4%, no período de 2002-2006, considerando 2002, como base. Com a Agropecuária crescendo 29,4%, a Indústria, 16,1% e os Serviços, 18,1%. Vale destacar, que a Agropecuária vinha registrando taxas negativas, mas o ano de 2006 constituiu-se em recorde na produção de grãos, a maior desde 1949, com crescimento de 35,3%, o que resultou em uma taxa acumulada superior a da Indústria e dos Serviços (Tabela 4).

Na mesma comparação o Comércio acumulou uma taxa de 26,9%, média anual de 4,9%, e o Varejo Moderno, 29,9% a uma média anual de 5,4%, mantendo uma taxa média de 3,4% superior a do VAB estadual (Gráfico 3 e Tabela 4).

As estatísticas mostram a importância dos Serviços na economia cearense, e do Comércio nos Serviços e do Varejo no Comércio, formando a maior cadeia de geração de renda na economia cearense. No Gráfico 3 fica claro a dependência da economia cearense dos Serviços e, conseqüentemente do Comércio e do Varejo Moderno.

Observa-se que, no Ceará, no período estudado, a atividade do Varejo Moderno, mostra dinamismo a partir de 2004, quando a economia brasileira retoma ao ritmo de crescimento, após a instabilidade política, econômica dos anos 2002/2003, período de eleições presidenciais (2002) e ano de arrumação da economia brasileira (2003), que refletiu nas economias regionais. Com a economia mais estabilizada, houve uma recuperação do poder aquisitivo da população, melhores condições de créditos e outras modalidades de pagamento, como o avanço dos cartões de crédito. Como confirma Teixeira (2006): “Posteriormente, foram criadas novas linhas de financiamento voltadas para as camadas de renda mais baixas e foram ampliadas as linhas de crédito”.



**Gráfico 3:** Índice do Valor Adicionado a preços básicos da economia, do comércio e varejo moderno – Estado do Ceará – 2002-2006 (2002=100)

Fonte: IPECE e IBGE.

**Tabela 4:** Índice do Valor Adicionado a preços básicos (%) de atividades econômicas selecionadas – Estado do Ceará – 2003-2006

Setor por Atividade	2003	2004	2005	2006
<b>Agropecuária</b>	<b>106,6</b>	<b>95,2</b>	<b>95,7</b>	<b>129,5</b>
Indústria	99,8	111,6	110,3	116,1
<b>Serviços</b>	<b>101,7</b>	<b>106,2</b>	<b>110,9</b>	<b>118,1</b>
Comércio	100,9	104,5	113,2	126,9
<b>Comércio Moderno</b>	<b>94,1</b>	<b>102,1</b>	<b>118,5</b>	<b>129,9</b>
<b>Economia Cearense</b>	<b>101,6</b>	<b>106,5</b>	<b>109,4</b>	<b>118,0</b>

Fonte: IPECE e IBGE.

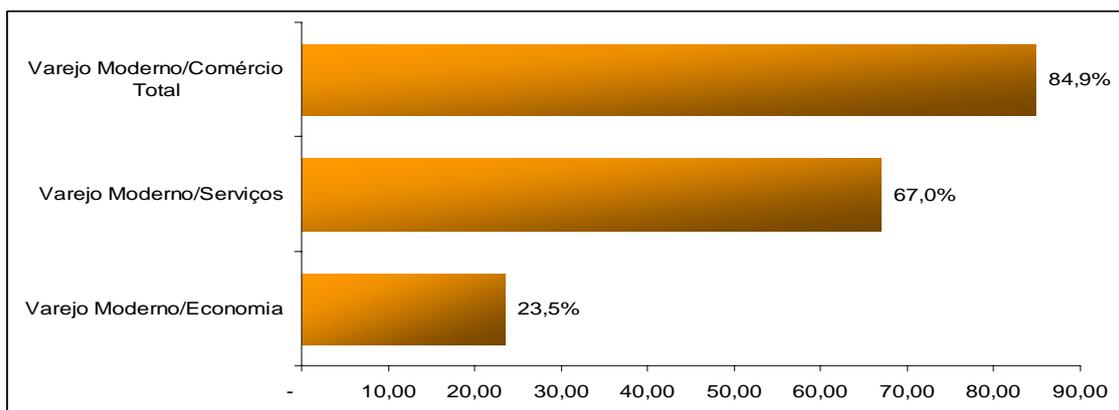
No próximo item mostram-se a influência do Varejo Moderno no mercado de trabalho.

### 3.1.5 Mercado de Trabalho

Então, utilizando-se dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), mostra-se a importância do Varejo Moderno do Ceará na geração de emprego.

A Tabela 5 evidencia que o emprego formal tem crescido no Estado, no período analisado, 2002-2008, com um saldo líquido acumulado, que representa a diferença entre os admitidos e desligados, de 226,3 mil empregos, sendo 79,4 mil relativos ao Setor de Serviços, 62,7 mil referentes ao Comércio Total e 54,2 mil correspondentes ao Varejo Moderno, como pode ser visto na Tabela 5.

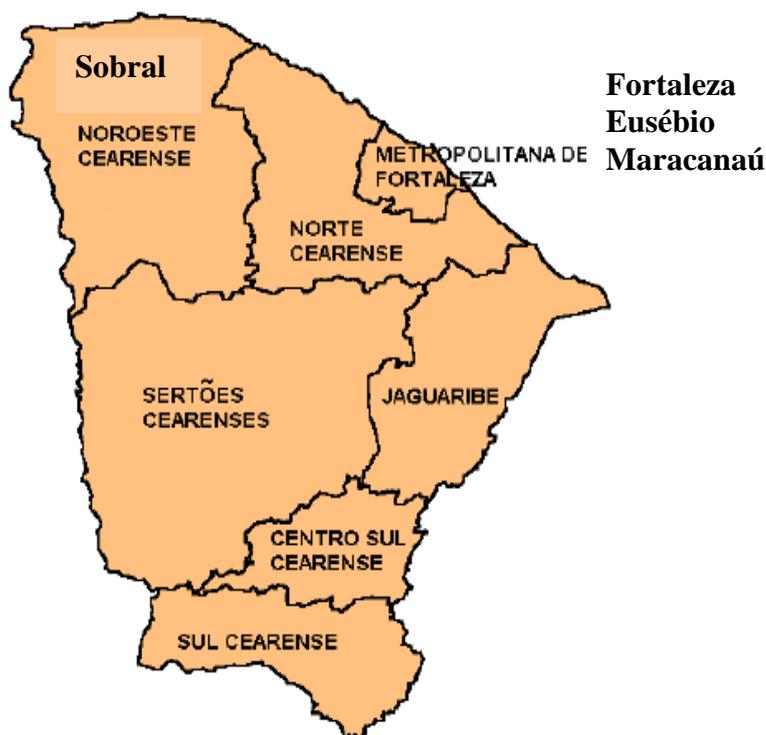
O Varejo Moderno, nesse período, representou 23,5% do emprego gerado na economia cearense, como um todo; 67,0% do Setor Serviços e 84,9% do Comércio Total (Gráfico 4).



**Gráfico 4:** Participação do emprego formal do varejo moderno na economia, nos serviços e no comércio – Estado do Ceará – Acumulado de 2002-2008

Fonte: CAGED LEI 4.923/65 – CGT/DES/SPPE/MTE.

Em termos de espaço geográfico, o emprego gerado pelo Varejo Moderno encontra-se, muito concentrado, na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), nos municípios de Fortaleza, Eusébio e Maracanaú, e no Noroeste Cearense, com destaque para o Município de Sobral (Figura 2).



**Figura 2:** Mapa das Mesorregiões – Estado do Ceará

Fonte: IBGE.

**Tabela 5:** Evolução do emprego formal (n<sup>o</sup>) – Estado do Ceará – 2002-2008

<b>Anos</b>	<b>Admitidos</b>	<b>Desligados</b>	<b>Saldo Líquido</b>
<b>Economia Total</b>			
2002	215.582	84.751	30.831
2003	210.583	91.938	18.645
2004	227.205	95.965	31.240
2005	240.637	09.762	30.875
2006	267.041	33.481	33.560
2007	295.833	56.111	39.722
2008	345.458	04.017	41.441
<b>Acumulado 2002-2008</b>	<b>1.802.339</b>	<b>1.576.025</b>	<b>226.314</b>
<b>Anos</b>	<b>Admitidos</b>	<b>Desligados</b>	<b>Saldo Líquido</b>
<b>Serviços</b>			
2002	69.138	60.065	9.073
2003	73.650	63.994	9.656
2004	76.242	67.902	8.340
2005	88.400	74.274	14.126
2006	96.801	85.285	11.516
2007	102.858	92.450	10.408
2008	120.283	104.047	16.236
<b>Acumulado 2002-2008</b>	<b>627.372</b>	<b>548.017</b>	<b>79.355</b>
<b>Anos</b>	<b>Admitidos</b>	<b>Desligados</b>	<b>Saldo Líquido</b>
<b>Comércio Geral</b>			
2002	44.980	37.088	7.892
2003	44.957	40.456	4.501
2004	50.036	41.072	8.964
2005	54.763	45.467	9.296
2006	58.134	48.942	9.192
2007	65.464	54.308	11.156
2008	75.308	63.635	11.673
<b>Acumulado 2002-2008</b>	<b>393.642</b>	<b>330.968</b>	<b>62.674</b>
<b>Anos</b>	<b>Admitidos</b>	<b>Desligados</b>	<b>Saldo Líquido</b>
<b>Varejo Moderno</b>			
2002	37.582	30.361	7.221
2003	37.925	33.916	4.009
2004	41.322	34.433	6.889
2005	45.991	38.157	7.834
2006	49.042	40.884	8.158
2007	54.862	45.543	9.319
2008	63.790	54.032	9.758
<b>Acumulado 2002-2008</b>	<b>330.514</b>	<b>277.326</b>	<b>53.188</b>

Fonte : CAGED LEI 4.923/65 – CGT/DES/SPPE/MTE.

O próximo item contempla as considerações gerais o estudo e as referências bibliográficas utilizadas, além do Anexo 1, com os resultados da Análise Fatorial.

#### 4 CONSIDERAÇÕES GERAIS

O estudo examinou a importância da atividade Varejo Moderno na economia estadual, por meio do Valor Adicionado gerado e comparado com o Valor Adicionado Total do Estado.

O crescimento do Setor de Serviços é notório, bem como dos estabelecimentos que representam o Varejo Moderno, objeto deste estudo, que representam as atividades de grandes lojas de departamentos, supermercados e hipermercados, lojas de conveniências, ruas de grifes e outras.

Os grandes centros urbanos são, atualmente, espaços de atração do Varejo Moderno, conforme o estudo sinalizou. No entanto, percebeu-se que aos poucos esta modalidade cearense, não só está se inserindo no interior do Estado, mas alçando vãos mais altos, como transbordando para outros estados do país, como no caso de Barretos, North Shopping, em São Paulo e de Caruaru em Pernambuco.

Então, a atividade responde por cerca de 60% do Comércio Total e 84,9% da geração de empregos formais. Estes dados foram comprovados por meio do Valor Adicionado (VA) do Estado, do Setor de Serviços e do Comércio Total, além dos dados do Ministério do Trabalho e Emprego, ao Varejo Moderno, conforme foi registrado ao longo do trabalho. Com o objetivo de comprovar-se o desempenho do Varejo Moderno na economia cearense, utilizou-se da ferramenta Análise Fatorial muito utilizada neste tipo de estudo, para dar suporte aos resultados encontrados, por meio dos indicadores já citados. Os resultados obtidos corroboraram com os encontrados, o que deu mais credibilidade a pesquisa. Ou seja, a atividade do Varejo Moderno explica 95,7% da variância, que evidencia o grau de influência dos fenômenos, no caso o Comércio total praticado no Ceará (Anexo 1: Quadro 4).

Enfim, os dados, ao longo do estudo, mostraram que nos últimos anos houve uma participação forte dessa atividade na economia cearense, sendo responsável pelo crescimento e pela disseminação de novos postos de trabalho e, conseqüentemente de aumento da renda da população, sugerindo uma redução da distribuição desleal existente. Além disso, o estudo sugere que esta atividade econômica tem potencial para crescer mais ainda nos próximos anos, tendo em vista que as condições naturais do Ceará, encravado quase todo seu território no semi-árido nordestino, não permitem mudanças substanciais em curto prazo.

Assim, fica como recomendação, para estudos futuros, uma maior exaustão sobre o tema ora desenvolvido, especificando melhor as atividades do Varejo Moderno e sua inserção maior nas cidades do interior do Estado, destacando às potencialidades existentes.

## REFERÊNCIAS

- Bresser Pereira: <www.bresserpereira.org.br.Notas.TendenciasParadoxosVarejo.pdf>. Acesso em 8 ago.2009.
- IBEG: www.ibge.gov.br. Acesso: 10 set.2009.
- MDIC. Ministério do Desenvolvimento da Indústria e do Comércio Exterior. Disponível em: <www.mdic.gov.br >. Acesso em 8 ago.2009.
- MTE. Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em: www.mte.gov.br. Acesso: 12 set.2009.
- ROCHA, Bezerra Maria Eloisa. Boletim do comércio exterior do Ceará. Fortaleza: IPECE, 2003.
- \_\_\_\_\_. Exportações e crescimento econômico do Ceará no período 1985-2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Fortaleza, 2003. 90p.
- SANTOS, Milton. **O espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979.
- SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <www.sebrae.com.br.>. Acesso em: 12 set. 2009.
- SEPLAN-PE: <www.seplan.pe.gov.br>. Acesso em: 20 set.2009.
- TEIXEIRA, Luciena Pires. Disponível em: www.cbdados.com.br/files/texto/030.pdf. Acesso em: 20 set.2009.

### ANEXO 1: Resultados da Análise fatorial

#### Quadro 2: Variáveis retiradas do modelo de análise fatorial.

Variáveis
G. - Comércio; reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos
50. - Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas; e comércio a varejo de combustíveis
50.1. - Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores
50.3. - Comércio a varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos automotores
50.4. - Comércio, manutenção e reparação de motocicletas, partes, peças e acessórios
50.5. - Comércio a varejo de combustíveis
51. - Comércio por atacado e representantes comerciais e agentes do comércio
51.1. - Representantes comerciais e agentes do comércio
51.9. - Comércio atacadista de mercadorias em geral ou não compreendidas nos grupos anteriores
52. - Comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos
52.1. - Comércio varejista não especializado
52.5. - Comércio varejista de artigos usados
52.6. - Outras atividades do comércio varejista

Fonte: Dados da Pesquisa.

**Quadro 3:** Comunalidades das variáveis utilizadas no modelo de análise fatorial.

Variáveis	Inicial	Extração
52.2 Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	1	0,93
52.3 Comércio varejista de tecidos, artigos de armarinho, vestuário e calçados	1	0,97
52.4 Comércio varejista de outros produtos	1	0,95
52.7 Reparação de objetos pessoais e domésticos	1	0,98
50.1 Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores	1	0,93
50.4 Comércio, manutenção e reparação de motocicletas, partes, peças e acessórios	1	0,97
50.5 Comércio a varejo de combustíveis	1	0,96

Fonte: Dados da Pesquisa. Obs: Método de Extração: *Principal Component Analysis*.

**Quadro 4:** Matriz dos componentes principais obtidos pelo Método de Análise Fatorial.

	Componentes
Variáveis	1
Reparação de objetos pessoais e domésticos	0,99
Comércio, manutenção e reparação de motocicletas, partes, peças e acessórios	0,99
Comércio varejista de tecidos, artigos de armarinho, vestuário e calçados	0,99
Comércio a varejo de combustíveis	0,98
Comércio varejista de outros produtos	0,98
Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores	0,97
Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	0,96
Autovalor	6,70
% da Variância	95,72
Variância acumulada %	95,72

Fonte: Dados da Pesquisa.