



CONJUNTURA ECONÔMICA

do Estado de Alagoas

Jan-Jun/2012 | Volume 13



ESTADO DE ALAGOAS

Setor Industrial revela estimativa de crescimento de 17%

p. 36

Comércio Varejista cresce mais de 10%

p. 48

Turismo em Alagoas segue em alta

p. 58

Artigos

O CONJUNTO GRACILIANO RAMOS COMO CENTRO ARTICULADOR DOS ATORES POLÍTICO SOCIAL LOCAL E ECONÔMICO DE SEU ENTORNO: ALTERNATIVAS PARA UM CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO PLANEJADO.

Jarpa Aramis Ventura de Andrade

ECONOMIA REGIONAL: UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS MERCADINHOS DO BAIRRO DO JACINTINHO EM MACEIÓ.

Sandra Morais Pereira

Secretaria de Estado do
Planejamento e do
Desenvolvimento Econômico



GOVERNO DO ESTADO DE ALAGOAS
SECRETARIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO E DO DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO
SUPERINTENDÊNCIA DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO
DIRETORIA DE ESTUDOS E PESQUISAS

CONJUNTURA ECONÔMICA DO
ESTADO DE ALAGOAS

Jan-Jun/2012

v.13 n.28

Maceió
2012

GOVERNO DO ESTADO DE ALAGOAS
Governador - Teotonio Brandão Vilela Filho
Vice - Governador - José Thomaz Nonô Netto

SECRETARIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO E DO DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO - Seplande
Secretário de Estado- Luiz Otavio Gomes
Secretário de Estado Adjunto de Planejamento e Orçamento – José Cândido do Nascimento
Chefe de Gabinete – Rafaelle Novais

SUPERINTENDÊNCIA DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO
Superintendente – Thiago José Tavares Ávila

DIRETORIA DE ESTUDOS E PESQUISAS

Diretor – Natallya de Almeida Levino

EQUIPE TÉCNICA

Anderson Henrique dos Santos Araujo
Cícera Dinalva Matos Dantas
Marcia Núbia Barbosa Lopes
Rosângela Maria de Melo My
Silvéte de Albuquerque Nogueira

ESTAGIÁRIOS

Bartolomeu José Rodrigues Neto
Mayanna Hora Juca

EDITOR

Natallya de Almeida Levino

EQUIPE DE REVISÃO

José Cândido do Nascimento
Roberson Leite Silva Júnior
Teresa Márcia da Rocha Lima Emery
Thiago José Tavares Ávila

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Coordenador de Comunicação – Lucas Lisboa
Assessor de Comunicação – Laís Pita de Almeida
Designer Gráfico- Thales França

NORMALIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Biblioteca Luiz Sávio de Almeida
Gerente – Elisabete Maria Monteiro de Souza

NOTA EXPLICATIVA: a publicação teve início em 1998, como trimestral, passando em 2002, a ser semestral. Em 2005 tornou-se anual, retornando em 2012 a periodicidade semestral.

CONJUNTURA ECONÔMICA DO ESTADO DE ALAGOAS é uma publicação semestral da Seplande/AL.
Disponível para consultas e *download* no site <http://www.seplande.al.gov.br>. É permitida a reprodução total ou parcial dos textos desta revista, desde que seja citada a fonte.

Bibliotecária Responsável: Maria Gorileide P. de Oliveira – CRB-4/1524

Conjuntura Econômica do Estado de Alagoas. Ano 13, nº 28 (1998)- .
- Maceió: Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico, 2012.
v.: il Color. ; 21cm

Semestral

Período: Jan-Jun/2012
Continuação de: Informativo Conjuntural
ISSN 2237-5740

1. Economia – Alagoas. 2. Estatística – Alagoas

CDU 31: 33(813.5)

Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico – Seplande
R. Dr. Cincinato Pinto, 503 - Centro - Maceió-Alagoas
CEP.: 57020-050 - Fone: (82) 3315-1504 - Fax: (82) 3315-1525



<http://www.seplande.al.gov.br>
biblioteca@seplande.al.gov.br

sumário



APRESENTAÇÃO 5

ARTIGO 1 7

ECONOMIA REGIONAL: UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS
MERCADINHOS DO BAIRRO DO JACINTINHO EM MACEIÓ

CONJUNTURA ECONÔMICA

Agricultura 23

Indústria 31

Balança Comercial 37

Comércio Varejista 47

Turismo 53

Mercado de Trabalho 58

Finanças Públicas 63

ARTIGO 2 73

O CONJUNTO GRACILIANO RAMOS COMO CENTRO ARTICULADOR DOS ATORES
POLÍTICO SOCIAL LOCAL E ECONÔMICO DE SEU ENTORNO: ALTERNATIVAS PARA UM
CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO PLANEJADO

ENTREVISTA 83

REYNALDO RUBEM FERREIRA JR.

OUTRAS PUBLICAÇÕES 87

NORMAS PARA ENVIO DE ARTIGOS 89

APRESENTAÇÃO

A Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (Seplande), por meio da Superintendência de Produção da Informação e do Conhecimento, apresenta a 28ª edição da Conjuntura Econômica do Estado de Alagoas. A publicação mostra a performance da economia alagoana no primeiro semestre de 2012, composta por novas temáticas e análises. O estudo inclui pesquisas, análises setoriais, índices econômicos, infográficos, artigos científicos e uma entrevista.

A Conjuntura traz informações de curto prazo sobre os segmentos primário, secundário e terciário da economia local. Os dados referem-se às atividades agrícolas, com foco nas lavouras temporárias e permanentes, indústria, além de informações relativas ao turismo e transportes, comércio, energia, balança comercial e finanças públicas.

O estudo aborda ainda o comportamento da produção, do consumo, das oscilações registradas no mercado de trabalho formal alagoano em 2012. Como inovação, a publicação conta com dois artigos científicos, os quais demonstram o protagonismo das regiões periféricas de Maceió, beneficiadas pelos bons resultados da conjuntura nacional e os impactos das transferências federais. Ademais, uma entrevista sobre os resultados do PIB 2010 e as perspectivas para a economia alagoana endossam os avanços da publicação.

Estudos como este são de vital importância para expressar a dinâmica econômica do Estado, definindo a situação da economia em setores distintos e em curto espaço de tempo. Outro ponto importante, é que este produto tem o intuito de proporcionar confiança aos investidores e consumidores que se interessem pelo território alagoano.

Em nome de toda equipe envolvida no processo, registro aqui os nossos agradecimentos às instituições e às pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, seja no fornecimento de dados estatísticos ou na produção de textos que integram esta publicação.

Luiz Otavio Gomes
Secretário

ARTIGO 1

ECONOMIA REGIONAL: UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS MERCADINHOS DO BAIRO DO JACINTINHO EM MACEIÓ

Sandra Morais Pereira
Economista, Pós-Graduação em Gestão Pública (UFAL)
smoraiss@bol.com.br

RESUMO

As grandes mudanças ocorridas no cenário da economia Alagoana vêm resultando em mudança de comportamento principalmente dos pequenos comerciantes. O bairro do Jacintinho, objeto do nosso estudo, enfrenta hoje a entrada de grandes redes internacionais de supermercadistas concorrendo no mesmo mercado consumidor. Com o objetivo de analisar como esses merceeiros têm conseguido competir com os articulados supermercadistas, buscou-se no primeiro momento fazer uma revisão de literatura baseado em dados secundários disponíveis, analisando o aumento do poder de compra e a conjuntura do varejo. Foi realizada uma pesquisa de campo entre os meses de setembro e outubro de 2008, o questionário foi aplicado em uma amostra de 64 empreendimentos, com erro amostra de 10%. Verificou-se que a grande maioria dos estabelecimentos tem menos de 10 anos de existência, e que a grande maioria possui poucas informações sobre os seus concorrentes e que poucos fazem uso de algum tipo de mídia de comunicação. Muitos afirmam terem diminuído sua receita com a entrada das grandes redes no mercado, porém considera esse fato passageiro e resultado do modismo.

Palavras-chave: Estrutura de Mercado; Economia Regional; Comércio Varejista.

1. INTRODUÇÃO

A instabilidade econômica que norteou o Brasil a partir da década de 1950 levou a um padrão modificado de consumo que era voltado principalmente ao beneficiamento das classes mais altas da sociedade. Nesse sentido, a atenção das grandes redes varejistas de alimentos, era voltada principalmente para as classes A e B. Buscavam-se os bairros com maior poder aquisitivo, em grandes centros urbanos, mesmo com a população brasileira sendo composta em sua maioria pelas classes C, D e E.

Essa mudança de paradigma esta sendo alterada ao longo dos últimos anos. A livre concorrência gerada pelos avanços da economia global vem tornando o mercado cada vez mais competitivo, e a busca por novos mercados e consumidores tornaram-se o grande vilão pra esse segmento. As grandes empresas perceberam o potencial de compra dessa classe, composta por pessoas que ganham de 1 até 10 salários mínimos e que Prahalad (2005) define como “a base da pirâmide”, afirmando que para transformar a base da pirâmide em um mercado consumidor, é indispensável criar capacidade de consumir.

Para Carvalho (2007), essa capacidade de consumir proposta por Prahalad é fornecida pelas diversas políticas públicas e graças a elas, o comércio varejista em Alagoas vem alcançando recordes de vendas e crescendo com taxas superiores à média nacional.

Em Alagoas, a inserção de grandes centros de varejos principalmente na periferia da cidade tem levado a uma modificação de comportamento da população e de pequenos comerciantes em Alagoas. Nesse sentido, verificou-se a necessidade de um estudo mais aprofundado sobre as perspectivas de sobrevivência desses comerciantes; e para isso foi escolhido o bairro do Jacintinho, devido a sua peculiaridade de comércio local, e por este encontrar-se próximo de grandes e pequenos centros de varejo. Destarte, foram aplicados 64 questionários em mercearias e mercadinhos, com erro amostral de 10%, durante os meses de setembro e outubro de 2008 visando elucidar tal problemática.

Este trabalho está dividido em quatro sessões além desta introdução. A segunda sessão apresenta a base conceitual, que serviu de fundamentação teórica para as discussões apresentadas. Já a terceira sessão apresenta os materiais e métodos utilizados. Foram utilizados dados de fonte primária e secundária, e um programa estatístico para mensuração dos dados. Na quarta sessão são apresentados os resultados e discussões obtidas pela coleta do questionário.

Por fim, os aspectos conclusivos onde será verificado se os objetivos estabelecidos foram alcançados.

2. BASE CONCEITUAL

2.1 A RIQUEZA NA BASE DA PIRÂMIDE

Para o autor Prahalad (2005), a pirâmide é símbolo das desigualdades de renda, se estamos em processo de mudança, logo deveria torna-se um losango, o qual representaria que a maioria da população faz parte da classe média. Essa mudança vem sendo sentida não só pela população como pelo mercado após as implantações das políticas públicas de transferências de renda iniciadas no Governo FHC e melhoradas no Governo Lula.

Ainda segundo Prahalad (2005, p.110):

[...] Mais importante, a transformação social significa o número de pessoas que acreditam que podem aspirar a um estilo de vida de classe média. É a crescente evidência da oportunidade, modelos de papéis e sinais reais de mudança que permitem que as pessoas mudem as suas aspirações.

As aspirações propostas pelo autor vêm sendo observadas principalmente no setor varejista que desde então apresenta índices significativos e crescimento. Em Maceió, podemos visualizar pelo número de empresas multinacionais varejista de grande porte que entraram na economia, não só como supermercados, como também no formato de mercadinhos de bairro uma estratégia de absorver esses potenciais consumidores da base da pirâmide.

Prahalad (2005, p. 69), fundamenta essa mudança de foco dos grandes varejistas que hoje investem em supermercados menores localizados em bairros não nobres, para atendimento da demanda que surge dessa nova economia das classes C, D e E.

[...] Os mercados da base da pirâmide representam 80% da humanidade. É razoável esperar que quatro bilhões de pessoas em busca de melhor qualidade de vida venham a construir um dos mercados de crescimento mais vibrante da história das relações econômicas.

2.2 O VAREJO EM ALAGOAS

Para Carvalho (2007, p.105), o comércio varejista vem apresentando índices crescentes desde 2004, principalmente nos seguintes segmentos: vestuário, alimentação, eletrodomésticos, material de construção, etc.

Ainda segundo o autor supracitado, esse desenvolvimento é um reflexo das políticas públicas, o que proporciona ao comércio varejista alagoano atingir recordes superiores a média nacional. Ademais, com as políticas de transferência direta de renda, houve também facilitação do crédito e financiamentos com prazos mais longos, e diante desse contexto, houve um forte recuo nos índices de inadimplência e ascensão do comércio local.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo dos métodos utilizados para a elaboração desse trabalho compõe-se da realização de uma pesquisa fundamentada em dois pontos cruciais que se complementam:

- I. Pesquisa bibliográfica: através de artigos, livros, dissertações acerca do tema abordado, bem como a utilização de fontes secundárias.
- II. Estudo descritivo, dos mercadinhos no bairro do Jacintinho, para a caracterização do estabelecimento, do ambiente e para compreender como esses pequenos empresários estão agindo para continuar no mercado.

A pesquisa bibliográfica centrou-se principalmente na coleta de dados secundários que forneceram respaldo as discussões propostas, bem como definições a respeito do tema estrutura de mercado, como também a caracterização do varejo e a definição de grande e pequeno varejista.

A amostra foi coletada no bairro do Jacintinho que faz parte da 5ª Região Administrativa, com uma população de 123.389 habitantes dados da estimativa da população de bairro contagem 2007 do IBGE, com 235 logradouros, que compreende uma área de 3.672 km².

O bairro foi escolhido porque apesar de apresentar uma economia dinâmica e por estar localizado próximo a três grandes supermercados de grande porte, pertinentes a redes varejistas nacionais e a existência de outros três de menor porte, de abrangência local, mas de significativo poder competitivo.

Foram utilizados como população 179 empresas formais cadastradas na Junta Comercial do Estado de Alagoas (Juceal), a partir da obtenção desses dados pode-se calcular quantos questionários seriam necessários para que a pesquisa fosse válida, assim obteve-se como resultado 63 questionários, porém foram aplicados 64 a título de precaução. A aplicação do questionário foi realizada no mês de Setembro e início de Outubro de 2008, ao nível de significância de 5% e margem de erro de 10%.

Os Critérios utilizados para a seleção das empresas entrevistadas foram:

- Ser micro ou pequena empresa;
- Estar situada no bairro do Jacintinho;
- Estar cadastrada na Junta Comercial;
- Escolhidas aleatoriamente.

A definição de Microempresa e de Empresa de Pequeno Porte, está definida na Lei 9.841, de 5 de Outubro de 1999 e alterada pela Lei complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006.

Para os efeitos da lei, a microempresa é a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais).

Já a empresa de pequeno porte é a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como micro empresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Das empresas que apresentam cadastro na Junta Comercial do Estado de Alagoas (Juceal) temos que, até o ano de 2007 existem no bairro estudado 179 empresas, onde 3,35% são empresas de pequeno porte e 96,65% de empresas cadastradas como microempresa, conforme Quadro 1:

Quadro 1 – Total de empresas cadastradas na Juceal por Bairro, Porte e Ano

Bairro / Porte	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total
JACINTINHO	10	23	35	35	27	23	26	179
EPP	1	0	1	1	2	0	1	6
Microempresa	9	23	34	34	25	23	25	173

Fonte: Junta Comercial de Alagoas – Juceal (2008)

No tocante as empresas informais, por não terem nenhum vínculo com órgãos que possam dimensionar o tamanho dessa classe, não estão incluídas nessa pesquisa, uma vez

que as informações utilizadas foram baseadas nos resultados do banco de dados cedido pela Juceal. Assim sendo, caso essas empresas fizessem parte do questionário, tal valor não representaria de forma fidedigna os resultados, visto que estaríamos subestimando o real tamanho dessa população.

O instrumento de pesquisa foi elaborado visando o melhor entendimento do entrevistado, estando dividido em duas partes: caracterização do estabelecimento e do ambiente, totalizando 21 perguntas. O questionário teve em média 5 a 10 minutos como tempo de resposta.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O bairro do Jacintinho apresenta uma economia bastante peculiar, visto que o comércio local está principalmente voltado para as classes mais populares. O bairro faz parte da 5ª Região Administrativa de Maceió, com uma população de 123.389 habitantes dados da estimativa da população de bairro, contagem 2007 do IBGE, com 235 logradouros, que compreende uma área de 3.672 km².

A população local apresenta baixo nível de desenvolvimento social, de acordo com o Censo 2000, o rendimento nominal dos moradores do bairro é inferior a um salário mínimo para até 31,44% da população. Tal valor pode está diretamente ligado ao baixo nível educacional da população residente.

O bairro ainda concentra a maior proximidade geográfica das três grandes redes varejistas do Estado, como também a presença de empresas de pequeno porte que atuam na categoria de supermercado e apresentam significativo poder competitivo. Neste contexto, encontram-se os pioneiros no setor varejista de alimentos, que são as mercearias e os mercadinhos, os quais aparecem em grande número e grande proximidade entre si e entre os grandes concorrentes. No que diz respeito ao comércio, a dinâmica pode ser observada nos dados do ICMS arrecadado no bairro dos anos de 2001 a 2007 conforme Quadro 2:

Quadro 2 – ICMS arrecadado no bairro do Jacintinho seguindo o esquema porte/ano

ICMS								
Porte	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total Geral (R\$)
Micro		1.278,36	4.751,56	13.679,97	21.041,51	36.035,36	50.321,99	127.108,75
EPP	32.411,9	29.191,83	28.417,72	44.861,24	47.750,22	91.828,32	86.550,72	361.011,95
Total	32.411,9	30.470,19	33.169,28	58.541,21	68.791,73	127.863,7	136.872,7	488.120,70

Fonte: SEFAZ processo 1500-018479/2008

Para as microempresas, como pode ser observado no quadro 02, o aumento da arrecadação é bastante notório em relação aos anos anteriores. Já no que se refere às pequenas empresas os valores oscilam, no entanto, os anos de 2006 e 2007 o aumento da arrecadação supera os anos anteriores. Esses dados comprovam que apesar da grande disputa pelo mercado existente, está ocorrendo um aumento substancial do nível de arrecadação do Estado.

Esse aumento da arrecadação é decorrente da grande inserção de empresas nestes últimos anos, de acordo com o questionário observa-se que 57,81% dessas empresas têm menos de 10 anos, como pode ser observado olhando o Quadro seguinte:

Quadro 3 - Anos de funcionamento dos estabelecimentos

Anos	Nº de Empresas	%
0 - 10	37	57,81
11 - 20	14	21,88
21 - 30	7	10,94
31 - 40	6	9,38
TOTAL	64	100,00

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Se observarmos os últimos cinco anos da gestão do presidente Lula, é possível observar que número de estabelecimentos tem aumentado na região, somando 23 empresas que representa 35,93% das que se encontram no intervalo de 0 a 10 anos, talvez este número esteja relacionado ao aumento da renda da população proporcionados pelas políticas de transferência de renda e aumento do crédito.

No que se refere à quantidade de horas por dia em que o estabelecimento permanece aberto ao consumidor, 64,06% funcionam entre 12 a 14 horas diárias. Tal resultado, menor que a média de horas do segmento pesquisado, se deve à violência presente no bairro, em especial aos frequentes assaltos. Além de afetar o horário, a violência tem influenciado a aparência desses estabelecimentos, que para se defender e permanecer funcionando, vem aderindo a grades e outros artifícios, em muitos deles o consumidor não entra em contato com os produtos. Os mesmos solicitam através das grades os produtos que desejam adquirir, em outros as grades dispõem de controles remotos só abrindo para os conhecidos. Somente 1,56% dos entrevistados arriscam-se a ficar 18 horas por dia aberto ao consumidor.

Outro fator observado nestes estabelecimentos é ausência de informações sobre os concorrentes e a falta de algum tipo de mídia para fazer promoções e propagandas. Para Kotler (1993), todos os fatores fundamentais para garantia do sucesso estão na dependência de informações sobre o ambiente, em especial sobre consumidores e concorrentes.

A informação hoje tão necessária no mundo globalizado torna-se essencial na busca de obtenção das vantagens comparativas sobre seus concorrentes. Aliados a isso, o auxílio de instrumentos de comunicação permitem as firmas o maior contato com o público, de forma que possam ser atendidos seus desejos e necessidades.

O fato dela ser anunciada e seus serviços conhecidos pelo público é uma das melhores ferramentas de conquista. A maioria das micro e pequenas empresas acreditam que não é possível a utilização de estratégias de *marketing*, pelo fato de serem pequenas e não ter disponibilidade de recursos financeiros. Nesse caso, os empresários devem utilizar o pouco recurso e usar da criatividade para fazer uma excelente divulgação da sua empresa. O Quadro 4 mostra os gastos diretos com propagandas por esses comerciantes.

Quadro 4 - Gastos diretos com propaganda

Propaganda	Frequência	%
Não	53	82,81
Sim	11	17,19
NÃO		
Motivo	Frequência	%
Não interessa	25	39,06
Custo	28	43,75
Total	53	82,81
SIM		
Propaganda	Frequência	%
Carro de som	1	1,56
Bicicleta com som	6	9,38
Imã	1	1,56
Calendário	1	1,56
Panfletagem	2	3,13
Total	11	17,19

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Mesmo conhecendo a importância da utilização de mídias para promoção do estabelecimento, muitos dos entrevistados ainda relutam na adoção desse instrumento. Conforme pode ser observado das 64 empresas entrevistadas 53 delas não realizam nenhum

tipo de propaganda. Dos 82,81%, 43,75% alegam que não realizam gastos com propaganda apesar de conhecer sua importância, os custos relativos à propaganda é relativamente caro ao padrão de renda local, a relação custo verso benefício não é bem analisada pelos comerciantes em virtude da alta despesa que seria gerada.

Os que responderam realizar propagandas representam 17,19% e a propaganda mais viável e utilizada é a bicicleta com som 9,38%, em virtude dos baixos custos e de ser um veículo mais acessível. O serviço de panfletagem também é utilizado por 3,13% dos comerciantes.

Como nível de renda desses comerciantes é baixa a adoção de mídias alternativas é um grande aliado para o desenvolvimento do comércio local, os custos reduzidos desse tipo de mídia é um grande incentivo, e por não necessitarem de conceitos mais elaborados permitem atingir ao público desejado sem que para isto seja utilizado um grande orçamento.

Para os comerciantes que ainda não utilizam esse tipo de propaganda, esse é um instrumento que pode e deve ser explorado para garantir maior competitividade. O Quadro 5, demonstra a pretensão desses empresários em realizarem propaganda.

Quadro 5 - Pretensão em realizar propaganda

Pretensão	Frequência	%
Não	35	54,69
Sim	29	45,31
Total	64	100,00
SIM		
Propaganda	Frequência	%
Bicicleta com som	4	6,25
Carro de som	17	26,56
Rádio	3	4,69
Jornais	1	1,56
Panfletagem	4	6,25
Total	29	45,31

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Dos 82,81% do quadro anterior que alegam não realizar nenhum tipo de propaganda, 54,69% também não pretendem realizar, um agravante está diretamente ligada a falta de visão empreendedora dos responsáveis pelos estabelecimentos, aliado a grande

movimentação de consumidores na região que chegam ao estabelecimento sem a necessidade da utilização de divulgação dos mesmos.

Dentre os 45,31% que gostariam 26,56% pretendem utilizar carro de som como meio de divulgação e 12,5% para panfletagem e bicicleta com som. Nessa questão, os empresários informaram o que gostariam de realizar, no entanto, o meio mais utilizado e viável para eles, continua sendo a utilização de bicicleta com som, dado o pequeno tamanho dos estabelecimentos.

Para muitos, a ausência de mídia é justificada pela questão da proximidade dos mercadinhos, e pelo bairro ser extremamente residencial, que facilita as pessoas transitar diariamente pelas ruas que estimula o acesso aos empreendimentos, porém prejudicada em virtude do grande número de concorrentes.

A localização dos mercadinhos também é um grande entrave para os comerciantes, pois a disposição dos supermercados é relativamente próxima e como os produtos muitas vezes são semelhantes o que os diferenciam são os serviços oferecidos. Esta proximidade beneficia principalmente os consumidores que permitem de forma simplificada a possibilidade de escolher e verificar a disponibilidade de produtos e formas de pagamento, como a grande maioria não se utiliza de instrumentos de propaganda cabe aos consumidores fazer sua análise indo diretamente aos empreendimentos. Visto isto, observa-se no Quadro 6 a distância existente entre os principais concorrentes dos estabelecimentos.

Quadro 6 - Distância dos estabelecimentos que são os principais concorrentes

Loja 1		
Distância	Nº de Empresas	%
Menos de 500m	31	48,44
Até 500m	23	35,94
Até 2km	7	10,94
Não opinaram	3	4,69
Loja 2		
Distância	Nº de Empresas	%
Menos de 500m	16	25,00
Até 500m	12	18,75
Até 2km	1	1,56
Não opinaram	35	54,69

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

No que tange a identificação da distância dos principais estabelecimentos que seriam potenciais concorrentes, observou-se dos que responderam indicando um estabelecimento concorrente que 48,44% deles estão localizados a menos de 500m e 35,94% até 500m.

Aos que opinaram por uma segunda loja que seria concorrente do estabelecimento 43,75% também se encontra no intervalo de menos de 500m até 500m. No que está relacionado ao surgimento de grandes redes próximo aos pequenos temos que dos 64 entrevistados 35 afirmam que nos últimos cinco anos no mínimo uma grande rede se instalou próximo ao seu estabelecimento, representando assim 54,69%, contra 45,31% dos que ainda estão “afastados” dessa concorrência.

A entrada de grandes supermercados no bairro, com maior diversidade de produtos, comodidade para os clientes e diversidade de serviços oferecidos resultou numa redução do faturamento por esses comerciantes locais, tendo em vista que os padrões dos concorrentes eram os mesmos, divergindo apenas na localização e em alguns serviços específicos.

No Quadro 7 pode-se verificar a redução dos faturamentos resultados da entrada das grandes redes no mercado.

Quadro 7 - Diminuição do faturamento após a entrada das grandes redes no mercado

Redução	Nº de Empresas	%
Sim	26	74,29
Não	9	25,71

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Dos 35 que informaram que nos últimos cinco anos alguma rede de supermercado se instalou próximo a sua loja, 74,29% informaram que houve uma redução nas vendas (faturamento) após a entrada dessas empresas no mercado e 25,71% alegaram que não houve redução.

Essa redução do faturamento não pode ser avaliada em números, pelo motivo que muitos comerciantes desconhecem quanto de receita bruta havia sido reduzida pela entrada dos novos concorrentes. A avaliação subjetiva neste caso foi considerada, pelo fato de não avaliarem o quanto havia sido reduzido à estimativa do comerciante tornou-se viesada, não sendo considerada para fins práticos deste trabalho.

Apesar da proximidade dos estabelecimentos o que se observa é que alguns comerciantes se utilizaram de instrumentos comerciais que permitiram sua manutenção no mercado, de forma a se tornar competitivo, não sentido assim os efeitos diretos resultantes da concorrência. O número crescente de concorrentes deve levar no longo prazo ao surgimento de novas estratégias de mercado ao fim de garantir maior competitividade.

De acordo com o Quadro 8 tentou se verificar quais foram os instrumentos utilizados pelos comerciantes em face a esses novos (e geralmente maiores) concorrentes:

Quadro 8 - Reação frente aos novos concorrentes

Reação	Nº de Empresas	%
Nenhuma	21	60,00
Diminuiu os Preços	5	14,29
Diminuiu os Custos	2	5,71
Vendas a prazo	1	2,86
Entrega em Domicílio	1	2,86
Cartões	1	2,86
Aumentou Variedade de Produtos	2	5,71
Aumentou Horário de Funcionamento	2	5,71
Total	35	100,00

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Dos que informaram ter como concorrente os grandes supermercadistas, perguntou-se qual a reação tomada após a entrada deles no mercado, dos 35 estabelecimentos 60% responderam que não tomou nenhuma iniciativa, que aguardaram a euforia do “novo” passar.

Em Alagoas, observa-se o efeito sazonal na economia. Se esses outros fatores listados fossem considerados por parte dos comerciantes poderia resultar em mudança na rotina da empresa que muitos demonstraram-se aversos a essa atitude.

Outro fator concerne ao feito que os consumidores não apresentam fidelidade, quando se trata da rede alimentos. A entrada de novas redes de supermercado no Estado leva a uma busca imediata ao conhecimento do novo, principalmente em busca de promoções.

Muitos comerciantes acreditam assim que isso é efeito do modismo e de curiosidade passageira por parte do consumidor local. No longo prazo, em virtude da baixa renda, esses consumidores preferiram consumir em estabelecimentos que ofereçam facilidades na aquisição de produtos e neste ponto alguns pequenos comerciantes possuem vantagem quando a *palavra* é o único meio de troca.

O preço dos produtos é um determinante do consumo. Muitos comerciantes trabalham com mercadorias produzidas na própria região, o que barateia os custos de logística e fazem os produtos chegarem mais baratos na cadeia final. Produtos de necessidade básica como: arroz, feijão e farinha são produzidos no Estado o que beneficiam a economia alagoana de forma geral. Já as grandes redes por possuírem parcerias comerciais com as grandes indústrias de alimento esse acesso é limitado ou inexistente.

Essa abertura para os produtos da região, mesmo possuindo qualidade inferior ao das grandes marcas, é benéfica para o comércio local. Pois, a falta de incentivo do governo não permite que os produtores tornem o seu produto competitivo nacionalmente, sendo o comércio local uma importante fonte de capitalização para distribuição de renda e desenvolvimento desse setor.

E, por fim, questionou-se o diferencial do estabelecimento frente ao concorrente, conforme Quadro 9 que segue:

Quadro 9 - Diferencial do estabelecimento

Diferencial	Nº de Empresas	%
Atendimento	26	40,63
Entrega em domicílio	11	17,19
Localização	10	15,63
Preço	7	10,94
Horário de funcionamento	4	6,25
Crédito pessoal	3	4,69
Cartão de crédito	2	3,13
Tempo no mercado	1	1,56

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

Quando se questionou qual seria o diferencial do estabelecimento, isto é, o que atrai o consumidor, 40,63% respondeu que seria o atendimento. Em segundo lugar, está a comodidade da entrega em domicílio com 17,19%, seguido da localização com 15,63%.

O atendimento personalizado e o contato direto com o proprietário beneficiam esse tipo de comércio e se apresenta como um grande diferencial para os comerciantes. Este é um mecanismo utilizado pelas pequenas firmas que dificilmente poderão ser atingidas pelas grandes redes em virtude da diferença de demanda existente.

Esta possibilidade de contato direto com cliente permite o conhecimento de suas preferências e necessidades que tem sido tão crucial e pregada por muitos analistas como diferencial competitivo, ou seja, essa comodidade e a localização dos estabelecimentos permitem a manutenção destes no mercado.

A garantia de preços inferiores é decorrente principalmente da utilização de marcas similares e produzidas na região. O bairro por se encontrar em uma região carente, muito dos moradores não possui carros, sendo os veículos de transporte mais comuns a bicicleta e o ônibus, ou seja, o serviço de entrega a domicílio nesse caso é de extrema valia.

Assim sendo, os fatores que mais atraem o consumidor estão relacionadas ao atendimento, comodidade e localização, características presentes nos mercadinhos e mercearias desta região. E que os torna, mesmo com a entrada das grandes redes, primordiais para a manutenção do comércio local.

5. CONCLUSÃO

Após a análise da conjuntura alagoana, constatou-se o poder que as políticas públicas de transferência de renda provocam no poder aquisitivo das classes mais baixas, estimulando o consumo. Com o advento desses programas na Gestão Lula, houve uma maior participação das pessoas das classes C, D e E no mercado de bens de consumo, fato que chamou a atenção das grandes redes do setor varejista adentrarem na economia alagoana com todo vigor e atender esse mercado. Esses grandes empresários notaram que não era possível ignorar o poder de compra desse enorme público de consumidores, que lhe garantiriam grandes lucros.

O Jacintinho é um bairro que desde o início de sua formação, na década de 1940, foi composto por pessoas pobres em busca de mudança de vida na capital, talvez esteja aí à resposta por que um bairro relativamente pobre possui uma economia tão dinâmica e diversificada. Os merceeiros estão presentes no bairro desde o início de sua formação, muitos estabelecimentos acompanharam o crescimento do bairro e vislumbraram a valorização da região devido ao crescimento acelerado nestes últimos anos.

Por tratar-se de uma estrutura de mercado próxima a concorrência perfeita, onde nota-se grande número de ofertantes e demandantes vendendo os mesmos produtos, não constituindo barreiras à entrada e à livre concorrência, a entrada de grandes redes supermercadistas próximas ao bairro e de outros supermercados implantados em áreas estratégicas no bairro do Jacintinho, tem provocado a diminuição do faturamento desses mercadinhos e mercearias que realizavam o fornecimento de alimentos e outros produtos básicos de higiene e limpeza na região, embora não o suficiente para fechá-los. No entanto, houve controvérsia: de um lado, os merceeiros alegam que o faturamento só dá para a subsistência que o lucro é mínimo ou inexistente; de outro lado, de acordo com os dados fornecidos pela Juceal e Sefaz, o número de estabelecimentos tem aumentado a cada ano, bem como o ICMS arrecadado no bairro.

Um grande entrave presente na realidade desses merceeiros é a ausência de uma visão empreendedora, que poderia resultar em aumento da competitividade e lucro. Muitos deles não realizam nenhum tipo de propaganda para divulgação do estabelecimento, não realizam promoções e não buscam unir-se em associações de compras para aquisição de produtos com preços mais competitivos. Assim, uma via para modernização e aumento da competitividade desses pequenos mercados seria a intervenção governamental, fornecendo subsídios, qualificações e outras ferramentas para o crescimento, aumentando assim a renda local e gerando empregos diretos e indiretos.

Temos ainda o comportamento do consumidor que, mesmo tendo inúmeras opções de adquirir produtos em estabelecimentos maiores e mais confortáveis, continuam optando pelos mercadinhos e mercearias, onde realizam pequenas compras e por estarem próximos das suas residências não necessitam de transportes, consumindo geralmente somente o

necessário. Além disso, temos a facilidade de acesso, a rapidez do atendimento, a comodidade, o relacionamento cliente-ofertante, alimentos sempre frescos, já que a reposição é diária, e a particularidade do crédito pessoal (caderneta), e ainda o fato de que esse público não dispõe de talões de cheques e muitos desses estabelecimentos não trabalham com cartões de crédito.

O grande desafio desses comerciantes é encontrar mecanismo de aumentar sua competitividade no longo prazo, reduzindo suas perdas e galgando maior estabilidade no mercado. Isto pode ser obtido com atendimento personalizado, busca de promoção através de novas mídias, facilidade nas formas de pagamento e o despertar dos comerciantes pelas compras de mercadorias em conjunto.

6. Referências

ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados. Disponível em: <<http://www.abrasnet.com.br>>. Acesso em: 22 Abr 2008.

ANDRADE, Jarpa Aramis Ventura de. *A Rua Cleto Campelo Como Organizadora da Economia Popular no Bairro do Jacintinho, em Maceió*. Monografia – Universidade Federal de Alagoas, 2007.

BISQUERRA, Rafael; SARRIERA, Jorge Castellá; MARTINEZ, Francesc. *Introdução à Estatística: Enfoque informativo com o pacote estatístico SPSS*. Trad. Fátima Murad. Porto Alegre: Artmed, 2004.

BORBA, Jason Tadeu; BOCCHI, João Ildebrando; AGÜERO, Pedro Hubertus Vivas; MACEDO, Zilton Luiz. *Monografia para Economia*. Organizador: João Ildebrando Bocchi – São Paulo: Saraiva, 2004.

Bairros de Maceió. Disponível em: <<http://www.bairrosdemaceio.net/site/index.php?Canal=Bairros&Id=24>>. Acesso em: 24 Out. 2008.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get4is24.pdf>>. Acesso em: 22 Abr. 2008.

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get4is22.pdf>>. Acesso em: 22 Abr. 2008.

BUZZEL, Robert Dow; GALE, Bradley T. *PIMS: O Impacto das estratégias de Mercado no resultado das empresas*. São Paulo. Ed. Pioneira. Tradução Antonio Zoratto Sanvicente.

CARVALHO, Cícero Péricles de, *Economia Popular: uma via de modernização para Alagoas*. 2ª ed. Ver e ampl. Maceió: Edufal, 2007.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcínio; SILVA, Roberto da. *Metodologia Científica*. 6ª Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

GONÇALVES, David. *Varejo*, Florianópolis: Sebrae ISC, 2005. (Série os primeiros passos para o sucesso).3ª edição, editora Sebrae.

Lei Complementar Nº 123. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm#art89>. Acesso em: 6 Dez 2008.

Ministério da Saúde: Datasus. Disponível em: <<http://w3.datasus.gov.br/datasus/datasus.php?area=359A1B379C6D0E0F359G23HIJd6L26M0N&VInclude=../site/infsaude.php>>. Acesso em: 8 Nov 2008.

PORTER, Michael E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústria e da concorrência*. Michael E. Porter: tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga; revisão técnica: Jorge A Garcia Gomes. 7 ed. Rio de Janeiro. Ed. Elsevier, 1986. 29ª reimpressão.

PORTER, Michael. *Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior*. Michael E. Porter, tradução de Elizabeth Maria Pinho Braga: revisão técnica de Jorge A Garcia Gomes. Rio de Janeiro. Ed. Elsevier, 1989. 31ª reimpressão.

PRAHALAD, C.K. A Riqueza na base da pirâmide: *Como erradicar a pobreza com o lucro*. Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SILVA, João Manoel Gomes da. *A Estrutura de Mercado do Segmento Supermercadista de Maceió*. Monografia – Universidade Federal de Alagoas 2006.

SIMÕES, Pablo Nostre. *Uma Análise sobre a Estrutura, conduta e desempenho do setor de Supermercados do Brasil*, 2006. Dissertação Mestrado – Programa de Estudos Pós-Graduados em Economia Política da Pontifca Universidade Católica de São Paulo.

SUPER HIPER ABRAS. *Pequenos e Grandes Negócios de Norte a Sul*. Agosto, 2006. nº 367.

VÁRIOS AUTORES. *Varejo Competitivo*. Coordenação Cláudio Felisori de Ângelo; Jose Augusto Giesbrecht da Silveira. São Paulo. Ed. Atlas, 1996.

VIEIRA, Sonia. *Elementos de Estatística*; 4ª Edição. São Paulo. Editora Atlas, 2003.

WILDER, Ariel. *Mudanças do Setor Supermercadista e a formação de Associações de Pequenos Supermercados. Piracicaba*, 2003. Dissertação Mestrado – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz.

CONJUNTURA ECONÔMICA

Análise - 1º Semestre



1. Agricultura

1.1 Brasil

A safra brasileira 2011/2012, segundo dados do décimo primeiro levantamento da Conab, para os grãos selecionados (Caroço de algodão, amendoim, arroz, aveia, centeio, cevada, feijão, girassol, mamona, milho, soja, sorgo, trigo e triticale¹) estima-se uma produção de 165,92 milhões de toneladas.

O resultado representa um crescimento de 3,12 milhões de toneladas ou (1,9%) maior que o valor obtido na safra 2010/2011 de 162,8 milhões de toneladas. O bom desempenho da safra é justificado pelas condições climáticas favoráveis nas lavouras do milho, que apresentou um aumento de (71,7%) em relação à safra anterior, principalmente nos estados de Mato Grosso e Paraná, maiores produtores do cereal no país.

A safra 2011/2012 de grãos não apresentou resultado favorável devido a forte estiagem registrada na região do semiárido nordestino. A seca nas regiões Nordeste e Sul ocasionaram perdas significativas tanto na pecuária quanto na agricultura.

**Tabela 1- Comparativo de área, produtividade e produção de grãos
Brasil - Safra 2010/2011 - Safra 2011/2012**

Regiões	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra		Var%	Safra		Var%	Safra		Var%
	2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012	
Norte	1.702,2	1.789,2	5,1	2.709	2.817	4,0	4.610,6	5.039,8	9,3
Nordeste	8.750,9	7.288,8	-16,7	1.828	1.711	-6,4	15.997,9	12.471,6	-22,0
Centro-Oeste	16.898,1	18.780,5	11,1	3.359	3.744	11,5	56.759,1	70.319,8	23,9
Sudeste	4.797,3	4.871,6	1,5	3.688	4.066	10,2	17.693,1	19.807,6	12,0
Sul	17.724,1	18.078,3	2,0	3.822	3.224	-15,6	67.742,3	58.285,1	-14,0
Brasil	49.872,6	50.808,4	1,9	3.264	3.266	0,1	162.803,0	165.923,9	1,9

Fonte: Fonte: CONAB
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

Na safra 2011/2012, a área plantada foi estimada em 50,81 milhões de hectares, sendo (1,9%) maior que a cultivada em 2010/2011, a qual totalizou 49,87 milhões de hectares. De acordo com a CONAB, este resultado não foi melhor porque a região Nordeste sofreu uma forte estiagem registrada no semiárido que causou perdas expressivas na agricultura, principalmente nas culturas de feijão e de milho.

¹ Cereal híbrido, resultado da hibridação de duas espécies distintas, o trigo (*Triticum aestivum* L.) e o centeio (*Secale cereale* L.).

A **tabela 2** apresenta os produtos mais significativos da safra 2011/2012 para o Brasil. A cultura de algodão caroço, na safra 2011/2012, no que se refere à área plantada ficou definida em 1.395,9 mil hectares, (-0,3%) inferior à área cultivada na safra anterior. A produção de algodão em caroço, estima-se em (-4,4%), inferior à safra 2010/2011, podendo totalizar cerca de 4.961,3 mil toneladas.

A baixa produtividade e a redução da produção do algodão tiveram como fator principal as condições climáticas adversas observadas ao longo de todo o ciclo da planta. Ponderando a produtividade de algodão em caroço entre a primeira e a segunda safra, obteve-se uma média de 3.554 kg/ha contra 3.705 kg/ha verificados na safra 2010/2011.

Tabela 2- Comparativo de área, produtividade e produção									
Brasil - Safra 2010/2011 - Safra 2011/2012									
Produtos	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra		Var%	Safra		Var%	Safra		Var%
	2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012	
Algodão em caroço	1.400,3	1.395,9	-0,3	3.705	3.554	-4,1	5.188,4	4.961,3	-4,4
Feijão total	3.990,0	3.269,4	-18,1	935	889	-4,9	3.732,8	2.906,5	-22,1
Milho total	13.806,1	15.103,8	9,4	4.158	4.818	15,9	57.406,9	72.776,4	26,8
Soja	24.181,0	25.003,1	3,4	3.115	2.656	-14,7	75.324,3	66.398,9	-11,8

Fonte: CONAB
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

A produção brasileira de feijão, na safra 2011/2012 foi de 2.906,5 mil toneladas frente aos 3.732,8 mil toneladas apresentados na safra anterior, o que registra um decréscimo de (-22,1%) no período.

Parte desse resultado se deve à diminuição na área plantada, que passou de 3.990,0 mil ha na safra 2010/2011 para 3.269,4 mil ha na safra em análise, em decorrência da competição estabelecida pela comercialização de outras lavouras, sobretudo, o milho e a soja. Ademais, o principal responsável por este resultado negativo foi o comportamento climático principalmente na região Nordeste. Os bons níveis de produtividade alcançados em todos os estados da região Centro-Oeste, Minas Gerais e Paraná não foram suficientes para compensar os efeitos danosos à safra, observados no Nordeste e no estado de São Paulo.

A cultura do milho totalizou uma produção de 72,78 milhões de toneladas, com uma variação de (26,8%) em relação à safra 2010/2011 quando sua produção foi de

57.406,9 milhões de toneladas. Nas regiões Centro-Oeste e Sudeste, observou-se um crescimento de (21,1%), correspondendo a 15,68 milhões de toneladas, devido às condições pluviométricas favoráveis, principalmente às lavouras do milho na segunda safra.

O clima favorável em toda a fase produtiva da lavoura foi responsável pelos recordes de produtividade na maior parte dos estados da região Centro-Sul, especialmente nos dois maiores produtores de grãos do país: Mato Grosso e Paraná.

A área plantada de milho no período 2011/2012, é de 15.103,8 milhões de hectares, representando um acréscimo de (9,4%) em relação ao desempenho verificado na safra anterior.

A produção de soja foi estimada em 66,4 milhões de toneladas, o que corresponde a 8,93 milhões de toneladas inferiores à produção da safra anterior. As condições climáticas adversas caracterizadas por estiagens prolongadas causadas pelo fenômeno climático “La Niña” foram os responsáveis pelo resultado negativo da safra.

A região Centro-Oeste foi a que menos sofreu com as estiagens. A produção da região foi estimada, em 34,84 milhões de toneladas (2,7%) superior à obtida na safra anterior. Este aumento se deve ao incremento de (6,0%) na área de plantio.

A produtividade da oleaginosa está estimada em 3.039 kg/ha, ou seja, (3,1%) abaixo da obtida em 2011/12, devido às estiagens, que foram mais acentuadas no estado de Mato Grosso do Sul. A maior redução é observada no estado do Rio Grande do Sul, com quebra de (43,8%) na produção, passando de 11,62 milhões de toneladas colhidas na safra 2010/2011, para 6,53 milhões na safra atual.

O período de safra da cana-de-açúcar se diferencia dos outros grãos. As épocas de colheita da cana são entre os meses de abril e novembro, para a Região Centro-Sul, e entre novembro e abril, para a Região Nordeste.

A lavoura de cana-de-açúcar continua em expansão no Brasil. A previsão do total de cana moída na safra 2012/13 é de 596,63 milhões de toneladas, com aumento de (6,5%) em relação à safra 2011/12, que foi de 560,36 milhões de toneladas. A produção de cana-de-açúcar da região Centro-Sul está prevista para 530,5 milhões de toneladas, (7,2%) maior que a produção da safra anterior. O estado de São Paulo é o maior produtor com (51,82%), que correspondem a 4.419,46 mil hectares, seguido por Minas Gerais com (8,46%) equivalentes a 721,86 mil hectares, Goiás com (8,69%) ou

741,38 mil hectares, Paraná com (7,13%) correspondendo a 608,38 mil hectares, Mato Grosso do Sul com (6,50%) ou 554,29 mil hectares, Alagoas com (5,26%) ou 448,86 mil hectares e Pernambuco com (3,63%) o que correspondem a 309,74 mil hectares. Nos demais estados produtores as áreas são menores, com representações abaixo de (3,0%).

Tabela 3- Comparativo de área, produtividade e produção de Cana-de-açúcar
Brasil - Safra 2011/2012 - Safra 2012/2013

Região/UF	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra		Var%	Safra		Var%	Safra		Var%
	2011/2012	2012/2013		2011/2012	2012/2013		2011/2012	2012/2013	
Brasil	8.356,1	8.527,8	2,1	67.060	69.963	4,3	560.363,8	596.629,8	6,5
Nordeste	1.108,2	1.099,7	-0,8	56.755	57.268	0,9	62.896,7	62.978,1	0,1
Alagoas	463,6	448,9	-3,2	59.755	59.562	-0,3	27.705,4	26.735,0	-3,5

Fonte: CONAB
 Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

No tocante a influência das condições climáticas e o impacto na produção de cana-de-açúcar, o acompanhamento na Safra Brasileira, publicado pela CONAB, demonstra que entre os meses de agosto e setembro de 2011, ocorreram precipitações pluviométricas abaixo da média em São Paulo, principal produtor de cana, a qual prejudicou o desenvolvimento e a brotação dos canaviais. Tal fenômeno também foi recorrente nos meses de fevereiro e março de 2012, atingindo novamente a mesma região produtora.

1.2 Nordeste

A produção de grãos do Nordeste estimada pela Conab, no décimo primeiro levantamento, deverá sofrer um decréscimo de (-22,0%) o que corresponde a US\$ 12,4 milhões de toneladas na safra 2011/2012 em relação à safra 2010/2011, cuja produção foi de 15,9 milhões de toneladas.

O único estado nordestino a apresentar desempenho positivo foi o Piauí que obteve um crescimento positivo de (0,9%), enquanto os demais apresentaram variações negativas na safra 2011/2012 comparada à safra anterior. A produção de feijão do Rio Grande do Norte estima-se uma redução de (89,6%) e do milho de (91,9%). Em se tratando da produção do Ceará as perdas são de (87,3%) em relação ao

feijão e de (92,2%) para o milho.

No que se refere à produtividade dos grãos, estima-se 1,7 Kg/ha para a safra em análise, o que corresponde a um decréscimo de (-6,4%) quando comparada com a safra anterior cujo resultado apresentado foi de 1,8 Kg/ha.

Os resultados pouco satisfatórios são justificados pela seca vivenciada pela região. As consequências da irregularidade de chuvas são bem evidentes sobre a agricultura e pecuária nos estados do Nordeste, acarretando perdas em várias culturas. Desde setembro de 2011, não chove regularmente no semiárido nordestino. De acordo com dados do Ministério da Integração Nacional, a seca atingiu cerca de oito milhões de pessoas e foi considerada a pior dos últimos 30 anos.

**Tabela 4- Comparativa de área, produtividade e produção de grãos
Nordeste - Safra 2010/2011 - Safra 2011/2012**

Estados	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra			Safra			Safra		
	2010/2011	2011/2012	Var%	2010/2011	2011/2012	Var%	2010/2011	2011/2012	Var%
Maranhão	1.583,5	1.502,5	-5,1	2.089	1.912	-8,5	3.308,5	2.872,8	-13,2
Piauí	1.146,2	1.157,4	1,0	1.974	1.972	-0,1	2.262,3	2.282,3	0,9
Ceará	1.434,1	1.014,6	-29,3	936	169	-81,9	1.342,7	171,8	-87,2
Rio Grande do Norte	157,1	20,7	-86,8	687	556	-19,1	108,0	11,5	-89,4
Paraíba	329,9	76,6	-76,8	439	172	-60,8	144,8	13,2	-90,9
Pernambuco	634,2	442,1	-30,3	587	219	-62,7	372,3	96,7	-74,0
Alagoas	122,6	73,8	-39,8	822	797	-3,0	100,8	58,8	-41,7
Sergipe	268,4	242,3	-9,7	3.792	2.501	-34,0	1.017,7	606,0	-40,5
Bahia	3.074,9	2.758,8	-10,3	2.387	2.305	-3,4	7.340,8	6.358,5	-13,4
Nordeste	8.750,9	7.288,8	-16,7	1.828	1.711	-6,4	15.997,9	12.471,6	-22,0

Fonte: CONAB

Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

Os agricultores familiares enquadrados no Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e afetados pela seca ou estiagem na área de atuação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) contam com uma linha de crédito especial. Cerca de 700 mil agricultores em 800 municípios nordestinos recebem recurso do Bolsa Estiagem.

Os financiamentos priorizam projetos de convivência com a estiagem ou seca, focados na sustentabilidade dos agroecossistemas, tendo como prioridade ações de infraestrutura hídrica e implantação, ampliação, recuperação ou modernização das demais infraestruturas, inclusive as relacionadas a projetos de produção e serviços

agropecuários e não agropecuários, de acordo com a realidade da unidade familiar.

As culturas mais significativas da região estão apresentadas na Tabela abaixo. No Nordeste, a área cultivada do algodão apresenta um incremento de (2,2%). A produção de algodão em caroço está estimada em cerca de 1,4 milhão de toneladas na safra 2011/2012 que representará um decréscimo de (-17,0%) em relação à safra anterior. A produção localizada no cerrado dos estados do Piauí e Maranhão apresentam os maiores incrementos da região, com respectivamente, (11,3%) e (3,2%). Na região Nordeste a seca foi excessiva neste ano, como citado anteriormente, o que provocou grande redução na produção nos estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Ceará e Bahia.

Tabela 5 - Comparativo de área, produtividade e produção Nordeste - Safra 2010/2011 - Safra 2011/2012									
Grãos	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra		Var%	Safra		Var%	Safra		Var%
	2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012	
Algodão em caroço	450,5	460,4	2,2	3.899	3.167	-18,8	1.756,5	1.458,3	-17,0
Feijão total	2.173,5	1.506,9	-30,7	442	196	-55,7	9 61,1	2 95,6	-69,2
Milho total	3.147,7	2.358,0	-25,1	1.947	1.819	-6,6	6.128,0	4.289,2	-30,0
Soja	1.945,7	2.119,8	8,9	3.213	2.892	-10,0	6.251,5	6.130,1	-1,9

Fonte: CONAB
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

O feijão apresenta uma área cultivada na região Nordeste de 1.506,9mil hectares na safra 2011/2012, ou seja, (-30,7%) menor que na safra 2010/2011, com 2.173,5 mil hectares. Em relação à produção de feijão, houve uma redução de (-69,2%), cuja produtividade foi 196 kg/ha, ou seja, (-55,7%) menor que a da safra anterior. Esta redução é justificada pela falta de chuvas, que prejudicou a produção na maioria dos estados nordestinos, sobressaindo o estado do Rio Grande do Norte (89,6%) e Paraíba (89,0%).

Na Região Nordeste, a área destinada ao cultivo do milho, de acordo com a Conab, na safra 2011/2012, apresenta 2.358,0 mil hectares com um decréscimo de (-25,1%) em relação à safra anterior, que foi de 3.147,7 mil hectares. Assim sendo a produtividade do milho apresentou (-6,6%), menor que o índice alcançado na safra anterior, que registrou um rendimento de 1.947 kg/ha. A produção regional foi estimada em 4,2 milhões de toneladas, com decréscimo de (-30,0%) em relação à safra

2010/2011. O estado do Piauí se destaca como o maior produtor de milho da região, com previsão de colheita de 782,2 mil toneladas na safra 2011/2012, (10,9%) superior à da safra anterior.

A produção nordestina de soja apresentou uma redução de (-1,9%). A estiagem afetou o rendimento médio, que decresceu (-10,0%), apesar do crescimento na área plantada ter tido um aumento de (8,9%). No Piauí a produção da cultura na safra 2011/2012, foi a maior, com um crescimento de (11,1%).

A produção nordestina estimada de cana-de-açúcar na safra 2012/2013, deverá registrar um crescimento de (0,1%) em relação à safra 2011/2012, passando de 62.896,7 mil toneladas para 62.978 mil toneladas.

No Nordeste o cultivo de cana-de-açúcar não sentiu tão fortemente os efeitos da estiagem no ano de 2011. No ano de 2012, a seca que atinge a região está castigando os canaviais, principalmente aqueles que foram colhidos no final da safra, e não têm umidade suficiente para provocar a brotação da soqueira.

1.3 Alagoas

A produção alagoana de grãos deverá atingir 58,8 mil toneladas na safra 2011/2012 como mostra a Tabela 4. A produção é (-41,7%) inferior a da safra anterior, que apresentou 100,8 mil toneladas. Segundo a Conab, o principal motivo da queda de produção foi o clima desfavorável, que afetou a região Nordeste.

A estimativa de área plantada com grãos no Estado na safra 2011/2012 é 73,8 milhões de hectares, de acordo com o já citado levantamento feito pela Conab. A área é (-39,8%) menor do que a plantada na safra anterior, 122,6 milhões de hectares.

O algodão herbáceo é uma importante alternativa de cultivo para a região semiárida do Estado de Alagoas, onde está localizada a maioria das áreas de produção dessa cultura. No que se refere à safra em 2011/2012, o algodão apresentou uma redução (-50,0%) na produção em comparação a safra de 2010/2011. Sua produtividade passou de 320 Kg/ha na safra anterior para 300 Kg/ha na safra atual ou uma redução de (-6,3%).

Tabela 6 - Comparativo de área, produtividade e produção

Alagoas - Safra 2010/2011 - Safra 2011/2012

Produtos	Área (Em mil ha)			Produtividade (Em Kg/ha)			Produção (Em mil ton)		
	Safra		Var%	Safra		Var%	Safra		Var%
	2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012		2010/2011	2011/2012	
Algodão em caroço	0,6	0,2	-66,5	320	300	-6,3	0,2	0,1	-50,0
Arroz	3,0	3,0	-	6.046	5.600	-7,4	18,1	16,8	-7,2
Feijão	61,8	37,6	-39,2	510	460	-9,8	31,5	17,3	-45,1
Milho	57,2	33,0	-42,3	893	745	-16,6	51,1	24,6	-51,9

Fonte: CONAB
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

A produção de arroz apresenta um decréscimo (-7,2%) na safra 2011/2012 quando comparada a safra anterior. Em 2010/2011 foram registradas 18,1 mil toneladas de arroz e 16,8 mil toneladas em 2011/2012. Não houve alteração na área plantada, permanecendo com aproximadamente três mil hectares. A produtividade foi (-7,4%) menor que a da safra anterior, que registrou 5.600 Kg/ha.

A safra de feijão, em 2011/2012 apresentou um desempenho negativo, uma vez que houve um decréscimo de (-9,8%) no rendimento médio em relação à safra anterior, como também uma redução na produção passando de 31,5 mil toneladas em 2010/2011 para 17,3 mil toneladas no ano de 2011. Este resultado negativo foi causado pelas condições climáticas não favoráveis.

Vale ressaltar a cultura do feijão no estado de Alagoas é explorada pelas unidades produtivas familiares constituídas, na sua maior parte, de pessoas de baixa renda, desprovida de recursos financeiros suficientes para desempenhar suas atividades, razão maior de sua dependência ao setor público.

A produção do milho no Estado de Alagoas acompanhou a tendência das outras culturas na safra 2011/2012. A área plantada composta por 33,0 hectares obteve uma produção de 24,6 toneladas, o que corresponde a uma variação de (-51,9%) em relação à safra anterior.

A estiagem comprometeu a produção de cana-de-açúcar de Alagoas para safra 2012/2013. De acordo com as previsões do setor, a variação em relação ao ciclo passado deve ser de (-3,5%), passando a produção de 27.705,4 para 26.735 toneladas em 2012/2013. Está prevista para a cana-de-açúcar uma produtividade de 59,5 Kg/ha na safra 2012/2013, valor (-0,3%) menor que o da safra anterior.

2. Indústria

2.1 Brasil

A indústria brasileira no primeiro semestre de 2012 registrou queda de (-3,8%) em relação ao primeiro semestre de 2011, segundo dados da Pesquisa Industrial Mensal (PIM) realizada pelo IBGE. O setor apresentou taxas negativas em todas as categorias de uso. Nos últimos doze meses a indústria nacional recuou (-2,3%), e o indicador acumulado nos últimos doze meses, prosseguiu com a trajetória descendente iniciada em outubro de 2010, quando registrou (-11,8%) e assinalou a taxa negativa mais intensa desde fevereiro de 2010 (-2,6%).

Categorias de Uso	Variação (%)		
	2011	2012	Acumulado 12 Meses
Bens de Capital	6,5	-12,5	-5,5
Bens Intermediários	1,2	-2,5	-1,5
Bens de Consumo	0,6	-2,5	-2,1
Duráveis	2,0	-9,4	-7,6
Semiduráveis e Não Duráveis	0,2	-0,3	-0,3
Indústria Geral	1,7	-3,8	-2,3

Fonte: IBGE
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

As autoridades vêm ampliando as ações em várias frentes para impulsionar a atividade industrial. Entretanto, apesar do aumento dos gastos públicos com incentivos e medidas macro prudenciais, da queda dos juros e da entrada em vigor de algumas medidas do Plano Brasil Maior, a atividade do setor industrial não reagiu bem ao longo do primeiro semestre de 2012.

O crescimento pretendido através do incentivo ao consumo mostra sinais claros de esgotamento. Mesmo com a adoção das medidas de estímulos citadas acima, a falta de demanda ganhou ênfase no segundo trimestre de 2012 como um dos principais problemas enfrentados pela indústria. Esse quadro reflete um elevado nível de inadimplência que limita as políticas do governo. Entre as consequências sofridas pela queda no total da indústria brasileira destacam-se o recuo da produção em junho, a aceleração do ritmo de queda do emprego no segundo trimestre de 2012 e a

utilização da capacidade instalada abaixo do usual no período de janeiro a junho de 2012.

Os setores mais prejudicados foram a indústria de transformação e a de extrativa mineral, que recuaram (2,5%) e (2,3%), respectivamente. Na indústria extrativa mineral houve queda na extração de petróleo e inexpressível aumento na produção de minério de ferro. Com relação à indústria de transformação, a queda foi na produção dos veículos automotores, que continuou apresentando a maior influência negativa sobre o total da indústria nacional. A atividade registrou uma queda de (-18,0%) pressionada pela grande redução na maioria dos produtos no setor, a menor fabricação ficou a cargo dos itens automóveis, caminhões, caminhão-trator para reboques e semi-reboques, chassis com motor para ônibus e caminhões, veículos para transporte de mercadorias e motores diesel para caminhões e ônibus.

Um dos principais causadores dessa queda foi a retração da atividade do setor das montadoras no primeiro semestre do ano. Com as vendas em baixa, as montadoras desaceleraram a produção e até mesmo interromperam as atividades duas vezes neste período.

Outras contribuições negativas podem ser visualizadas no comportamento dos setores de material eletrônico, aparelhos e equipamentos de comunicações, que apresentaram uma redução (-17,1%) nos primeiros seis meses de 2012, sobretudo com menor fabricação dos itens telefones celulares e aparelhos de computação para telefonia.

As vendas de celulares no Brasil tiveram uma queda de (16,0%), na comparação entre o primeiro semestre de 2012 e o mesmo período do ano anterior. A decisão das operadoras de reduzir os subsídios nos aparelhos, para melhorar seu desempenho financeiro e o repasse de variação cambial, impactou nas vendas.

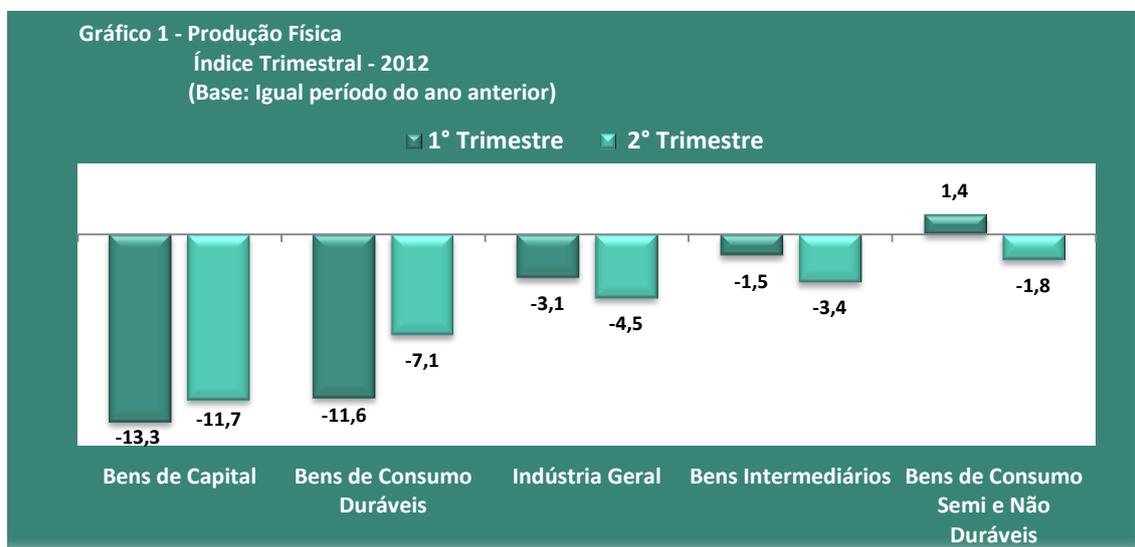
As demais categorias de uso também apresentaram redução na primeira metade de 2012. Máquinas e equipamentos (-3,7%); metalurgia básica (-4,8%); máquinas, aparelhos e materiais elétricos (-9,5%); alimentos (-2,5%); máquinas para escritório e equipamentos de informática (-11,8%); borracha e plástico (-5,1%); farmacêutica (-4,1%); e vestuário e acessórios (-13,1%).

Entre as dez atividades que registraram avanço na produção, os setores de outros produtos químicos (3,8%), refino de petróleo e produção de álcool (3,6%) e

outros equipamentos de transporte (7,0%), foram os responsáveis pelas principais influências positivas sobre o total da indústria, impulsionados, sobretudo pela maior fabricação de herbicidas para uso na agricultura, tintas e vernizes para construção e etileno; gasolina automotiva, óleo diesel e outros óleos combustíveis e aviões.

De acordo com a **tabela 7**, as categorias de uso, para o primeiro semestre de 2012, confirmou o menor dinamismo para bens de capital, que registrou queda de (-12,5%) e bens de consumo duráveis, com uma redução de (-9,4%). O resultado foi ocasionado principalmente pela menor fabricação de bens de capital para transporte (caminhões, caminhão-trator para reboques e semi-reboques, chassis com motor para caminhões e veículos para transporte de mercadorias) e de automóveis, telefones celulares e motocicletas. A produção de bens intermediários recuou (-2,5%) nos seis primeiros meses do ano, enquanto a de bens de consumo semi e não duráveis assinalou ligeira variação (-0,3%).

O setor industrial brasileiro recuou (-4,5%) no segundo trimestre de 2012, apresentando resultado negativo por três meses consecutivos. No último trimestre de 2011 assinalou redução de (-1,9%) e o primeiro deste ano perda de (-3,1%), todas as comparações contra igual período do ano anterior.



Fonte: IBGE
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

Entre as categorias de uso, bens de capital, que passou de (-13,3%) no primeiro trimestre de 2012 para (-11,7%) no segundo, e bens de consumo duráveis de (-11,6%) para (-7,1%) permaneceram com as taxas negativas mais intensas, mas com redução na intensidade de queda entre os dois períodos. Entretanto os segmentos de bens

intermediários que passou de (-1,5%) para (-3,4%) e de bens de consumo semi e não duráveis que foi de (1,4%) para (-1,8%), que também registraram recuo na produção no período abril-junho de 2012, mostraram perda de ritmo frente aos resultados dos três primeiros meses do ano.

2.2 Nordeste

A indústria nordestina, nos primeiros seis meses de 2012, cresceu 1,8% em relação ao primeiro semestre de 2011, com cinco dos onze setores pesquisados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontando expansão na produção.

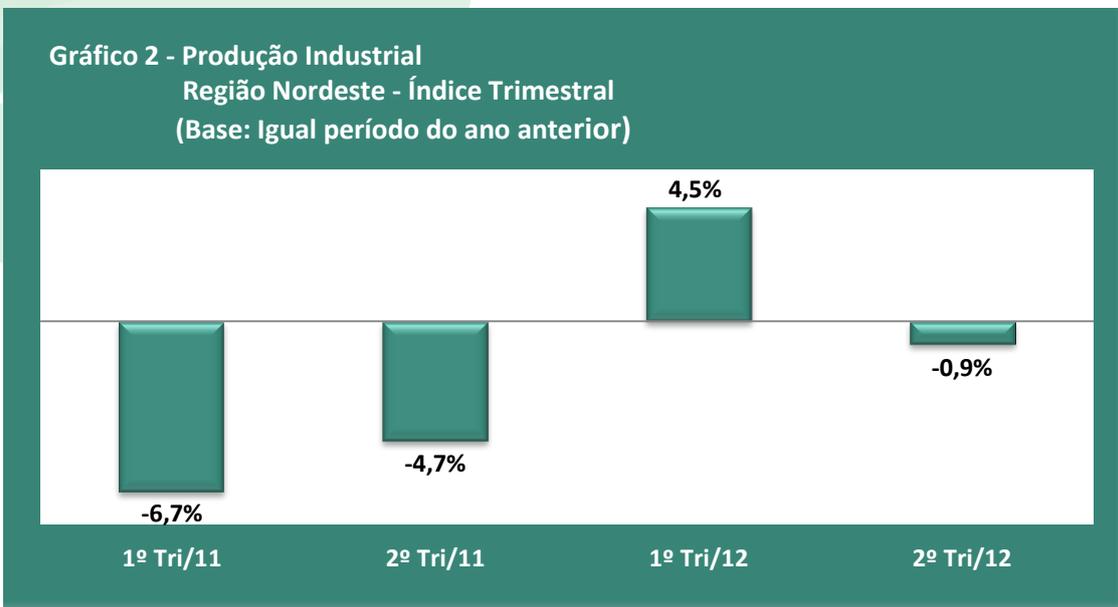
O principal impacto positivo no primeiro semestre de 2012, sobre o total da indústria da região foi observado na atividade de produtos químicos que aumentou sua produção em (13,6%), influenciado pela maior produção de etileno não-saturado, policloreto de vinila (PVC), tintas e vernizes para construção e polietileno linear de alta e baixa densidade. É importante destacar também os resultados positivos assinalados por minerais não metálicos (6,2%) e alimentos e bebidas (1,3%), em função da maior fabricação de cimentos “Portland”, e de cervejas, chope, açúcar cristal e castanha de caju beneficiada, respectivamente.

As contribuições negativas mais significantes foram registradas pelos setores de produtos têxteis, com uma redução de (-10,0%), pressionados em grande parte pela menor fabricação de tecidos e fios de algodão e de refino de petróleo e produção de álcool, com uma redução de (-4,3%), pressionados, sobretudo pela menor fabricação de óleo diesel e naftas para petroquímica.

Na análise trimestral, a indústria nordestina, ao recuar (-0,9%) no segundo trimestre de 2012, apontou clara redução de ritmo frente ao resultado do primeiro trimestre do ano quando registrou (4,5%), ambas as comparações contra igual período do ano anterior. Essa perda de dinamismo foi verificada em seis dos onze setores pesquisados, com destaque para o setor de produtos químicos, que passou de (31,4%) nos três primeiros meses de 2012 para (-1,0%) no segundo trimestre. É importante citar também as reduções assinaladas por alimentos e bebidas (de 4,9%) para (-5,5%) e produtos têxteis de (2,4%) para (-0,1%).

O setor alimentos e bebidas apesar das variações negativas no segundo

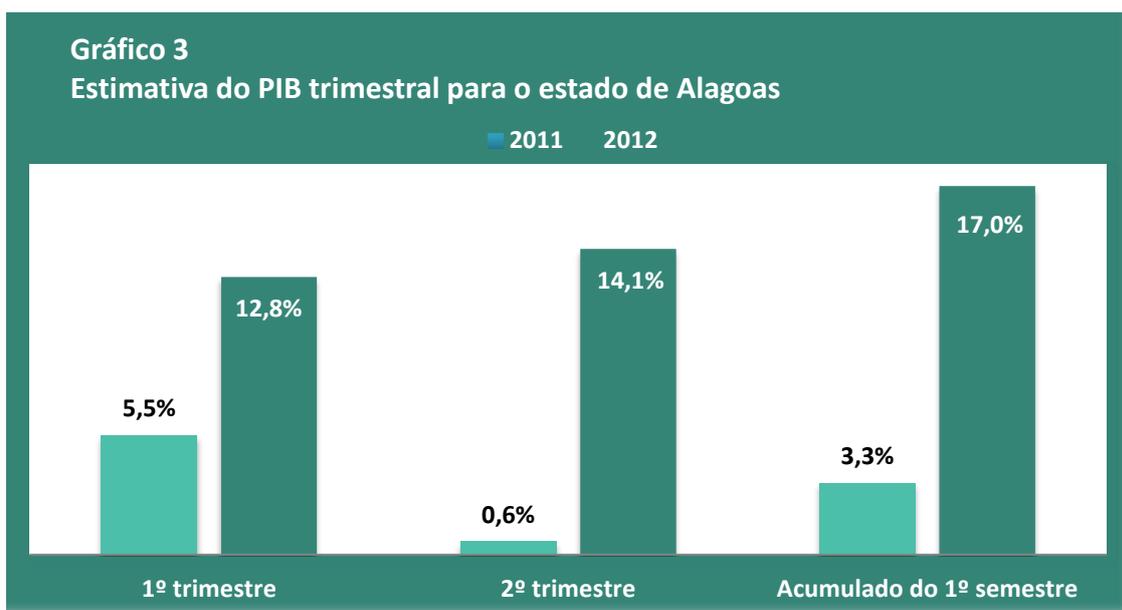
trimestre ainda obteve saldo positivo no primeiro semestre de 2012, isto foi influenciado em grande parte pela baixa base de comparação em virtude do desligamento do sistema elétrico ocorrido em fevereiro de 2011, segundo dados da PIM de fevereiro de 2012.



Fonte: IBGE
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

2.3 Alagoas

A produção industrial alagoana é analisada de acordo com os dados da estimativa trimestral do Produto Interno Bruto do Estado de Alagoas, divulgados pela Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (Seplande).



Fonte: Seplande
Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

De acordo com o **gráfico 3**, verifica-se que a indústria alagoana no primeiro trimestre de 2012 registrou um aumento (12,8%) em relação ao mesmo período do ano anterior. Os setores que se destacaram foram: construção civil com (12,9%) e indústria de transformação (16,3%).

A alta no subsetor da Construção Civil sofre influência pelos programas do Governo Federal, caso do PAC 1 e PAC 2, e o “Minha Casa, Minha Vida”, que foram importantes indicadores para o crescimento do mercado do consumo de cimento, que variou positivamente em (16,5%). Em relação à indústria de transformação, o subsetor que mais contribuiu com o bom resultado foi o de produtos químicos, com crescimento de (82,4%). Tal resultado expressivo é fruto da base de comparação baixa em 2011 dentre outros fatores, teve redução da produção na principal fábrica de produtos químicos de Alagoas, que parou suas atividades por cerca de vinte dias.

No segundo trimestre de 2012 a indústria alagoana aumentou (14,1%) em relação ao mesmo período de 2011, resultado foi obtido devido à recuperação da indústria com destaques para a Construção Civil (16,4%) que continuou crescendo com continuação dos incentivos do governo federal para o setor, tais como: redução do IPI, redução da taxa de juros para compra de material de construção e também a continuidade dos programas do governo federal. Em relação ao setor de transformação, este apresentou (14,9%) isto é reflexo do retorno a patamares normais de produção dos produtos químicos.

Em suma, a indústria alagoana cresceu (17,0%) referente ao primeiro semestre de 2012, enquanto que os subsetores que mais contribuíram no semestre foram: Construção Civil (22,6%), Indústria de Transformação (18,1%) e Indústria de Utilidade Pública (13,0%). De modo geral, verifica-se que a indústria vem obtendo bom desenvolvimento tendo como fatores condicionantes os incentivos do governo federal, iniciativa do governo estadual e a baixa base de comparação.

3. Balança Comercial

3.1 Brasil

A balança comercial brasileira apresentou superávit no primeiro semestre de 2012 segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e do Comércio Exterior (MDIC). De janeiro a junho, o Brasil exportou um valor aproximado de US\$ 7,0 bilhões a mais do que importou, o resultado mostra uma retração de (45,4%) em relação ao mesmo período de 2011, quando a balança comercial registrou um saldo positivo de US\$ 12,9 bilhões. O resultado apresentou o menor saldo positivo para o primeiro semestre desde 2002, quando a balança comercial foi positiva em US\$ 2,5 bilhões. Tais resultados são influenciados pela nova fase da crise financeira internacional, com crescimento menor da economia mundial, redução das exportações para outros países, bem como o acirramento da competição internacional entre mercados compradores, caso do Brasil.

Tabela 8 - Saldo da balança comercial
Brasil - Primeiro semestre de 2011-2012
US\$ 1.000 FOB

Período	Exportação			Importação			Saldo	
	2011	2012	Var (%)	2011	2012	Var (%)	2011	2012
Janeiro	15.214.352	16.141.225	6,1	14.816.984	17.440.651	17,7	397.368	1.299.426
Fevereiro	16.732.470	18.027.792	7,7	15.538.706	16.318.345	5,0	1.193.763	1.709.446
Março	19.285.976	20.910.732	8,4	17.732.107	18.890.435	6,5	1.553.869	2.020.296
Abril	20.172.976	19.566.298	-3,0	18.311.877	18.685.191	2,0	1.861.099	881.107
Mai	23.208.656	23.214.806	0,0	19.685.279	20.262.719	2,9	3.523.377	2.952.086
Junho	23.689.078	19.352.834	-18,3	19.259.526	18.546.973	-3,7	4.429.551	805.860
Total	118.303.508	117.213.687	-0,9	105.344.479	110.144.314	4,5	12.959.027	7.069.369

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

A economia mundial cresce em um ritmo menor e como consequência as exportações brasileiras para outros países diminuíram. A crise financeira também causa uma intensa competição internacional por mercados compradores, como é o caso do Brasil, além de dificultar as vendas externas brasileiras em outras nações. É importante salientar que a quantidade de produtos manufaturados e de *commodities* que o Brasil vende para o exterior resulta numa balança comercial desequilibrada.

As exportações brasileiras somaram um valor de US\$ 117,2 bilhões na primeira metade de 2012, o que registra uma queda de (-0,9%) em relação ao mesmo período

de 2011, quando se exportou US\$ 118,3 bilhões. O efeito foi ocasionado pela queda nos preços de *commodities* como o minério de ferro, café e açúcar.

Mesmo com a queda de preços nos setores de produtos básicos com cotação internacional, como minério de ferro, petróleo e alimentos verifica-se que a balança obteve resultados positivos. Contribuíram com o saldo positivo da balança comercial doméstica, sobretudo as exportações de minérios de ferro e seus concentrados (12,7%), soja (10,2%) e óleos brutos de petróleo (8,9%).

No primeiro semestre de 2012, como demonstra a **tabela 11**, os 10 principais produtos da pauta de exportação brasileira foram os mesmo do período anterior, porém em colocações distintas. Esse movimento era esperado para alguns itens, devido ao comportamento do cenário mundial atual frente a determinados setores.

O minério de ferro permanece como produto líder das exportações brasileira, seguido do item soja em grãos que sofreu, no segundo semestre de 2012, uma alteração na sua posição. A soja passou a ocupar o segundo lugar na pauta de exportação, que tradicionalmente pertencia ao petróleo. No primeiro semestre de 2012, a receita cambial da soja corresponde a (80,0%) da receita do minério, frente aos (48,0%) na primeira metade de 2011.

Tabela 9 - Os 10 principais produtos da pauta de exportação
Brasil - Primeiro semestre
 US\$ 1000 FOB

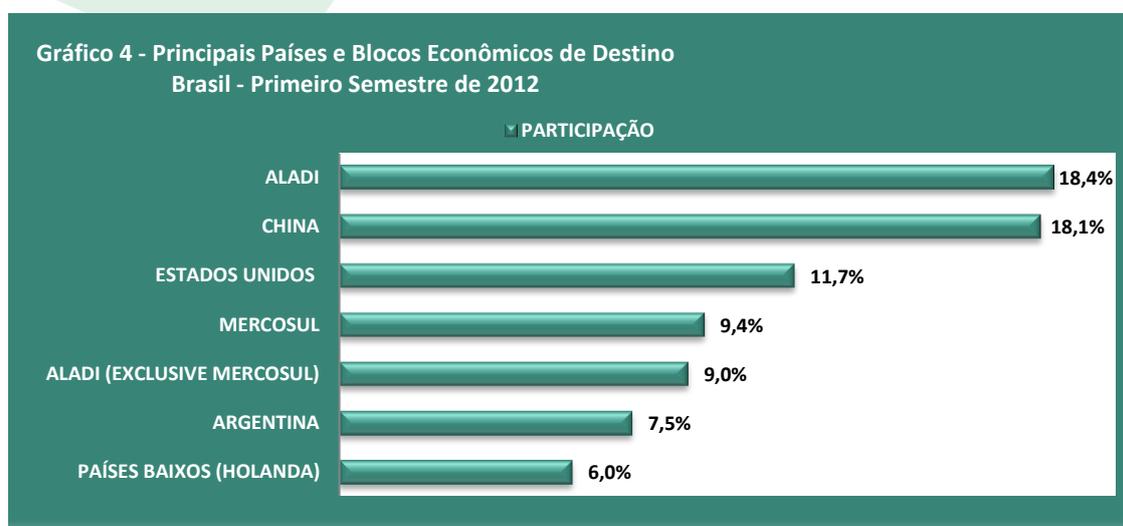
Principais Produtos Exportados	Ranking		1º semestre	Part.	1º semestre	Part.
	2011	2012	2011	(%)	2012	(%)
MINERIOS DE FERRO E SEUS CONCENTRADOS	1	1	18.381.196	15,5	14.865.310	12,6
SOJA MESMO TRITURADA	3	2	8.809.435	7,5	11.939.999	10,1
OLEOS BRUTOS DE PETROLEO	2	3	10.004.046	8,5	10.447.727	8,9
CARNE DE FRANGO CONGELADA, FRESCA OU REFRIG...	6	4	3.442.260	2,9	3.325.728	2,8
ACUCAR DE CANA, EM BRUTO	4	5	4.096.239	3,5	3.182.886	2,7
CAFE CRU EM GRAO	5	6	3.639.055	3,1	2.831.214	2,4
FARELO E RESIDUOS DA EXTRAÇÃO DE OLEO DE SOJA	7	7	2.905.210	2,5	2.810.245	2,4
OLEOS COMBUSTIVEIS (OLEO DIESEL, "FUEL-OIL", ETC.)	10	8	2.129.879	1,8	2.716.185	2,3
PASTAS QUIMICAS DE MADEIRA	8	9	2.427.907	2,1	2.297.642	1,9
PRODUTOS SEMIMANUFATURADOS DE FERRO OU ACOS	9	10	2.218.546	1,9	2.275.499	1,9

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

Na categoria blocos econômicos, a ALADI foi líder na compra dos produtos brasileiros, com (18,4%) da participação, e para China na categoria países, com (18,1%) da participação.

Apesar da China ser o país que mais importa produtos brasileiros, os Estados Unidos vem recuperando gradualmente o protagonismo nas vendas do Brasil. Os Estados Unidos destacam-se quando comparado com o desempenho das exportações brasileiras no primeiro semestre de 2012 com relação ao mesmo período de 2011. Nesse período, as exportações para o país cresceram (17,0%), enquanto para China apenas (6,0%).



Fonte: MDIC
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

É importante ressaltar que Mercosul, América Latina e Caribe, e União Europeia foram os que mais deixaram de importar produtos brasileiros. Nos anos 90, a União Europeia apresentava (35,0%) das exportações brasileiras de bens duráveis. Essa porcentagem foi reduzida para cerca de (10,0%) em 2010 até atingir (4,3%) no segundo trimestre de 2012. A redução das exportações europeias tem na sua maioria, relação com a crise econômica que o continente atravessa, uma vez que a participação do Brasil na pauta de importação com a mesma manteve-se estável.

O Brasil continua como o principal país a exportar produtos para Argentina. Entretanto, no primeiro semestre de 2012, a Argentina importou (-21,0%) em relação a igual período de 2011 em bens de capital, enquanto que as exportações brasileiras reduziram em (30,5%). Em termos de bens de consumo duráveis, a importância da

Argentina e do MERCOSUL nas exportações brasileiras é de grau acentuado, tendo uma participação na pauta de (60,0%)².

As importações brasileiras continuaram em expansão no acumulado dos seis primeiros meses de 2012. As compras brasileiras apresentaram um saldo de US\$ 110,1 bilhões frente aos US\$ 105,3 bilhões no primeiro semestre do ano anterior (Tabela 12), uma variação de (4,5%). O resultado foi impulsionado principalmente pelo aumento das compras de manufaturas.

**Tabela 10- Os 10 principais produtos da pauta de importação
Brasil - Primeiro semestre de 2011-2012
US\$ 1.000 FOB**

Principais Produtos Importados	Ranking		1º semestre	Part.	1º semestre	Part.
	2011	2012	2011	(%)	2012	(%)
OLEOS BRUTOS DE PETROLEO	1	1	7.489.067	7,1	7.485.555	6,8
AUTOMOVEIS DE PASSAGEIROS	2	2	5.248.198	4,9	4.805.450	4,3
OLEOS COMBUSTIVEIS (OLEO DIESEL,"FUEL-OIL",ETC.)	4	3	2.829.692	2,6	3.746.953	3,4
PARTES E PECAS PARA VEICULOS AUTOMOVEIS E TRATORES	3	4	3.014.412	2,8	3.201.200	2,9
MEDICAMENTOS PARA MEDICINA HUMANA E VETERINARIA	5	5	2.810.312	2,6	3.108.544	2,8
NAFTAS	6	6	2.209.745	2,1	2.576.672	2,3
CIRCUITOS INTEGRADOS E MICROCONJUNTOS ELETRONICOS	7	7	2.174.494	2,0	2.081.798	1,8
PARTES DE APARELHOS TRANSMISSORES OU RECEPTORES	9	8	1.629.522	1,5	1.703.689	1,5
GAS NATURAL	17	9	-	-	1.624.983	1,4
GASOLINA	*	10	-	-	1.575.020	1,4

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

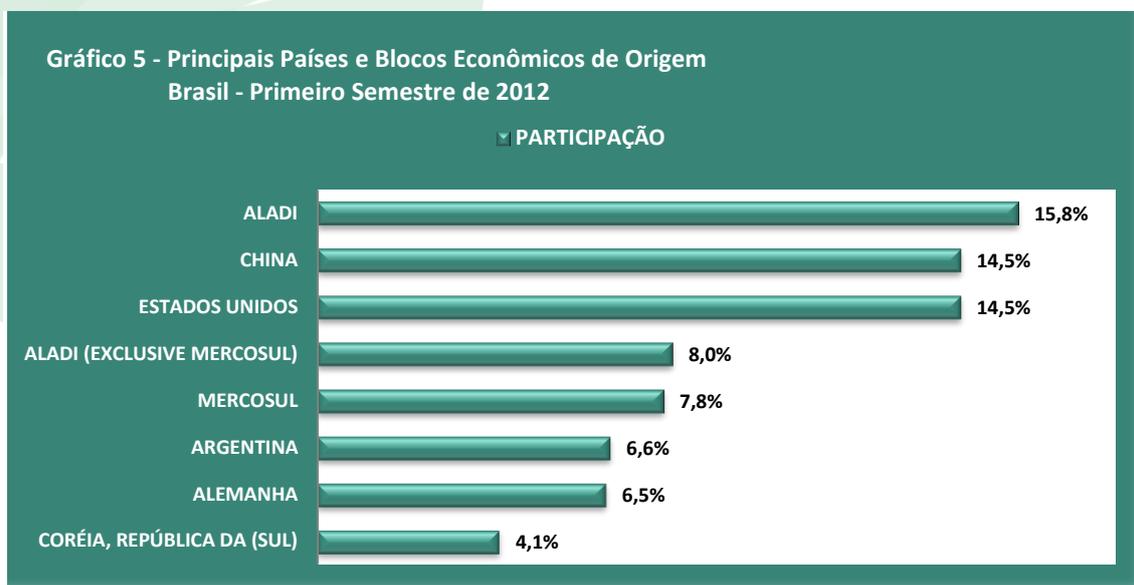
* A gasolina não entrou na lista dos principais produtos no primeiro semestre de 2011.

A **tabela 10** apresenta os principais produtos importados pelo Brasil. Dentre a lista, vale destacar a compra de gasolina, ocasionando um aumento de quase quatro vezes na primeira metade do ano 2012 tanto no valor quanto no volume importado. Gás natural e óleos combustíveis também se destacaram com expansão de (44,0%) e (32,0%), respectivamente, na mesma base comparação.

O bloco econômico ALADI apresenta a maior participação na venda de produtos para o Brasil, com variação de (15,8%). No primeiro semestre de 2012, a China continuou a liderar o *ranking* dos principais países fornecedores de mercadorias para o Brasil, com (14,5%) de nossas importações totais. Como consequência da tendência de desaceleração econômica, a China absorveu (18,0%) das exportações brasileiras no

² Fonte: Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI)

acumulado dos últimos 12 meses até junho de 2012, em relação ao período anterior quando os chineses compraram do mercado brasileiro (16,0%) das mercadorias produzidas no País.



Fonte: MDIC

Dados Trabalhados pela Seplande – Sinc

A diferença entre as vendas chinesa e norte-americana foi de apenas US\$ 56 milhões. A China se apresenta em primeiro lugar no *ranking* de fornecedores para o mercado brasileiro neste período, devido ao importante volume de exportações, sobretudo de máquinas e equipamentos, para o Brasil.

3.2 Nordeste

A balança comercial da região Nordeste apresentou um saldo deficitário de US\$ 3,5 bilhões para o primeiro semestre de 2012 em comparação ao déficit de US\$ 1,8 bilhão do mesmo período do ano anterior, segundo dados do MDIC. As exportações registraram um saldo de US\$ 9,1 bilhões, o que significa um aumento de (7,8%), enquanto as importações cresceram (23,0%), atingindo um saldo de US\$ 12,7 bilhões. Os estados nordestinos que apresentaram déficit comercial no período em análise foram: Ceará, Maranhão, Pernambuco, Paraíba e Sergipe.

**Tabela 11 - Saldo da balança comercial
Nordeste - Primeiro semestre de 2011-2012
US\$ 1.000 FOB**

Período	Exportação			Importação			Saldo	
	2011	2012	Var (%)	2011	2012	Var (%)	2011	2012
Janeiro	1.231.989	1.472.165	19,4	1.236.517	1.945.779	57,3	-4.528	-473.614
Fevereiro	1.237.585	1.972.530	59,3	1.322.227	1.918.084	45,0	-84.642	54.446
Março	1.457.958	1.402.576	-3,7	1.808.701	2.428.030	34,2	-350.743	-1.025.454
Abril	1.500.176	1.425.217	-4,9	1.959.882	2.271.717	15,9	-459.706	-846.499
Mai	1.483.961	1.482.970	-0,0	1.975.046	2.138.553	8,2	-491.085	-655.583
Junho	1.556.221	1.374.922	-11,6	2.039.577	2.019.101	-1,0	-483.357	-644.179
Total	8.467.890	9.130.380	7,8	10.341.950	12.721.264	23,0	1.874.061	-3.590.883

Fonte: MDIC
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

As exportações da região, no primeiro semestre de 2012, foram impulsionadas pelas elevações de (21,6%) nas vendas de produtos básicos, sobretudo nos embarques de soja com um aumento de (60,7%), advindos, principalmente, da Bahia com uma participação de (59,7%) do total.

No que se refere aos produtos industrializados, houve um aumento de (17,5%) nas vendas dos manufaturados, causadas pelas exportações das plataformas de perfuração ou de exploração. Por outro lado, houve um recuo de (-12,1%) nas exportações de produtos semimanufaturados destacando as reduções nas vendas de cana-de-açúcar em bruto, com (17,9%) e de pastas químicas de madeira, com (8,5%). Os principais países compradores desses produtos foram: os Estados Unidos, Holanda, China, Argentina e Antilhas Holandesas que representaram, em conjunto, (47,8%) das vendas da região.

**Tabela 12
Exportação por fator agregado - FOB
Nordeste - Primeiro semestre de 2011-2012
US\$ milhões**

Discriminação	Nordeste			Brasil		
	2011	2012	Var. (%) 2012/2011	2011	2012	Var. (%) 2012/2011
Produtos Básicos	1.731	2.105	21,6	56.175	55.837	-0,6
Produtos Industrializados	6.729	7.026	4,4	59.555	58.528	-1,7
Semimanufaturados	2.967	2.607	-12,1	16.172	15.240	-5,7
Manufaturados	3.762	4.419	17,5	43.382	43.287	0,2

Fonte: MDIC
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

As importações do Nordeste registraram crescimento no primeiro semestre de 2012. Esse aumento se deve ao impacto das elevações nas compras de combustíveis e lubrificantes, com (91,3%), nas compras de óleo diesel, principal item da categoria, com aumento de (78,3%). Em relação às importações de bens de consumo (17,4%), houve incremento de (18,1%) nas aquisições de bens duráveis, com destaque no aumento de (15,5%) em automóveis de passageiros. As importações de bens de consumo não duráveis cresceram (15,7%).

Em contrapartida, as aquisições de bens de capital recuaram (-6,8%), nos primeiros seis meses do ano, impactadas pelo decréscimo de (-81,7%) no segmento de caminhões guindastes e de (-0,9%) no de bens intermediários. No período em análise, os principais mercados de origem das importações foram Estados Unidos, Índia, China, Argentina e Holanda, somando (49,8%) das compras da região Nordeste na primeira metade de 2012.

Tabela 13 - Importação por fator agregado - FOB Nordeste - Primeiro semestre de 2012						
US\$ milhões						
Discriminação	Nordeste			Brasil		
	2011	2012	Var. (%) 2012/2011	2011	2012	Var. (%) 2012/2011
Bens de Capital	1.601	1.493	-6,8	22.758	24.032	5,6
Matérias-Primas	5.155	5.111	-0,9	47.857	48.062	0,4
Bens de consumo	1.000	1.174	17,4	18.267	19.189	5,0
Duráveis	720	850	18,1	10.862	10.818	-0,4
Não Duráveis	280	324	15,7	7.404	8.370	13,0
Combustíveis e Lubrificantes	2.586	4.948	91,3	16.461	18.860	14,6

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

3.3 Alagoas

O Estado de Alagoas fechou o primeiro semestre de 2012 com superávit na balança comercial, com um volume de US\$ 475,170 milhões, mesmo diante de um cenário recessivo na zona do euro.

Tabela 14- Saldo da Balança comercial
Alagoas - Primeiro semestre de 2011-2012
 US\$ 1.000 FOB

Período	Exportação			Importação			Saldo	
	2011	2012	Var (%)	2011	2012	Var (%)	2011	2012
Janeiro	167.307	223.141	33,3	35.256	31.430	-10,8	132.051	191.712
Fevereiro	140.819	177.252	25,8	23.745	40.860	72,0	117.074	136.392
Março	254.214	90.035	-64,5	31.351	48.498	54,6	222.863	41.536
Abril	177.386	142.464	-19,6	31.895	49.081	53,8	145.491	93.382
Maio	49.537	48.620	-1,8	45.801	23.532	-48,6	3.735	25.089
Junho	11.088	16.060	44,8	36.745	29.002	-21,0	-25.657	-12.942
Total	800.351	697.572	-12,8	204.793	222.403	8,5	595.557	475.169

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande -Sinc

O Estado exportou US\$ 697,6 milhões entre janeiro e junho de 2012, o que significa um declínio de (-12,8%) face igual período de 2011. Mais uma vez, o açúcar e derivados destacam-se na pauta das exportações alagoanas, o que mostra os reflexos da importância da cana-de-açúcar para a economia do Estado. A pauta de exportação é bastante concentrada e os produtos produzidos pelo setor sucroenergético superam a cifra de US\$ 690 milhões, ou seja, (89,0%) decorrem do capítulo açúcares e produtos de confeitaria e outros (10,0%) decorrem do capítulo de bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres.

Tabela 15- Os 10 principais produtos da pauta de exportação
Alagoas - Primeiro semestre de 2012
 US\$ FOB

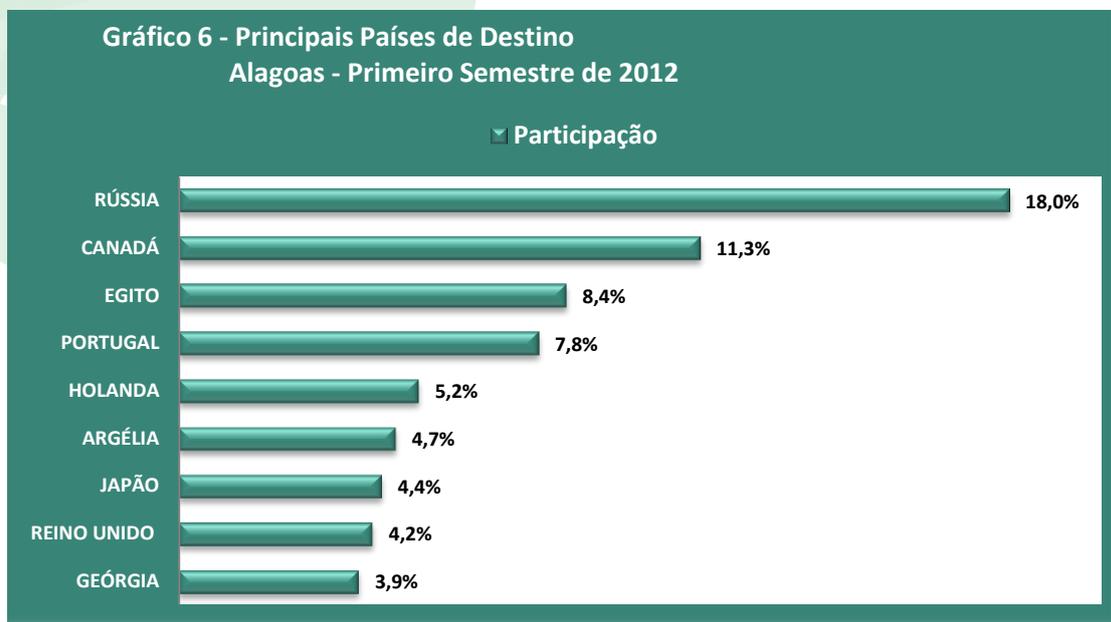
Principais Produtos Exportados	Primeiro semestre	Participação (%)
OUTROS ACUCARES DE CANA	532.818.209	76,14
OUTS.ACUCARES DE CANA,BETERRABA,SACAROSE QUIM	67.680.284	9,67
OUTROS ALCOOL ETILICO N/DESNATURADO	46.053.865	6,58
ACUCAR DE CANA,EM BRUTO	23.229.034	3,32
ALCOOL ETILICO N/DESNATURADO C/VOL.TEOR ALCOO	16.392.811	2,34
ALCOOL ETILICO N/DESNATURADO C/TEOR AGUA <= 1	7.298.548	1,04
FUMO N/MANUFAT.N/DESTAL.EM FLS.SECAS,ETC.TIPO	2.769.064	0,4
CONSUMO DE BORDO - COMBUSTIVEIS E LUBRIF.P/AE	994.434	0,14
OUTRAS TURBINAS A VAPOR,DE POTENCIA<=40MW	648.500	0,09
MONOFILAMENTOS (MONOFIOS),ETC.DE POLIM.CLORET	400.979	0,06

Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande -Sinc

No primeiro semestre de 2012, Alagoas exportou (46,0%) a mais em quantidade de açúcares que no primeiro semestre de 2011. Entretanto, os valores

exportados foram inferiores aos registrados nos meses iniciais do ano anterior. Esta redução de preços decorre de dois fatores: a manutenção da produção mundial de açúcar e a recente desvalorização do real em 2012. Vale lembrar que os maiores consumidores do açúcar alagoano são a Rússia, Canadá, Egito, Portugal e Holanda.



Fonte: MDIC
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

De janeiro a junho de 2012, as importações alagoanas atingiram US\$ 222,4 milhões, um valor (8,6%) maior em relação ao mesmo período de 2011, quando foram registrados US\$ 204,8 milhões. Foram importados principalmente bens de capital (31,4%) e insumos industriais (43,7%).

Tabela 16- Os 10 principais produtos da pauta de importação
Alagoas - Primeiro semestre de 2012
US\$ FOB

Principais Produtos Importados	Primeiro semestre	Participação (%)
ALCOOL ETILICO C/ TEOR AGUA <= 1% VOLUME	13.240.682	5,34
OUTS.APARELHOS E DISPOSITIV.P/TRAT.MATER.MODI	12.308.745	4,97
OUT.TRIGOS E MISTURAS DE TRIGO C/CENTEIO, EXC	9.968.606	4,02
DIIDROGENO-ORTOFOSFATO DE AMONIO,INCL.MIST.HI	8.029.615	3,24
HIDROXIDO DE SODIO EM SOL.AQUOSA (LIXIV.SODA	7.601.133	3,07
OUTS.COMPRESSORES DE GASES,CENTRIF.VAZAO MAX<	6.432.208	2,60
POLICLORETO DE VINILA,OB.T.PROC.SUSPENSAO,FORM	5.319.686	2,15
SULFATO DE AMONIO	5.127.449	2,07
OUTROS OLEOS DE "PALMISTE"	4.833.259	1,95
TROCADORES (PERMUTADORES) DE CALOR,TUBULARES	4.221.717	1,70

Fonte: MDIC | Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

O Estado alagoano importou principalmente da China (28,7%), Estados Unidos (21,0%), Argentina (4,5%), Coreia do Sul (4,3%) e Alemanha (4,2%).

**Gráfico 7 - Principais Países e Blocos Econômicos de Origem
Alagoas - Primeiro Semestre de 2012**



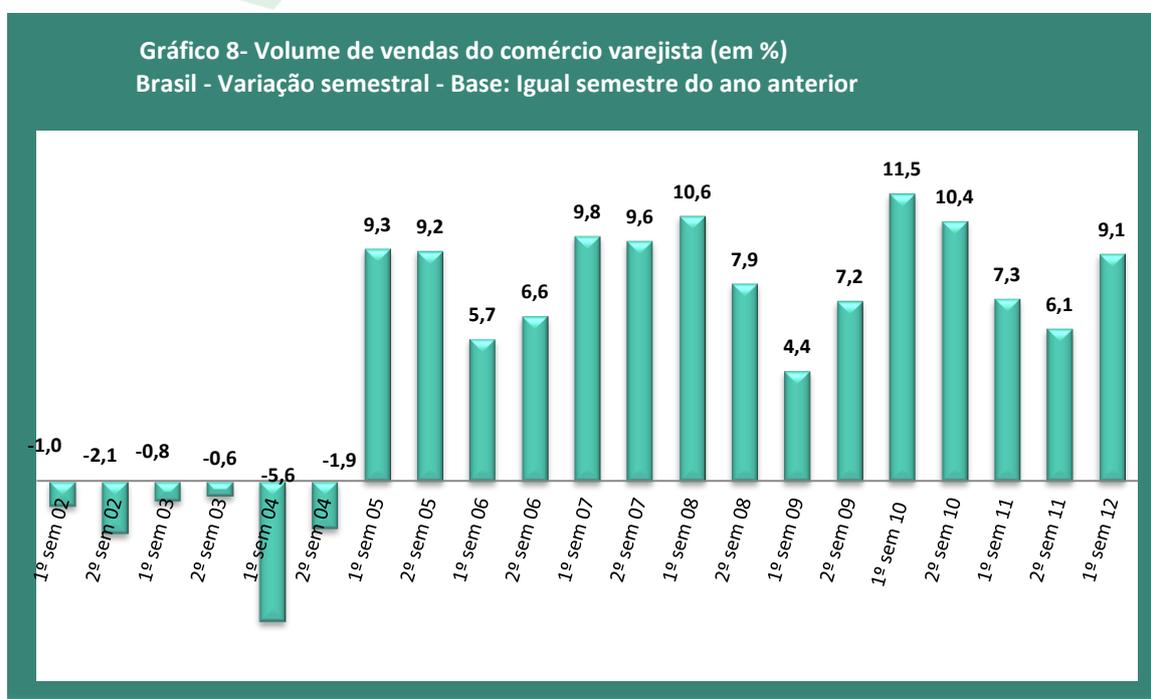
Fonte: MDIC

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

4. Comércio Varejista e Varejista Ampliado

4.1 Brasil

O comércio varejista brasileiro apresentou no primeiro semestre de 2012, um crescimento de (9,1%) em relação ao mesmo período do ano anterior. Os fatores que influenciaram o crescimento do consumo foram: a redução do IPI para alguns setores, aliada ao crescimento da massa salarial, a oferta de crédito e a redução da taxa básica de juros. Somados aos fatores acima citados podemos observar ainda o aumento do salário mínimo, os reajustes dos pisos regionais, os programas de transferências de renda e o crescimento do volume de crédito que contribuíram para os bons resultados do setor.



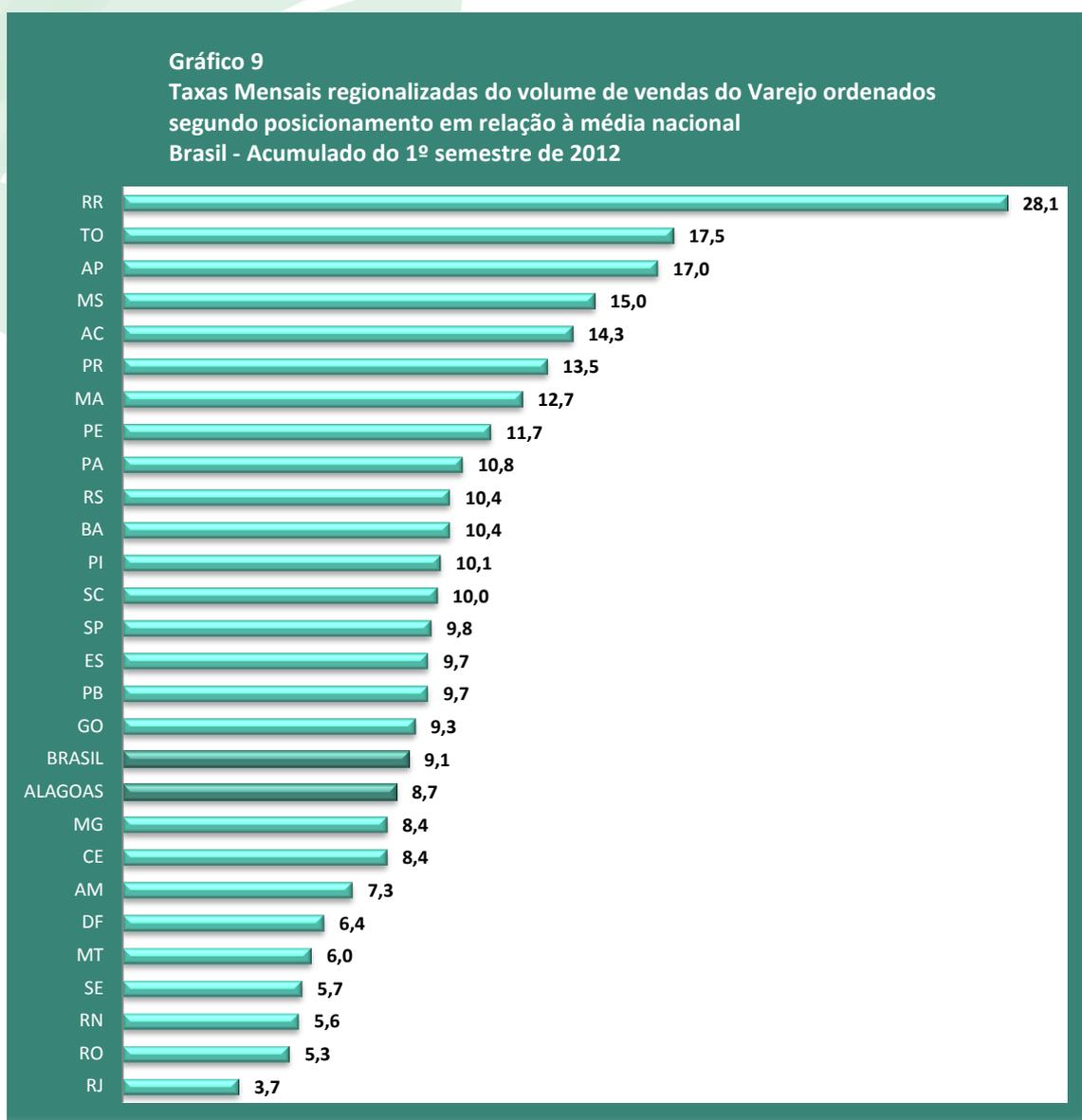
Fonte: IBGE

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

O comércio varejista obteve desempenho favorável, impulsionado pelo dinamismo do mercado interno, bem como medidas do governo para estimular a economia, como a redução da taxa Selic e a diminuição dos depósitos compulsórios por parte do Banco Central.

Os resultados do comércio varejista obtiveram variações positivas para todas as unidades da federação brasileira, ressaltando alguns estados com desempenho superior ao do Brasil (9,1%). Os Estados que mais se destacaram foram: Roraima (28,1%); Tocantins (17,5%); Amapá (17,0%); Mato Grosso do Sul (15,0%); Acre (14,3%);

Paraná (13,5%); Maranhão (12,7%); Pernambuco (11,7%); Paraná (10,8%); Rio Grande do Sul (10,4%); e Bahia (10,4%).



Fonte: IBGE
 Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

Considerando os grupos de atividades do comércio varejista do Brasil, no primeiro semestre de 2012, destacam-se: equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (17,9%), móveis e eletrodomésticos (14,1%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (10,9%), e hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, (9,6%).

Tabela 17- Indicadores do volume de vendas do comércio varejista e comércio varejista ampliado segundo grupos de atividades

Atividades	Taxa variação							
	mês/mês anterior (*)			mês/igual mês do ano anterior			Acumulado	
	Abr	Mai	Jun	Abr	Mai	Jun	No ano	12 meses
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	0,7	-0,8	1,5	6,0	8,3	9,5	9,1	7,5
1-Combustíveis e lubrificantes	2,3	-0,7	1,1	6,2	7,2	6,8	4,7	2,5
2-Hiper, supermercados, prod. Alimentícios, bebidas e fumo.	-0,6	-0,1	0,8	3,6	8,8	11,3	9,6	6,8
3-Tecidos, vestuário e calçados	0,9	0,5	0,4	-1,4	4,0	0,3	1,1	0,7
4-Móveis e eletrodoméstico	1,2	-3,3	5,3	12,5	9,3	15,8	14,1	14,9
5-Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria.	1,0	0,9	1,7	9,3	12,2	11,3	10,9	9,9
6-Equip. e mat. Para escritório informática e comunicação	2,1	1,4	-8,9	33,2	17,2	-14,6	17,9	20,9
7-Livros, jornais, ver. E papelaria	-2,8	7,2	4,3	-4,0	2,0	9,6	4,0	3,6
8-Outros artigos de uso pessoal e doméstico	0,0	-0,4	0,4	2,6	8,1	6,7	7,5	4,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	0,8	0,0	6,1	2,9	4,9	12,3	7,0	5,6
9-Veículos e motos, partes e peças	1,9	3,5	16,4	-4,6	-0,7	19,8	3,0	2,0
10-Material de construção	2,9	-6,6	1,0	13,0	4,3	0,5	9,3	7,7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

(*) Séries com ajuste sazonal

(**) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8

(***) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

O segmento de equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, no primeiro semestre de 2012 apresentou uma expansão de (17,9%) em relação ao mesmo período do ano anterior e de (20,9%) nos últimos 12 meses. A explicação segundo o IBGE para o desempenho foi determinado especificamente pela redução de preços de produtos do gênero e a oferta de crédito que manteve o forte crescimento dessas vendas desde maio 2011, aliado a crescente demanda dos produtos de informática nos hábitos de consumo das famílias. Entretanto, a redução do segmento deve-se a desaceleração que começou em 2012 no mês de maio e a queda em junho pode ser explicada por acomodação das vendas.

O segmento de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, cresceram (9,6%) no primeiro semestre de 2012 em relação ao mesmo período de 2011 e nos últimos 12 meses, (6,8%). Nas lojas de móveis e eletrodomésticos, favorecidas pela redução de alíquotas de IPI para a chamada linha branca, pela manutenção do crédito e da estabilidade do emprego, e queda dos preços dos eletrodomésticos no acumulado do ano, o avanço é de (14,1%), quase a mesma

taxa nos últimos 12 meses (14,9%).

No varejo de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria, o IBGE registrou aumento de (10,9%) no semestre e de (9,9%) em 12 meses. O crédito e o caráter de uso essencial de seus produtos são os principais fatores explicativos desse desempenho. Já a venda de combustíveis e lubrificantes avançou (4,7%) no semestre e (2,5%) em 12 meses. Atribui-se este comportamento à queda de preços dos combustíveis, com (-0,7%) nos últimos 12 meses, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e dados do IPCA (Índice Nacional de preço ao consumidor Amplo).

O comércio varejista ampliado, que inclui as vendas de veículos, motos, partes e peças e de material de construção, cresceu (7,0%) no primeiro semestre de 2012 em relação ao mesmo período anterior, e (5,6%) no acumulado dos últimos 12 meses.

O comércio de veículos, motos, partes e peças cresceram (3,0%) no semestre e (2,0%) em 12 meses. A redução de preços em função da renúncia fiscal decorre da continuidade da redução da carga tributária (IPI e do IOF) que incide sobre veículos no país, muito embora a perspectiva de término desse incentivo tenha influenciado os consumidores a anteciparem as suas compras.

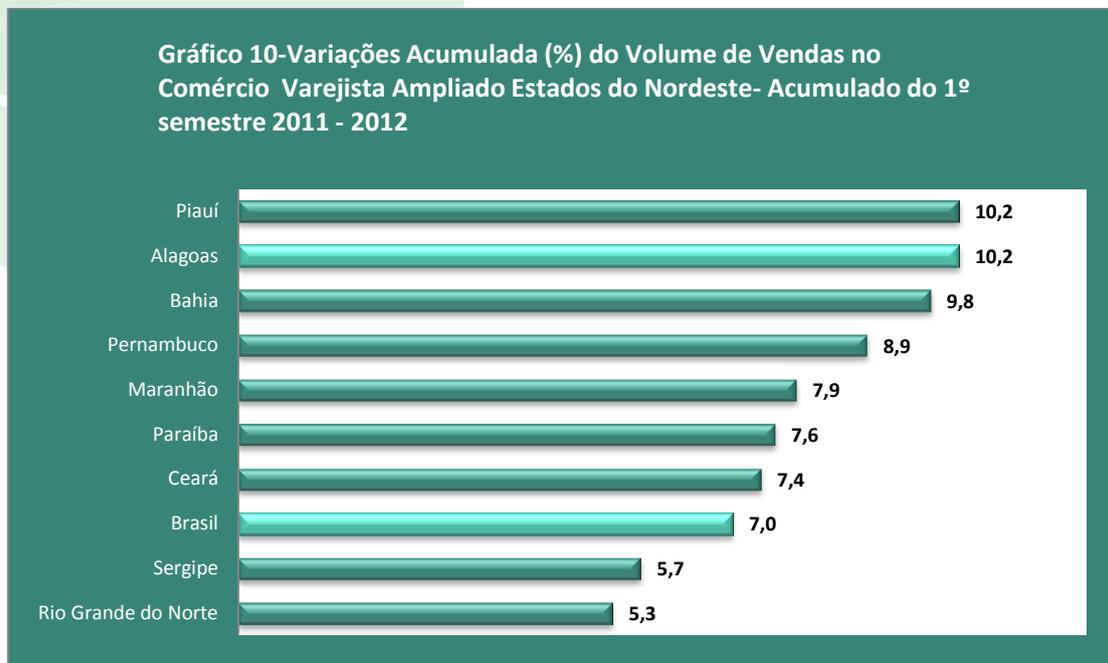
As lojas de material de construção venderam (0,5%) a mais entre junho de 2011 e junho de 2012, (9,3%) no acumulado do semestre e (7,7%) nos últimos 12 meses. No setor de material de construção civil houve uma desaceleração devido o menor ritmo nas contratações no Programa Minha Casa Minha Vida, e também atribuindo a uma diminuição do início de novas obras e das vendas.

Segundo os economistas da Serasa Experian, os elevados níveis de endividamento e de inadimplência dos consumidores impediram um desempenho mais favorável da atividade varejista neste primeiro semestre de 2012. Por isso, os potenciais compradores priorizaram o pagamento das dívidas em vez de efetuar novos financiamentos, isto ocorre devido ao esgotamento do poder de compra.

4.2 Nordeste

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) não agrupa o desempenho do setor varejista por região. Considerando o resultado do primeiro semestre de 2012 do comércio varejista ampliado, o **Gráfico 10** mostra que seis estados nordestinos

apresentam desempenho superior ao do Brasil (7,0%), com destaque para Alagoas (10,2%), Piauí (10,2%), Bahia (9,8%), Pernambuco (8,9%), Maranhão (7,9%), Paraíba (7,6%) e Ceará (7,4%). Nos demais, o desempenho foi inferior ao nacional, a saber Sergipe (5,7%) e Rio Grande do Norte (5,3%).



Fonte: IBGE
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

O comércio varejista na região Nordeste obteve desempenho superior ao do Brasil (9,1%), em cinco estados: Maranhão (12,7%), Pernambuco (11,7%), Bahia (10,4%), Piauí (10,1%) e Paraíba (9,7%). As variáveis demonstram que apesar desse momento de instabilidade econômica, o comércio varejista tem apresentado resultados favoráveis, reflexo da grande oferta de crédito, ainda que o endividamento das pessoas tenha aumentado.

4.3 Alagoas

O Comércio varejista do Estado de Alagoas, no primeiro semestre de 2012 cresceu (8,7%) em relação a 2011, segundo dados da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE. Este desempenho ficou abaixo da posição nacional (9,1%). Vale destacar que os resultados do comércio sinalizam uma recuperação devido à redução da taxa de juros no Brasil, onde depois de um trimestre de estabilidade, voltou a apresentar alta no acumulado do ano de (8,7%), sem ajuste sazonal, índice próximo ao do Brasil.

Tabela 18- Índice e variação de volume de vendas do comércio varejista					
Por unidade da federação - Acumulado do 1º semestre de 2012					
Unidades da Federação	Índice de Volume	Variação			Acumulado no ano
		abr/12	Mensal mai/12	jun/12	
Maranhão	108,4	6,7	10,7	18,3	12,7
Piauí	102,6	6,7	10,4	5,7	10,1
Ceará	106,0	8,8	9,6	11,2	8,4
Rio Grande do Norte	105,0	0,9	7,2	12	5,6
Paraíba	105,2	2,4	12,5	9,1	9,7
Pernambuco	108,0	6,9	12,2	13,7	11,7
Alagoas	103,6	6,1	7,0	10,8	8,7
Sergipe	100,9	3,2	6,7	5,3	5,7
Bahia	110,5	8,2	9,6	13,9	10,4
Brasil	104,4	6,0	8,3	9,5	9,1

Fonte: IBGE

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

Após uma alta de cerca de 90%, a inadimplência em Alagoas registrou queda no mês de junho. Isto ocorreu devido ao consumo facilitado e a falta de planejamento orçamentário das famílias, levando os consumidores a priorizarem o pagamento de dívidas em vez de contraírem novos financiamentos.

Segundo a Análise do Instituto de Estudos e Pesquisas (IEP) da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Maceió houve redução de (2,9%) no índice de inclusões no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) em junho, quando comparado com o mês de maio. A redução foi ainda maior em relação a junho de 2011, caindo em (10,4%) o número de CPF's no cadastro de devedores. No mês foram 5.027 novos registros no SPC.

O comércio varejista ampliado do estado cresceu (10,2%) no primeiro semestre de 2012 em comparação com ano anterior, superando o desempenho do Brasil, que registrou aumento do volume de vendas (7,0%). Isto foi devido a políticas de renúncia fiscal efetuada pelo governo federal, reduzindo impostos como o IPI Imposto sobre Produtos Industrializados na linha branca, material de construção, e automóveis.

Mesmo com os incentivos fiscais de redução de impostos, as famílias não estão respondendo na mesma intensidade a esse apelo, devido a um alto grau de endividamento da população, de acordo com a PMC do IBGE.

5. Turismo

5.1 Brasil

As movimentações nacionais e internacionais nos aeroportos brasileiros sinalizam um bom desempenho para o setor segundo o Ministério do Turismo (MTUR); devido ao aumento de demanda por viagens, além de investimentos em estradas, rodovias, pontes, revitalização de parques, centros de eventos, monumentos, expansão do volume de operações e a imagem favorável do Brasil no exterior. Estes foram alguns dos fatores apontados pelos empresários (MTUR, 2012) que favoreceram o crescimento das atividades, no setor turístico.

No acumulado do primeiro semestre de 2012, os desembarques internacionais totalizaram 4,6 milhões de passageiros, que resultou um aumento de (6,10%) em relação a idêntico período de 2011.

Em relação aos desembarques em voos domésticos, totalizaram 40,8 milhões de passageiros no primeiro semestre de 2012, que cresceu (7,56%) em relação ao mesmo período de 2011. O momento é de ascensão para o setor, devido às prioridades do Ministério do Turismo³, ao impulsionar a competitividade turística não só nas capitais, mas também em localidades com grande potencial para atrair visitantes.

Tabela 19- Desembarque de passageiros em voos internacionais e nacional Brasil - Acumulado do 1º semestre de 2011-2012

Movimento/Setor	Anos		Var. (%) 2012/2011
	2011	2012	
Nacional	38.020.295	40.894.060	7,56
Internacional	4.357.969	4.623.689	6,10
Total	42.378.264	45.517.749	7,41

Fonte: Infraero

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

O desempenho geral do turismo brasileiro no primeiro semestre de 2012 obteve uma redução na taxa de ocupação média de (-3,42%) em relação ao mês período em 2011, esta redução relaciona-se ao aumento no preço das diárias dos hotéis. No primeiro semestre de 2012, o preço médio das diárias nos hotéis brasileiros aumentou (17,71%) em relação ao mesmo período de 2011. Estes preços das diárias

³ Detalhe sobre as prioridades vide MTUR.

de hotéis continuam similares ao de 2005, que representa um grande valor para os turistas devido aos aumentos de salários e outros preços que aumentaram consideravelmente.

Em relação ao primeiro semestre de 2012, a indústria hoteleira vem se recuperando, com hotéis atingindo sua ocupação máxima em determinados períodos do ano, indicando demanda aquecida depois do cenário desfavorável na economia em 2011, gerado por uma série de desastres naturais ocorrido no Japão, no mundo Árabe e seu efeito no preço do petróleo, além da dívida americana causada por sua crise política.

**Tabela 20- Desempenho Geral do turismo (média)
Brasil - Acumulado do 1º semestre de 2011-2012**

Região	Taxa de ocupação (%)			Diária média (R\$)		
	Anos		Var. (%)	Anos		Var. (%)
	2011	2012	2012/2011	2011	2012	2012/2011
Centro-Oeste	62,39	62,48	0,14	196,47	210,29	7,03
Nordeste	70,56	68,96	-2,27	175,98	194,78	10,68
Norte	63,58	57,66	-9,31	174,51	190,74	9,30
Sudeste	68,74	66,20	-3,70	211,50	254,54	20,35
Sul	66,24	64,11	-3,22	158,04	181,41	14,79
Brasil	67,80	65,48	-3,42	197,61	232,60	17,71

Fonte: Fórum de operadores hoteleiros do Brasil
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

5.2 Nordeste

No primeiro semestre de 2012, a movimentação nos aeroportos do Nordeste apresentou um aumento de (3,23%) no primeiro semestre de 2012 em relação ao mesmo período de 2011. Os aeroportos que obtiveram os melhores desempenhos foram: Aracaju (27,79%), São Luís (14,56%), João Pessoa (11,46%), Fortaleza (5,16%) e Maceió (3,79%).

O Turismo do Estado de Sergipe obteve resultados expressivos com reconhecimento nacional, devido às ações de trabalho de divulgação nos grandes centros do país, como: participação em feiras e eventos, divulgação em mídias que mostram os roteiros, melhoria na infraestrutura, hotéis e serviços. Assim sendo, está se consolidando como um dos estados que mais ampliou a sua atividade turística no período de 2007 até 2012.

O Estado do Maranhão, elaborou um Planejamento Estratégico de Turismo que

é chamado de Plano Maior 2020 com ações para dinamizar o setor, através de investimentos em programas de desenvolvimento, infraestrutura, urbanização, saneamento e promoção. Este Plano foi estruturado para classificar os pólos turísticos, por ordem de importância, em indutores (São Luís, Lençóis e Chapada das Mesas), estratégicos e de desenvolvimento. Os segmentos de produtos considerados na classificação foram: turismo de aventura, cultura, ecoturismo e náutico, entretenimento, praias, de negócios, histórico.

Destarte, o turismo no estado do Maranhão vem se consolidando através das prioridades de governo em ações de promoção e divulgação em feiras ou eventos regional para promover o turismo evidenciando as potencialidades e recolocando o Maranhão como destaque no turismo nacional e internacional.

O estado da Paraíba é um dos destinos turísticos que vem crescendo no país, devido ao trabalho de divulgação dos principais roteiros turísticos do estado e pelas ações promovidas pelo Governo, em parceria com os empresários e entidades. Estas medidas têm proporcionado resultados positivos em toda a cadeia produtiva do turismo devido aos investimentos em propagandas além da melhoria em infraestrutura nas cidades que possuem potencialidades.

**Tabela 21- Movimento de passageiros em voos domésticos e internacionais
Nordeste - Acumulado do 1º semestre de 2011-2012**

CIDADE	Anos						
	2011		total	2012		total	Var. % 2012/2011
Doméstico	Inter.	Doméstico		Inter.			
São Luís - MA	854.978	68	855.046	979.569	5	979.574	14,56
Teresina - PI	502.351	0	502.351	510.881	35	510.916	1,70
Fortaleza- CE	2.644.179	104.289	2.748.468	2.789.703	91.610	2.890.313	5,16
Natal - RN	1.265.466	55.122	1.320.588	1.237.534	53.896	1.291.430	-2,21
João Pessoa - PB	549.445	0	549.445	612.426	0	612.426	11,46
Recife - PE	3.061.712	115.424	3.177.136	3.107.917	95.449	3.203.366	0,83
Maceió - AL	780.584	8.485	789.069	813.757	5.211	818.968	3,79
Aracaju - SE	513.842	2	513.844	656.611	14	656.625	27,79
Salvador - BA	4.120.038	192.437	4.312.475	4.122.022	159.086	4.281.108	-0,73
TOTAL NE	14.292.595	475.827	14.768.422	14.830.420	405.306	15.244.726	3,23

Fonte: Infraero
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

5.3 Alagoas

O setor do turismo no estado de Alagoas vem se desenvolvendo mediante as parcerias realizadas entre Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas (Setur-AL), as secretarias de turismo municipais e trade turístico, que estão trabalhando para fortalecer o setor e se consolidar como um dos destinos mais procurados no Nordeste.

No acumulado do primeiro semestre de 2012, os desembarques nacionais no aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares totalizaram 395,8 mil passageiros, que equivale a um aumento de (5,34%) em relação ao mesmo período em 2011. Este crescimento é devido às ações de divulgação nos mercados emissores como também novos voos diários regulares.

Em contrapartida, desembarques internacionais totalizaram 2,2 mil passageiros, no primeiro semestre de 2012 que equivale a uma redução de (-41,63%) comparado o primeiro semestre de 2011. Esta redução tem como consequência a não existência de uma malha aérea regular internacional. Por Isto, a Setur-AL trabalha na captação de voos *charters* internacional, para a manutenção e crescimento de turistas estrangeiros em Alagoas.

Tabela 22 - Desembarque de passageiros em voos internacionais e nacional Alagoas - Acumulado do 1º semestre de 2011-2012

Movimento/Setor	Anos		Var. (%)
	2011	2012	2012/2011
Nacional	375.721	395.799	5,34
Internacional	3.783	2.208	-41,63
Total	379.504	398.007	4,88

Fonte: Infraero

Dados adaptados pela Seplande-SINC

Segundo o Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH) da Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas (Setur-AL) a média do fluxo de hóspedes em Alagoas cresceu (4,25%) no primeiro semestre de 2012 em relação a 2011. Este resultado foi devido ao aumento do número de eventos realizados como também o desenvolvimento do turismo de negócios no estado.

**Tabela 23 - Meios de Hospedagem classificados e não classificados (média)
Alagoas – Acumulado do 1º semestre de 2011-2012**

Categoria	Anos		VAR. %
	2011	2012	2012/2011
Fluxo de entrada de hóspedes	48.869,0	50.946,0	4,25
Permanência média	3,6	3,8	5,56
Taxa média de ocupação de unidades habitacionais	72,1	69,5	-3,61
Geração de diárias	177.173,0	197.112,0	11,25

Fonte: Secretaria do Estado do Turismo de Alagoas
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

O fluxo turístico no estado de Alagoas tem aumentado nos últimos anos, tanto na movimentação aérea, quanto na movimentação dos cruzeiros marítimos. Este desempenho do setor é resultado obtido pelo reflexo do bom momento pelo qual o destino está passando, com investimentos em divulgação, fortalecimento do produto e infraestrutura.

A movimentação dos cruzeiros marítimos no Porto de Maceió tem um grande impacto em diversos setores do segmento turístico alagoano que possibilitou às associações dos artesãos de Maceió a oportunidade de comercializar seus produtos diretamente ao turista e também como forma de divulgar o destino, devido a permanência do turista no Estado por um dia.

A quantidade de desembarques de navios turísticos no Porto de Maceió sofreu uma redução de (-2,86%) no primeiro semestre de 2012 em relação a 2011. Mas o número de passageiros a bordo apresentou um acréscimo de (4,51%) neste mesmo período. Isto ocorre porque os navios atracados no Porto de Maceió são de grande porte e comportam uma quantidade maior de passageiros.

**Tabela 24 - Fluxo de navios no porto de Jaraguá
Alagoas – Acumulado do primeiro 1º semestre de 2011-2012**

Movimento	Anos		Var. (%)
	2011	2012	2012/2011
Navios*	35	34	-2,86
Passageiros	68.721	71.817	4,51
Total	68.756	71.851	4,50

Fonte: Administração do porto de Maceió
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

*Referente às chegadas de navios no porto de Maceió.

6. Mercado de Trabalho

6.1 Brasil

A criação de empregos formais no Brasil teve queda de (25,9%) no primeiro semestre de 2012, Segundo dados divulgados pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), o que corresponde a cerca de 366 mil vagas a menos no mercado de trabalho, em relação ao mesmo período do ano de 2011. O saldo de emprego em 2012 foi de 1,0 milhão de vagas com carteira assinada menor que em 2011 que correspondeu a 1,4 milhão de empregos.

No primeiro semestre de 2012, a criação de empregos formais no Brasil sofreu uma redução decorrente da desaceleração na economia mundial como também, na economia doméstica. Neste cenário a economia nacional cresce em um ritmo mais lento devido à crise financeira internacional.

O emprego formal no primeiro semestre, segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), cresceu em alguns setores de atividade econômica, embora não superou o crescimento do primeiro semestre de 2011. Os setores que se destacaram foram: serviços com 469.699 postos, com expansão de (3,05%), construção civil 205.907 postos, com expansão de (7,13%), e agropecuária 135.440 postos, com expansão de (8,69%).

O desempenho do setor de serviços, de acordo com dados do Caged, foi dinamizado por dois setores que apresentaram recordes na geração de emprego, como: Ensino, com 86.517 empregos com expansão (6,35%) e dos Serviços Médicos e Odontológicos 60.339 vagas com expansão (3,80%). Os resultados dos outros ramos do Setor, no período, foram: Serviços de Comércio e Administração de Imóveis 134.061 postos com expansão de (3,04%), Serviços de Alojamento e Alimentação 121.806 postos com expansão de (2,27%), Serviços de Transportes e Comunicações 61.363 postos com expansão de (3,00%) e Instituições Financeiras 5.613 postos com expansão de (0,86%).

O desempenho do setor agrícola está associado, em grande parte, às atividades vinculadas aos fatores sazonais na região Sudeste, principalmente ao cultivo de café e de cana-de-açúcar.

Em relação ao Comércio foram criados 56.122 postos com expansão de (0,66%), decorrente das atividades do comércio atacadista de 31.551 postos com

expansão de (2,24%) e no comércio varejista de 24.571 postos com expansão de (0,35%).

O resultado da Indústria de Transformação foi de 134.094 postos com expansão de (1,64%), no primeiro semestre de 2012, devido ao crescimento do emprego em onze dos doze ramos que a compõem. Os destaques foram: Indústria Química com 36.539 postos de trabalho e expansão de (3,97%), Indústria da Borracha e Fumo com 20.989 postos e expansão de (6,19%), a maior taxa de crescimento no semestre, entre os segmentos da Indústria de Transformação, Indústria Têxtil com 15.043 postos e expansão de (1,47%), Indústria de Calçados com 14.420 postos e expansão de (4,18%) e Indústria de Produtos Alimentícios com 14.146 postos e expansão de (0,76%).

O crescimento do mercado de trabalho na área da Construção Civil foi de 205.907 postos com expansão de (7,13%), este resultado representou o terceiro maior saldo na série semestral do Caged e a segunda maior taxa de crescimento entre os setores. A Construção Civil está sendo influenciada pelo número de eventos sociais que vão ocorrer no Brasil, mais especificamente, a Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016, aumentando o número de trabalhadores como também a procura por emprego, fazendo-se necessário maiores qualificações para atuação no mercado de trabalho.

**Tabela 25- Evolução do emprego por setores da atividade econômica
Brasil - Acumulado até junho 2012**

Atividades Econômicas	Admis.	Deslig.	Saldo
Extrativa mineral	34.147	25.021	9.126
Indústria de transformação	2.072.470	1.938.376	134.094
Serviços industriais de utilidade pública	55.406	47.771	7.635
Construção civil	1.514.826	1.308.919	205.907
Comércio	2.486.674	2.430.552	56.122
Serviços	4.213.379	3.743.680	469.699
Administração pública	77.509	47.618	29.891
Agropecuária	726.125	590.685	135.440
Total	11.180.536	10.132.622	1.047.914

Fonte: Caged

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

6.2 Nordeste

No primeiro semestre de 2012 a região Nordeste, registrou a criação de 27.743 postos de trabalho que apresentou uma expansão de (0,46%) no período analisado. A expansão do emprego na região se deve principalmente ao desempenho dos Setores da Agropecuária, Serviços e Indústria de transformação.

Os saldos dos estados da região Nordeste foram: Bahia 30.334 vagas, Ceará 9.979 vagas, Pernambuco 8.750 vagas, Piauí 6.106 vagas, Maranhão 6.062 vagas, Sergipe 2.843 vagas, Paraíba 742 vagas, Rio Grande do Norte 522 vagas e Alagoas (-37.595 vagas).

O estado que obteve melhor desempenho na Região Nordeste foi a Bahia que resultou 30.334 postos gerados com expansão de (1,82%), o maior saldo de emprego no acumulado do ano.

O estado do Ceará resultou um saldo positivo de 9.979 postos de trabalho no primeiro semestre de 2012. Esta quantidade de vagas superou em (0,96%) em relação ao mesmo período de 2011. O setor de serviços expandiu em (3,22%), e o da agropecuária foi o mais atingido por causa da forte estiagem no interior do estado.

O mercado de emprego formal no estado de Pernambuco teve um acréscimo de 8.750 empregos com expansão de (0,68%), no primeiro semestre de 2012 influenciado positivamente pelo desempenho dos Serviços com 17.892 postos e expansão de (3,38%) e da Construção Civil 10.963 empregos com expansão de (7,59%), considerando a série com ajustes.

**Tabela 26 - Evolução do emprego
Nordeste - Acumulado até junho 2012**

Estados	Admis.	Deslig.	Saldo
MARANHAO	108.432	102.370	6.062
PIAUI	55.802	49.696	6.106
CEARA	243.921	233.942	9.979
RIO GRANDE DO NORTE	94.325	93.803	522
PARAIBA	76.448	75.706	742
PERNAMBUCO	311.357	302.607	8.750
ALAGOAS	60.827	98.422	-37.595
SERGIPE	62.350	59.507	2.843
BAHIA	427.539	397.205	30.334
Total do Nordeste	1.441.001	1.413.258	27.743

Fonte: Caged
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

6.3 Alagoas

O Estado de Alagoas, segundo dados do Caged, registrou uma redução de (-37.595) postos de trabalho no primeiro semestre de 2012. Esta redução ocorreu por motivos sazonais ligados às atividades sucroalcooleiras.

Os setores que mais influenciaram esta redução de carteiras assinadas foram: indústria de transformação (-39.345), construção civil (-440) e agropecuária (-466).

O balanço do mercado de trabalho em Alagoas do primeiro semestre de 2012 demonstra que a concentração de perda de empregos formais do estado foi significativa, com uma redução de (-10,57%) em relação ao emprego celetista. Esta redução nos índices de emprego formal se deve a motivos sazonais ocorridos nas atividades do setor sucroalcooleiro, que é o maior empregador do Estado.

O Setor Serviços criou 2.291 postos que expandiu (2,14%,) e dentre os ramos do setor que mais foram beneficiados são: comércio e administração de imóveis, valores mobiliários, e serviços técnico com 872 e expandiu (5,47%) e ensino com 579 expansão de (4,57%).

Em relação ao Comércio foram criados 271 postos com expansão de (0,36%), decorrente dos seguintes setores de atividades: o comércio atacadista com 177 postos e expansão de (1,71%) e no comércio varejista de 94 postos com expansão de (0,15%).

**Tabela 27 - Evolução do emprego por setores da atividade econômica
Alagoas – Acumulado 1º semestre de 2011- 2012**

Atividades Econômicas	2011			2012		
	Admis.	Deslig.	Saldo	Admis.	Deslig.	Saldo
Extrativa mineral	145	137	8	150	146	4
Indústria de transformação	9.873	46.636	-36.763	7.691	47.036	-39.345
Serviços industriais de utilidade pública	667	402	265	499	481	18
Construção civil	18.336	13.142	5.194	17.988	18.428	-440
Comércio	14.776	14.128	648	14.566	14.295	271
Serviços	19.721	17.003	2.718	18.161	15.870	2.291
Administração pública	282	67	215	107	35	72
Agropecuária	2.594	3.416	-822	1.665	2.131	-466
Total	66.394	94.931	-28.537	60.827	98.422	-37.595

Fonte: Caged

Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

De acordo com a **tabela 27** a evolução do emprego por setores de atividade econômica no estado de Alagoas, apresentou em junho de 2012, foram criados 97

empregos celetistas, que segundo os dados do Caged equivalente à elevação de (0,03%) em relação ao estoque de assalariados com carteira assinada do mês anterior. Os setores de atividades que mais contribuíram para este resultado foram a Indústria de Transformação com 842 postos, os Serviços foram criados 525 postos. A queda da Construção Civil (-1.503 postos) foi devido, principalmente, a Construção de Obras de Arte Especiais com (-743 postos).

**Tabela 28 - Evolução do emprego por setores da atividade econômica
Alagoas - Saldo junho de 2012**

Atividades Econômicas	Variação	
	Absoluta	Relativa%
Extrativa mineral	-4	-0,37
Indústria de transformação	842	1,25
Serviços Industriais de Utilidade Pública - SIUP	-23	-0,47
Construção civil	-1.503	-3,62
Comércio	289	0,39
Serviços	525	0,49
Administração pública	1	0,01
Agropecuária	-30	-0,31
Total	97	0,03

Fonte: Caged

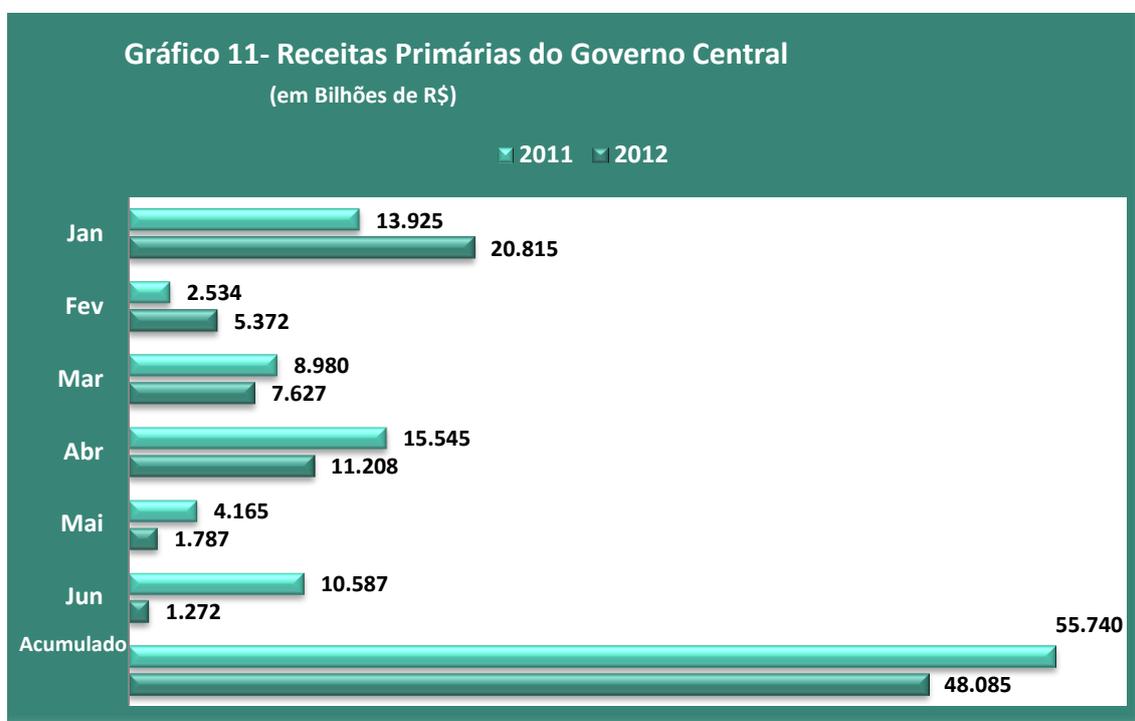
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

7. Finanças Públicas

O presente item versa analisar o desempenho das finanças públicas da União, Estados e Municípios no primeiro semestre de 2012, utilizando informações da Secretaria do Tesouro Nacional (STN).

7.1 União

Em relação à receita primária da União **gráfico 11**, observa-se um crescimento nos meses de janeiro e fevereiro e diminuição nos quatro meses seguintes, quando comparando 2012 com 2011. Tal resultado implica em uma diminuição nos repasses a Estados e Municípios, como será discutido nos subitens seguintes.



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional (STN)
Elaboração: Seplande – Sinc

De janeiro a junho de 2012, o resultado primário do governo central apresentou *superávits*, obtendo o menor resultado em junho de 2011, quando foi registrado R\$1,272 bilhão e o maior em Abril, com R\$ 11.208 bilhões. Observa-se que embora os resultados tenham sido positivos, o acumulado no primeiro semestre de 2012, com o montante de R\$ 48.085,3 bilhões cresceu em menor dimensão, no comparativo com 2011, que foi de R\$ 55.740 bilhões, ou seja, um decréscimo de (14,1%).

Em relação às receitas do governo central no segundo semestre de 2012, ressalta-se um crescimento na receita total, quando comparado a 2011, resultando em uma variação positiva de (8,67%). No período em análise, a receita do tesouro também apresentou um bom desempenho, sobretudo pelo aumento na arrecadação de impostos e contribuições. Em contrapartida, com as desonerações fiscais (como a redução do IPI para o setor automotivo) adotadas em 2012, a projeção é que a arrecadação conclua o ano de 2012 com menor crescimento real, visto que em junho é perceptível uma desaceleração nos impostos arrecadados, sobretudo no IPI.

Ainda em relação às receitas, a **tabela 29** demonstra ainda a forte expansão na arrecadação previdenciária, com destaque para o setor urbano, que cresceu (14,40%) no período, fruto do aumento da massa salarial. Ademais, as receitas do banco central cresceram (10,68%) no segundo semestre de 2012, influenciada pelo desempenho em fevereiro, quando a rubrica teve *superávit* de (32,6%).

Tabela 29- Resultado Primário			
Brasil - Primeiro Semestre de 2011-2012			
R\$ milhões			
Resultado Primário	2011	2012	Variação 2012/2011
I. Receita total	480.011,70	521.753,00	8,70
I.1. Receitas do Tesouro	368.689,70	394.573,70	7,02
I.1.1 Receita Bruta	373.021,80	400.680,10	7,41
- Impostos	176.464,10	193.109,70	9,43
- Contribuições	137.833,70	149.590,60	8,53
- Demais	58.723,90	57.979,80	-1,27
I.1.2. (-) Restituições	-4.210,20	-5.969,10	41,78
I.1.3. (-) Incentivos Fiscais	-121,9	-137,3	12,63
I.2. Receitas da Previdência Social	110.111,70	125.839,80	14,28
I.2.1. Receitas da Previdência Social - Urbano	107.570,40	123.060,70	14,40
I.2.2. Receitas da Previdência Social - Rural	2.541,40	2.779,10	9,35
I.3. Receitas do Banco Central	1.210,20	1.339,50	10,68
II. Transferências a estados e municípios (TOTAL)	86.544,00	94.163,40	8,80
II.1. Transferências Constitucionais (IPI, IR e outras)	66.257,90	71.037,90	7,21
II.2. Lei Complementar 87/ Lei Complementar 115	975	975	
II.3. Transferências da Cide	955,00	740,1	-22,50
II.4. Demais	18.356,10	134,9	-99,27
III. Receita Líquida total (I-II)	393.467,70	427.589,60	8,67

Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional
Dados trabalhados pela Seplande – Sinc

No tocante às transferências a Estados e Municípios, influenciadas diretamente pelas transferências constitucionais e decréscimo na cota CIDE⁴ e nas demais transferências, observa-se um crescimento no acumulado do primeiro semestre de 2012 em relação ao mesmo período do ano anterior, com *superávit* de (8,80%). Tal crescimento, segundo boletins do Tesouro Nacional, é justificado pelo aumento de R\$ 4,8 bilhões (7,21%) nas transferências constitucionais (IPI, IR e outras) que por sua vez cresceram devido a arrecadação. Destarte, um acréscimo de R\$ 2,7 bilhões (31,3%) nas transferências de *royalties* de petróleo advindos do aumento dos repasses de recursos provenientes de participação especial pela exploração de petróleo e gás natural.

Quanto ao desempenho mensal em 2012, verifica-se o crescimento nas transferências nos meses de fevereiro (16,4%), abril (34,8%) e maio (9,1%) e decréscimo em Janeiro (19,4%), Março (32,5%) e Junho (25,6%), quando comparados com os respectivos meses anteriores. Tais desempenhos são diretamente influenciados pelas transferências constitucionais e repasses dos *royalties* de petróleo e gás.

7.1.3 Despesas

Em relação às despesas no acumulado (Janeiro a Junho de 2012), observa-se um crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior. De acordo com a **tabela 30**, o primeiro semestre de 2012 apresentou variação positiva de (12,37%) em relação ao mesmo período de 2011, influenciado pelos aumentos na despesa de custeio e capital (18,94%) e aos benefícios previdenciários (12,93%). Uma das maiores influências para o crescimento na despesa de custeio de capital foi o crescimento nas despesas discricionárias, caso do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), que cresceu R\$ 6,4 bilhões no semestre (52,7%). Em relação aos benefícios previdenciários, houve impacto do salário mínimo (R\$ 72,81) e na quantidade média de benefícios pagos, com destaque para aposentadorias e pensões por morte, sobretudo a aposentadoria rural.

⁴ Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico

Tabela 30- Despesas e Resultado fiscal do governo central**Brasil - Primeiro semestre 2011-2012****(R\$ Milhões)**

Resultado Primário	Primeiro Semestre		Variação 2012/2011
	2011	2012	
IV. DESPESA TOTAL	337.727,70	379.504,29	12,37
IV.1. Pessoal e Encargos Sociais	87.037,60	89.524,74	2,86
IV.2. Benefícios Previdenciários	129.637,80	146.399,16	12,93
IV.2.1. Benefícios Previdenciários - Urbano	101.223,70	113.389,55	12,02
IV.2.1. Benefícios Previdenciários - Rural	28.414,10	33.009,61	16,17
IV.3. Custeio e Capital	118.432,30	140.866,76	18,94
IV.3.1. Despesa do FAT	12.030,40	14.189,23	17,94
IV.3.1.1. Abono e Seguro Desemprego	11.794,50	14.007,23	18,76
IV.3.1.2. Demais Despesas do FAT	235,90	182,00	-22,86
IV.3.2. Subsídios e Subvenções Econômicas	5.603,20	7.669,08	36,87
IV.3.2.1. Operações Oficiais de Crédito e Reordenamento de Passivos	3.176,70	5.737,46	80,61
IV.3.2.2. Despesas com Subvenções aos Fundos Regionais	2.426,60	1.931,62	-20,40
IV.3.3. Benefícios Assistenciais (LOAS e RMV)	12.273,60	14.537,74	18,45
IV.3.4. Outras Despesas de Custeio e Capital	88.525,10	104.470,71	18,01
IV.4. Transferência do Tesouro ao Banco Central	1.036,10	1.085,13	4,73
IV.5. Despesas do Banco Central	1.583,80	1.628,50	2,83
V. FUNDO SOBERANO DO BRASIL - FSB	-	-	-
VI. RESULTADO PRIMÁRIO GOVERNO CENTRAL (III - IV - V)	55.740,00	48.085,32	-13,73
VI.1. Tesouro Nacional	75.639,60	68.933,65	-8,87
VI.2. Previdência Social (RGPS)	-19.526,10	-20.559,37	5,29
VI.2.1. Previdência Social (RGPS) - Urbano	6.346,70	9.671,11	52,38
VI.2.2. Previdência Social (RGPS) - Rural	-25.872,70	-30.230,48	16,84
VI.3. Banco Central	-373,50	-288,97	-22,64
VII. AJUSTE METODOLÓGICO	813,20	813,40	0,02
VIII. DISCREPÂNCIA ESTATÍSTICA	-1.164,10	-1.544,45	32,68
IX. RESULTADO PRIMÁRIO DO GOVERNO CENTRAL (VI + VII + VIII)¹¹	55.389,10	46.042,79	-16,87
X. JUROS NOMINAIS	-89.021,10	-73.052,39	-17,94
XI. RESULTADO NOMINAL DO GOVERNO CENTRAL	-33.632,00	-27.009,60	-19,69

Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional

Dados adaptados para Seplande - Sinc

A análise das despesas nos seis primeiros meses de 2012 indica que os maiores dispêndios ocorreram nos meses de março, com crescimento de (29,8%) em relação a fevereiro; Abril, com (7,0%) e; junho, com (9,7%) em relação a maio. Já a retração nas despesas foram verificadas nos meses de Janeiro (10,8%), Fevereiro (30,3%) e Maio (11%). Tais resultados foram influenciados diretamente pelas variações nas despesas de custeio e capital, bem como os gastos com pessoal e encargos sociais.

Concluindo a análise do desempenho do Tesouro Nacional, observa-se um *déficit* no resultado nominal do governo. Em contrapartida, no primeiro semestre de 2012, o resultado ultrapassou os R\$ 46 bilhões de Reais, e no mesmo período de 2011, correspondeu a R\$ 46.042,79 bilhões, ou seja, uma redução de (19,69%). Assim, o resultado nominal do governo central recuou de (19,69%) em relação ao mesmo período do ano anterior.

7.2 Nordeste

Em relação às finanças públicas dos estados do Nordeste, observa-se um crescimento nos repasses federais. No comparativo entre os primeiros semestres de 2011 e 2012, houve crescimento nas principais transferências (FPE, IOF, IPI/EXP, FUNDEB, LC 87/96, CIDE e FEX) ⁵, como destacado na tabela abaixo:

Tabela 31- Principais Transferências Federais para os Estados Nordestinos			
Primeiro semestre 2011-2012			
(R\$ Milhões)			
UF	Ano		Variação (%) 2012/2011
	2011	2012	
Nordeste	18.423.898.244,19	19.564.758.206,48	6,19
Alagoas	1.332.818.829,92	1.428.002.591,36	7,14
Bahia	3.722.141.879,35	4.020.640.750,27	8,02
Ceará	2.469.403.402,99	2.590.747.468,99	4,91
Maranhão	2.477.317.806,69	2.583.493.019,70	4,29
Paraíba	1.624.497.068,28	1.717.913.761,85	5,75
Pernambuco	2.696.005.990,25	2.825.075.421,23	4,79
Piauí	1.422.444.544,83	1.506.607.307,20	5,92
Rio Grande do Norte	1.394.041.904,38	1.502.219.265,32	7,76
Sergipe	1.285.226.817,50	1.390.058.620,56	8,16

Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional

Dados adaptados para Seplande – Sinc

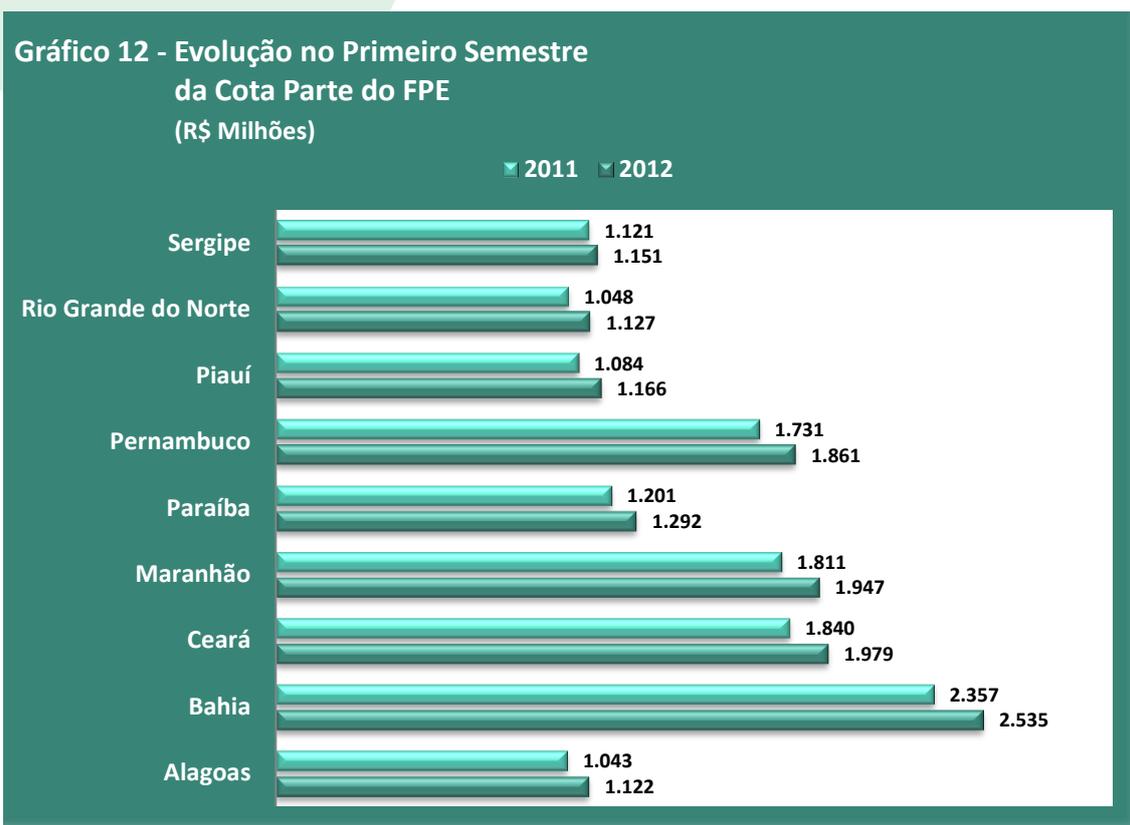
Obs.: Valores com descontos da parcela destinada ao FUNDEB.

A média da variação nas transferências foi de (6,19%) em 2012, com destaque para o estado da Bahia, com maior montante transferido, onde a LC. 87/93 repassou mais de (21,7) bilhões em 2012. Já a maior variação (8,16%) ocorreu no Estado de

⁵ Respectivamente: Fundo de Participação dos Estados (FPE), Imposto Sobre Operações de Crédito (IOF), Imposto sobre Produtos Industrializados para Exportação (IPI/EXP), Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (FUNDEB), Lei Kandir (LC 87/96) e fomento as Exportações (FEX).

Sergipe, o menor da Federação, embora a cota CIDE tenha reduzido (21,75%) no período.

O FPE é um importante componente nas finanças dos Estados e municípios brasileiros, e dada às condições socioeconômicas da Região Nordeste, é também o principal responsável pela dinâmica econômica dos Municípios mais pobres. O crescimento médio da arrecadação em 2012 contribuiu para um maior repasse, com variação positiva de (7,55%), como é possível verificar no gráfico a seguir:



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional
 Dados adaptados para Seplande – Sinc
 Obs.: Valores com descontos da parcela destinada ao FUNDEB

7.3 Alagoas

Quanto às finanças públicas do Estado de Alagoas **tabela 34**, é perceptível o desempenho favorável do aumento do principal repasse federal, o FPE, que cresceu (7,14%) no período, atingido a cifra de R\$ 1,4 bilhão. Em contrapartida, houve um decréscimo na cota do IPI-EXP e CIDE, com recuo de (13,51%) e (22,67%) respectivamente, oriundo da participação especial pela exploração de petróleo e gás natural, que ao contrário da média brasileira, foi menor para Alagoas.

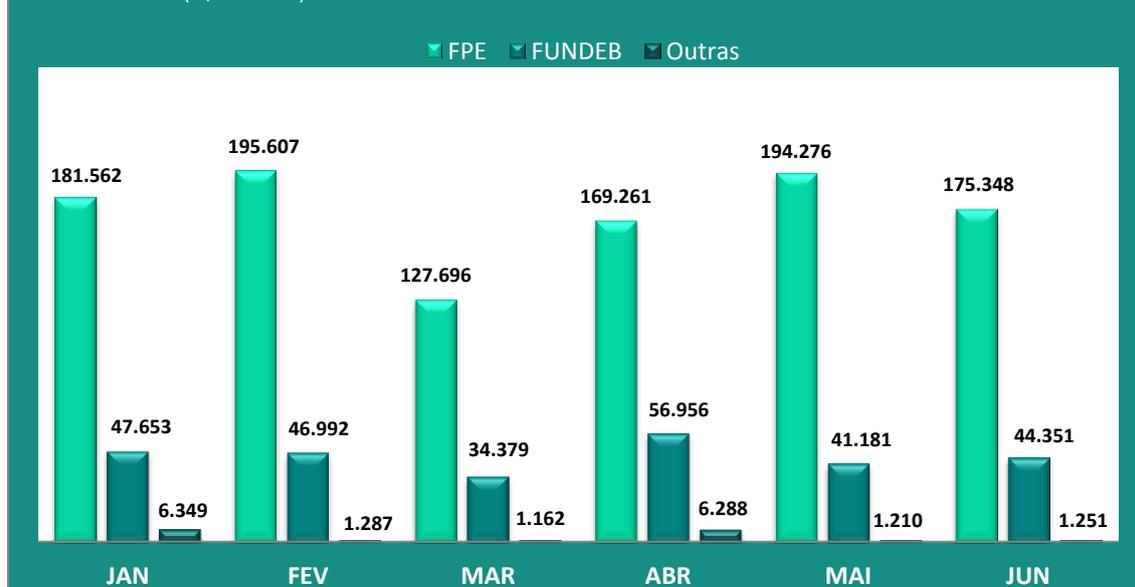
Tabela 33 - Transferências
Alagoas – Primeiro semestre 2011-2012
 (R\$ Mil)

Transferências Federais	Ano		Variação (%) 2012/2011
	2011	2012	
TOTAL	1.332.818,83	1.428.002,59	7,14
FPE	1.043.752,90	1.122.545,00	7,55
IOF	0,00	0,03	-
IPI-EXP	2.597,80	2.246,88	-13,51
CIDE	10.037,37	7.762,20	-22,67
FEX	0,00	0,00	-
FUNDEB	271.515,47	290.533,19	7,00
ICMS LC 87/96	4.915,29	4.915,29	0,00

Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional
 Dados adaptados para Seplande – Sinc
 Obs.: Valores com descontos da parcela destinada ao FUNDEB

Em relação às principais transferências mensais, observa-se que o maior repasse do FPE ocorreu em fevereiro, com um montante aproximado de R\$ 195 milhões e o menor em Março, com cerca de R\$ 127 milhões. Conseqüentemente, o FUNDEB acompanhou a mesma tendência, com R\$ 46 milhões em fevereiro e R\$ 34 milhões em Março. Já a cota parte do ICMS LC87/96 apresentou o valor fixado de 819 milhões de reais.

Gráfico 13- Principais Transferências para Alagoas (Mensal)
 (R\$ Milhões)



Fonte: Secretaria do Tesouro Nacional
 Dados adaptados pela Seplande - Sinc
 Obs.: Valores com descontos da parcela destinada ao FUNDEB

8. Considerações Finais

O desempenho econômico nacional e conseqüentemente regional e local apresentou declínio na primeira metade de 2012, como afirma alguns técnicos. Na análise média dos três setores econômicos e seus respectivos subsetores, o desempenho apresentou variação negativa, quando comparado com o mesmo período do ano anterior, salvo alguns subsetores que cresceram, principalmente fruto de incentivos governamentais.

Em relação à atividade agrícola, os relatórios dos órgãos oficiais demonstram queda na produção de diversos produtos, a exceção da cana-de-açúcar, que cresceu no período. Já no nordeste, a situação é mais delicada, visto que a estiagem que castiga a região resultou em uma forte retração no setor para oito, dos nove Estados. Em Alagoas, a situação não fugiu a tendência, tendo todos os setores apresentados queda no período. A produção de cana-de-açúcar, carro chefe na produção agrícola alagoana, ainda não sentiu tão fortemente os efeitos da seca, quando comparada com outras atividades, tendo apresentado baixo crescimento no período, porém numa dimensão menor.

A atividade industrial registrou queda no semestre analisado para o Brasil, mas cresceu (1,8%) na média nordestina. Embora o maior impacto no setor sejam as regiões sul e sudeste, é importante salientar a crescente expansão da indústria nordestina nos últimos anos, que vem trazendo benefícios a toda a região. Em Alagoas, a estimativa trimestral do PIB demonstra bons resultados na atividade industrial, com destaque para os subsetores de construção civil e indústria de transformação. Embora a base de comparação tenha sido baixa, os impactos dos programas estaduais e federais tem influenciado positivamente a indústria alagoana, como demonstrado nos resultados obtidos. No tocante abalança comercial, esta apresentou desempenho superavitário no período para o Brasil. Destarte, o nordeste apresentou *déficit* e em Alagoas, observa-se um pequeno *superávit*.

O comércio seguiu na contramão dos dois primeiros setores, pois apresentou crescimento de (9,1%) na modalidade varejista ampliado. Tal resultado é fruto das medidas de estímulos adotado pelo Governo Central, aliado ao crescimento do salário real. No nordeste, a situação também foi positiva, tendo a maioria dos Estados

apresentado desempenho superior ao do Brasil. Em Alagoas, o reflexo também foi positivo, visto que houve diminuição da inadimplência e um número de maior de famílias que buscaram negociar dívidas junto aos órgãos de proteção ao crédito.

O setor turístico também apresentou bons números, nas três óticas de análise. Ressalta-se o crescente número de desembarques nacionais e tráfego de cruzeiros em Alagoas, demonstrando que o setor continua em alta no estado. Em relação ao nível de emprego, a conjuntura 2012.1 indica um decréscimo a nível nacional, diferente da região nordeste, que ampliou o contingente de empregados no setor formal, com exceção do estado de Alagoas. Esse por sua vez, teve uma reduzida (e já esperada) diminuição nos postos de trabalho, intimamente ligada a atividade sucroalcooleira e o período da entressafra.

Por fim, a análise das finanças públicas, indica um crescimento nas receitas da União e conseqüentemente, um maior repasse para Estados e Municípios. Na análise para Alagoas, não foi possível verificar o nível de receitas e despesas, visto a não consolidação das informações no período estudado.

Referências

APMC. Estatístico Porto de Maceió. Disponível

em:<http://www.portodemaceio.com.br/web/estatistica.php>. Acesso em 20/09/2012.

Conab. 11º levantamento de grãos safra. Disponível em:

http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/12_08_27_09_50_57_boletim_portugues_agosto_2012.pdf. Acesso em 03/09/2012.

Conab. 2º levantamento de cana-de-açúcar. Disponível em:

http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/12_09_05_09_11_59_boletim_cana_portugues_-_agosto_2012_2o_lev.pdf. Acesso em 03/09/2012.

FOHB. Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. Disponível em:<http://www.fohb.com.br/infohb.php>.

Acesso em: 20/09/2012.

IBGE. Pesquisa Industrial mensal produção física. Disponível em:

ftp://ftp.ibge.gov.br/Industrias_Extrativas_e_de_Transformacao/Pesquisa_Industrial_Mensal_Producao_Fisica/Fasciculos/Fasciculo_Indicadores_IBGE_Brasil/. Acesso em 10/09/2012.

IBGE. Pesquisa Industrial mensal produção física Regional. Disponível em:

ftp://ftp.ibge.gov.br/Industrias_Extrativas_e_de_Transformacao/Pesquisa_Industrial_Mensal_Producao_Fisica/Fasciculos/Fasciculo_Indicadores_IBGE_Regional/ Disponível em: Acesso em: 10/09/2012.

IBGE. Pesquisa Mensal do Comércio. Disponível

em:http://ftp.ibge.gov.br/Comercio_e_Servicos/Pesquisa_Mensal_de_Comercio/Fasciculo_Indicadores_IBGE/pmc_201206caderno.pdf. Acesso em: 10/09/2012.

Infraero. Boletim Estatística de Movimentação de Cargas. Disponível em:

<http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatistica-dos-aeroportos.html>. Acesso em: 20/09/2012.

MDIC. Balança Comercial Brasileira. Disponível

em:<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/index.php?area=5>. Acesso em: 13/09/2012.

MTE. Evolução do Emprego do CAGED. Disponível

em:<http://bi.mte.gov.br/eec/pages/consultas/evolucaoEmprego/consultaEvolucaoEmprego.xhtml#relatorioSetor>. Acesso em: 13/09/2012.

MTUR. Dados e Fatos Desembarques Internacionais. Disponível

em:http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/desembarques_internacionais/. Acesso em: 17/09/2012.

MTUR. Dados e Fatos Desembarques Nacionais. Disponível

em:http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/desembarques_domesticos/. Acesso em: 17/09/2012.

SERASA EXPERIAN. Notícias. Disponível em <http://www.serasaexperian.com.br/index-novos-visitantes.html?gclid=CJvM2daY7bMCFRRbnAod3CMA3Q>.

Acesso em 25/09/2012.

SETUR. Secretaria de Estado de Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.al.gov.br/>. Acesso em:

25/09/2012.

STN. Secretaria do Tesouro Nacional. Relatório do tesouro nacional (várias edições) Disponível em:

<http://www3.stn.gov.br/hp/resultado.asp>. Acesso em: 12/09/2012.

ARTIGO 2

O CONJUNTO GRACILIANO RAMOS COMO CENTRO ARTICULADOR DOS ATORES POLÍTICO SOCIAL LOCAL E ECONÔMICO DE SEU ENTORNO: ALTERNATIVAS PARA UM CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO PLANEJADO

Jarpa Aramis Ventura de Andrade
Economista, Mestrando em Economia Gestão da Economia (UFAL)
jarpaara@hotmail.com

RESUMO

A interação entre os atores políticos sociais locais, frente às modificações dos processos e formas do espaço urbano na periferia de Maceió é fundamental para a condução da transformação organizada e planejada. A problemática deste trabalho é identificar os atores políticos sociais locais e a representatividade econômica do Conjunto Graciliano Ramos dentro do Complexo do conjunto habitacional do seu entorno, para não vir a se tornar o centro de um Complexo econômico não planejado, casos recorrentes em três regiões da capital Alagoana, que são caracterizados pela pobreza, desorganização estrutural e ausência de dinâmica econômica planejada. Destarte, é possível construir um cenário alternativo, para formular estratégias, diante da representatividade exercida principalmente pela Associação de Moradores do Conjunto Graciliano Ramos.

Palavras chaves: **Atores Políticos Sociais Locais. Espaço Urbano. Conjunto Residencial Graciliano Ramos.**

1. Introdução

O *boom* populacional ocorrido em Maceió nas últimas quatro décadas do século passado tem proporcionado um crescimento em sua porção Noroeste. O que tem alterado a centralidade comercial entre os bairros da Capital, ou seja: aparecem novas formatações econômicas nestes espaços urbanos periféricas, surgindo os comércios permanentes de bairros.

A pesquisa buscou identificar as alterações da configuração espacial da economia do Complexo¹ de conjuntos habitacionais: Graciliano Ramos, Village Campestre II, Village Campestre I, Parque das Árvores, Acauã, Aracauã, por meio dos seus processos e formas da expressão da economia urbana e relacionamento entre os atores políticos sociais locais.

Os espaços urbanos que possuem comércios permanentes são distintos de outras aglomerações espaciais econômicas, pois uma particularidade em comum é ressaltada: existe uma via arterial que conecta a regiões populosas e ou de significativa importância econômica. Esse fenômeno vem ocorrendo em outros espaços urbanos da Capital, que possuem indicadores sociais e econômicos similares. Cabe destacar os três principais com essas características: Tabuleiro dos Martins, Benedito Bentes e Jacintinho.

O pressuposto deste trabalho está alicerçado na formação de um aglomerado econômico no Complexo de conjuntos onde o Graciliano Ramos² é considerado como central. Assim, a metodologia utilizada, está concentrada no estudo do caso do Conjunto Graciliano vir a se tornar o centro de um Complexo econômico não planejado. Deste modo, os instrumentos metodológicos partem da revisão bibliográfica sobre as categorias: formação histórica dos processos e formas do espaço urbano econômico em questão; atores políticos e sociais, sob a perspectiva da identificação destes no Complexo e suas representatividades frente ao poder público com a finalidade de compreendendo a realidade atual do Graciliano Ramos e o seu entorno, e, portanto, construir um cenário alternativo, para formular estratégias e identificar o cenário atual.

Este trabalho está dividido em três capítulos, além desta introdução, no segundo são abordados os aspectos do crescimento populacional de Maceió, para sua porção Noroeste. No terceiro capítulo os Instrumentos do Poder Público para uma Gestão Participativa, e ainda, foi debatido o Graciliano Ramos, como centro articulador dos Atores Político Social Local do seu entorno. Por fim, serão discutidos os principais problemas abordados durante o trabalho a guisa de conclusão.

2. Noroeste de Maceió

A partir 1970 em Maceió é verificado um crescimento de 58%, sua população residente durante os últimos 40 anos mais que triplicou. Neste sentido, intensificou-se o povoamento nas áreas mais distantes do bairro do Centro. Esta descentralização se deu através do desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte, possibilitando o acesso às áreas periféricas com maior facilidade, tais como: carro, ônibus, caminhão entre outros. Para Corrêa (2005, p.47), tem-se que

[...] a descentralização torna o espaço urbano mais complexo, com vários núcleos secundários de atividades. Mas o significado dela é muito mais amplo. Para o consumidor, o aparecimento de

¹ Entenda Complexo, como o complexo de conjuntos habitacionais: Graciliano Ramos, Village Campestre II, Village Campestre I, Parque das Árvores, Acauã, Aracauã

² Por Graciliano Ramos entenda Conjunto Residencial Graciliano Ramos

núcleos secundários de atividades comerciais gera economias de transporte e tempo, induzindo a um maior consumo, o que é do interesse do capital produtivo e comercial.

É na porção Noroeste de Maceió “parte alta³” que através da análise dos dados censitários dos anos 2000 e 2007, constata-se o maior crescimento demográfico⁴ nos bairros do Benedito Bentes e Cidade Universitária, respectivamente, com 10.638 e 13.472 habitantes.

Com a “descentralização e os núcleos secundários” (Corrêa, 2005, p.37), sob a ótica econômica é possível identificar neste cenário a formação de centros comerciais e de serviços em Maceió, que atendem a esses novos residentes, concentrados no noroeste maceioense, nos bairros do Tabuleiro dos Martins, Benedito Bentes e Jacintinho (este localizado mais próximo do centro da cidade). Contudo, a formação urbana tem produzido outros centros de comércio menores, que reúnem características similares aos de grande expressão, porém ainda podem sofrer a interferência do poder público, ou mesmo dos seus atores locais, para não se transformarem no caos urbano verificado nos maiores.

2.1. Aspectos socioeconômicos do Conjunto Residencial Graciliano Ramos

Dois são os espaços urbanos que merecem atenção em sua porção Noroeste, visto que exercem o papel de centralidade econômica: o espaço onde se localiza a feira do tabuleiro, de maior porte, que funciona em caráter permanente e atende a outros bairros, fornece produtos para os comércios de menor dimensão espacial e envolve o maior contingente de trabalhadores informais, ficando atrás apenas do Centro comercial da Capital. Já o Graciliano Ramos, de menor porte, que encontra-se geograficamente no centro de um espaço urbano em ascensão econômica frente aos outros conjuntos do seu entorno.

O Graciliano Ramos⁵ ocupa o segundo lugar no âmbito municipal⁶, em nível de miserabilidade⁷ atingindo um percentual de 60% de exclusão social⁸. Sua população é oriunda dos mais variados bairros de Maceió, como também do interior do Estado e de outras capitais. Após a sua inauguração vários outros conjuntos residenciais surgem.

³ Localização do antigo bairro do tabuleiro do Martins, em 1993, foi dividido em vários outros bairros.

⁴ Em relação à Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento – SEMPLA.

⁵ A formatação inicial legada ao Conjunto Residencial Graciliano Ramos foi de 2.092 casas, construídas de maneira padronizada.

⁶ Conforme o Relatório Municipal sobre o Perfil Geográfico e Socioeconômico da 7ª Região Administrativa (2001), região essa que inclui o Conjunto Graciliano Ramos.

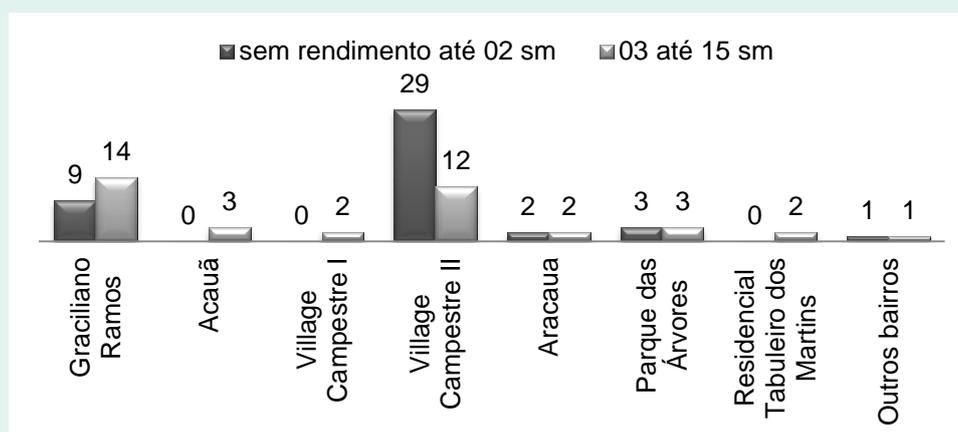
⁷ Dados obtidos através de Pesquisa realizada pelo NUTAS (Núcleo Temático de Assistência Social) – UFAL.

⁸ Demandas: patrulhamento, desobstrução de galerias, coletas de lixo, iluminação, aterros, limpeza de áreas, denúncias de loteamento irregulares, solicitação de áreas públicas para construção de templos religiosos, de serviços de segurança pública e melhorias no acesso a saúde e educação.

O setor de comércio e serviços é perceptível em todo o Graciliano Ramos, mas os destaques são as duas Avenidas Centrais: Nelson Oliveira Menezes e André Papine Góes. Nessas, cerca de 70% das residências antes padronizadas, foram modificadas para atender a função comercial. Os estabelecimentos Comerciais dispersos no Graciliano Ramos no ano de 2009 foram 104 pontos comerciais, bem como, entre todas as ruas observadas, nota-se a presença de no mínimo um estabelecimento comercial, tendo no setor de serviços sua maior concentração. O destaque na Avenida Nelson Oliveira Menezes é a sua valorização imobiliária, devido aos 81 estabelecimentos comerciais e de serviços, atuando, nos mais variados segmentos.

Além do Graciliano Ramos está localizado no centro do Complexo, o quantitativo de empreendedores formais e informais, o público alvo e a renda do conjunto lhe confere a função de núcleo econômico central.

Gráfico 03. Nível de Renda dos Consumidores da Feira Livre do Graciliano Ramos (proxy dos Residentes da Região)⁹



Fonte: Dados Tratados pelo próprio autor.

A população do Complexo é estimada em 27.756 residentes. O maior contingente populacional está concentrado no Conjunto Village Campestre II, seguindo o Graciliano Ramos, e de forma decrescente, Acauã, Village Campestre I, Parque das Árvores e Aracauã.

Considera-se o Conjunto Residencial Graciliano Ramos como uma área hierarquizada de bairros. Esta classificação define com precisão a forma que está caracterizada como um Centro Comercial e de Serviços do Residencial Graciliano Ramos, definido (Corrêa, 2005) como uma miniatura de núcleo central, possuindo uma gama complexa de lojas e serviços, com várias marcas, diferentes preços e produtos. Neste panorama, o Centro Comercial e de Serviços do Graciliano Ramos ultrapassa os limites do próprio bairro passando a atender assim aos Conjuntos circunvizinhos,

⁹ Essa análise tem por base Araújo(2009), que adotou como proxy de seus residentes: 21,74% possuem uma renda de 06 a 10 salários mínimos.

assumindo o caráter dinâmico, dispondo de uma variedade de produtos que reflete o movimento macro dinâmico deste Centro Comercial e de Serviços.

Devido à forte expansão populacional da região, pode-se perceber através da postura do poder público e além da preocupação com o acelerado processo migratório do meio rural para capital do Estado, através das seguintes medidas: o Plano Diretor e a Criação das Regiões Administrativas.

3. Instrumentos do Poder Público para uma Gestão Participativa

O Plano Diretor institui em seu Título I - DA CONCEITUAÇÃO, DAS PREMISSAS E DOS OBJETIVOS GERAIS

Art. 2. O Plano Diretor é o principal instrumento da política de desenvolvimento urbano e ambiental de Maceió, aplicável a todo o território municipal e referência obrigatória para os agentes públicos e privados que atuam no Município.

Parágrafo único. Em consonância com os objetivos gerais do Plano Diretor, são temas prioritários em Maceió:

- I – Sistema Produtivo;
- II – Meio Ambiente;
- III – Mobilidade;
- IV – Política Habitacional;
- V – Uso e Ocupação do Solo;
- VI – Organização Institucional.

Pode-se verificar esta preocupação com o desenvolvimento urbano, onde é salientado em seus objetivos gerais. Deste modo, o poder municipal tem buscado atender as necessidades da população maceioense e sua interação com o espaço urbano.

No ano de 2000, com a reforma Administrativa Municipal¹⁰ a CRMA passou a ser a Secretaria Municipal de Coordenação das Regiões Administrativas – SEMCRAS, Por meio do Decreto 6.057, de 02 de janeiro de 2001, qual buscava:

[...] coordenar e organizar as ações de descentralização administrativa; acompanhar e avaliar as demandas sociais; articular-se com os demais órgãos e entidades municipais para atendimento das demandas sociais;

¹⁰ A criação das Regiões Administrativas de Maceió ocorreu no ano de 1993. Em 1995 foi transformada em Coordenadoria Municipal das Regiões Administrativas – CMRA, atendendo a um novo modelo político-administrativo denominado descentralização, ou seja, buscava dar uma nova configuração da relação do poder público municipal e a população maceioense.

elaborar, coordenar e fiscalizar o orçamento cidadão; coordenar e organizar as ações de intercâmbio municipal; e organizar os programas de promoção das comunidades.

Neste período Maceió possuía uma população de 796.842 habitantes, essa descentralização promoveu a criação de sete Regiões Administrativas, onde as atividades são concretizadas através dos programas: Orçamento Cidadão, Descentralização Administrativa, Atividades Culturais e de Lazer e Desenvolvimento Comunitário.

Para o desenvolvimento comunitário é necessário instrumentos para a gestão participativa da população. Entende-se a gestão participativa como o envolvimento dos atores na tomada de decisões. Seu processamento ocorre por meio da interação entre os agentes envolvidos, engloba a definição de metas e objetivos, a resolução de problemas, o processo de tomada de decisão e o acesso à informação. A gestão participativa ganha importância de acordo com Arns (2002, p. 3), pois forma gestores locais e regionais, multiplica o conhecimento técnico, científico e humano dos diversos atores participantes nos mais variados processos promovendo o desenvolvimento local.

Para atingir os objetivos anteriormente descritos, torna-se necessário a figura dos atores: Universidades, Escolas, Igrejas, Entidades Públicas, Associação de Moradores, Entidades Privadas ou até pessoas físicas e jurídicas, que auxiliam financeiramente. Eles atuam exercendo não sua influência, mas colaborando com suas experiências técnicas, científicas e humanas em prol de objetivos em comum.

4. O Conjunto Graciliano Ramos, como centro articulador dos Atores Político Social Local do seu entorno

Várias são as formas de organização dos atores políticos sociais locais, do espaço urbano que compreende o Complexo. A identificação das relações do papel exercido pela AMGR, com a oferta de equipamentos estruturados e de serviços públicos ao Conjunto e aos circunvizinhos é importante para uma maior articulação entre os atores, com fins ao desenvolvimento de todo o Complexo.

Refletir sobre as perspectivas de posicionamento da AMGR, na condução do futuro deste Complexo¹¹, que caminha para um comércio permanente de bairro, como o caso de outros bairros de Maceió (Tabuleiro dos Martins, Benedito Bentes e Jacintinho) que são caracterizados pela pobreza, desorganização estrutural e ausência de dinâmica econômica planejada. Adotando as etapas do Planejamento Participativo, ou seja: compreendendo a realidade atual do Graciliano Ramos e o seu entorno é possível construir um cenário alternativo, para formular estratégias.

¹¹ Como por exemplo, entender como os reflexos da valorização imobiliária com a implantação do Shopping Center Pátio Maceió, está impactando neste aglomerado de Conjuntos.

Os atores sociais locais representativos deste Complexo, objeto desta pesquisa, surgem com a finalidade de proporcionar a resolução de problemas e necessidades locais, frente às representações do Poder Público. É neste sentido que aproxima os residentes destes Conjuntos quanto às questões democráticas inerentes a eles. Deste modo, as identificações dos parâmetros que possam definir quais representações sócio-políticas, possuam o aspecto central do Complexo, será empregada a Teoria dos Lugares Centrais de Christaller (1933), onde entende que

[...] as cidades lugares centrais, fornecedores de bens e serviços a uma determinada área envolvente, sendo possível estabelecer uma hierarquia com base na classificação dos mesmos (em função da quantidade e diversidade de bens fornecidos). (Gomes 2006, p. 32).

Esse aspecto é relevante para afirmar o caráter central do Graciliano Ramos, pois admite que em princípio a população do Complexo, procura satisfazer suas necessidades de consumo, aproveitando a comodidade que lhe é proporcionada pela localização de um espaço central de comércio, onde os principais fornecedores buscam maior lucro. Deste modo, esses espaços exercem o caráter central, considerando as seguintes variáveis: estimativas populacionais e representação dos atores políticos sociais locais e econômicos; essas variáveis irão fornecer subsídios suficientes para averiguar o caráter central do Graciliano Ramos dentro do Complexo.

4.1. Atores Políticos Sociais

O nível de abrangência das decisões do Graciliano Ramos é pequeno, em relação ao seu bairro (Tabuleiro dos Martins), porém a influência nas decisões locais são maiores, devido ao caráter planejado¹², isso favorece aos seus Conjuntos circunvizinhos, que são dependentes dos equipamentos de infraestrutura: i) nível Estadual: Escola Estadual Geraldo Melo, única no Complexo; Unidade Básica de Saúde do Graciliano Ramos, possui uma infraestrutura maior que as outras duas dentro do Complexo, localizadas no Village Campestre I e II; ii) nível municipal: com as linhas de transporte público; iii) Associação dos Moradores do Graciliano Ramos, que dispõem de: opções de lazer com quadras poliesportivas, duas praças recreativas, bem como a administração do seu espaço público; iv) Organização Não Governamental: a Graciliano é uma Graça; v) Templos religiosos, católicos, protestantes, umbandistas, maçônico e evangélicos.

Existem atores políticos, sociais e locais nos conjuntos, porém de menor importância – Village Campestre II; Village Campestre I; Parque das Árvores; Acauã e Aracauã –, sendo eles: Village Campestre II, associação das mulheres do Village Campestre II, associação dos moradores, Unidade de Saúde Village Campestre e templos religiosos; Village Campestre I, Unidade de Saúde, escola municipal; Parque das Árvores, associação de moradores, ONG Comunidade Ativa e templos religiosos; Acauã, associação dos moradores e templos religiosos e; Aracauã sem nenhuma representatividade.

¹² Como enfatizado em seu aspecto histórico, do surgimento do complexo.

Com a finalidade de demonstrar a importância dos atores sociais locais e seus funcionamentos para o Complexo, na visão de Buarque (1999, p. 27): “[...] é importante distinguir, conceitualmente, atores sociais e Estado, formas de organização da sociedade e instâncias de participação, especialmente para compreender a diferença da lógica e funcionamento dos mesmos”.

Os atores presentes nos conjuntos circunvizinhos ao Graciliano Ramos não conseguem atender as suas demandas econômicas e sociais. O grande contingente populacional na qual elas representam, aliada a uma falta de articulação entre os agentes (associações de moradores, PSF e Igrejas), tornam as reivindicações junto ao poder público difíceis de serem visualizadas. Mesmo possuindo 03 associações de moradores, é inexistente uma parceria entre eles através de reuniões ou encontros, ou seja, é importante o pacto pela gestão participativa entre os Conjuntos. Apesar do comércio dinâmico, não é verificado entre os empreendedores do Complexo, iniciativas de cunhos associativista.

Neste sentido, o funcionamento dos atores políticos sociais da adjacência ao Graciliano Ramos são pouco representativos, em relação a todo Complexo, porém exercem uma influência significativa dentro de sua jurisdição legal e formal. Para tanto é válido analisar a postura dos atores políticos sociais de maior protagonismo. Este papel é exercido pela Associação de Moradores do Graciliano Ramos, que a princípio surgiu com a necessidade de atuar como intermediária entre os moradores, comerciantes e os órgãos públicos. Tendo autonomia própria, assim, possibilita uma atuação mais concreta diante da comunidade, às vezes assumindo o papel do Poder Público.

A observância do aspecto legal, diante do estatuto da AMGR, em seu artigo segundo afirma que seus objetivos específicos são:

- I - Reunir os habitantes do Residencial Graciliano Ramos em torno de seus problemas fundamentais buscando as soluções para o mesmo;
- II - Promover o desenvolvimento comunitário, bem como o da comunidade em que está inscrita;
- III - Proporcionar a seus associados condições adequadas para a plena Realização das funções de habitação, trabalho, lazer e desenvolvimento;
- IV - Administrar as partes comuns do residencial, zelando pela sua conservação e manutenção de sua infra-estrutura.

Esta associação foi gestada com a finalidade de administrar os recursos provenientes da água. Porém, outras atividades passaram a ser requisitadas, tais como: limpeza de ruas; retirada de entulhos; limpeza de galerias; podagem de árvores; manutenção de linhas d'água; conserto de ruptura de tubulação; pintura de meio-fio; manutenção de moto-bomba dos poços artesianos e manutenção de válvulas.

Uma das características importante dos atores sociais está vinculada a criação de “identidades e espaços de influência dos seus interesses e suas visões de mundo”

Buarque (1999, p. 27). Uma forma de verificação deste aspecto pôde ser observada, quando o parlamento municipal¹³, onde várias carências de relevância puderam ser expostas, tiveram oportunidade de se posicionar nesta ocasião, sendo eles: o presidente da Associação dos Moradores do Graciliano Ramos, professores da rede pública.

Mesmo diante de tantas carências, é possível verificar ações como a ONG Graciliano é uma Graça vem desenvolvendo trabalhos com crianças, jovens e idosos, atuando desde 2002, promovem ações ligadas a cultura, arte, profissionalização. No âmbito estadual, a Escola Estadual Geraldo Melo recebeu o Prêmio Estadual de Referência em Gestão Escolar [Ano/Base 2009], em agosto de 2010. Sendo considerada como exemplo para as demais escolas de Alagoas. A diretoria escolar, avaliada como unidade escolar empreendedora, ainda pretende implementar uma padaria e uma fábrica de sabão dentro da própria escola.

5. Conclusão

As categorias sociais, políticas e econômicas analisadas sobre o Graciliano Ramos, que o identificam como ponto nuclear do Complexo, são significativas, para os atores políticos, sociais e locais assumirem o protagonismo de condução do crescimento e desenvolvimento do Complexo.

Os aspectos econômicos que o configuram como centro dinâmico do Complexo, estariam atrelados a sua localização, fundamentada nos seguintes fatos: construído de forma planejada em uma área onde não existia aglomerações residenciais; possuidor de dois eixos arteriais, a Avenida Nelson Oliveira Menezes e André Papine Góes, que suprem as necessidades de consumo, ou seja, sua população adjacente aproveita a diversidade de produtos ofertados; a localização estratégica da Feira Livre, cabendo ressaltar que surgiu de maneira espontânea e; e a recente instalação do *Shopping Center Pátio Maceió*, em 2009, que proporcionou a valorização imobiliária neste espaço urbano.

A consolidação do entendimento do Graciliano Ramos como centro do Complexo, tem por base: os parâmetros populacionais, que indicam o alto contingente de habitantes nos conjuntos e; os atores políticos sociais locais, identificados pelo seu nível de representatividade no espaço onde está inserido, sendo o possível condutor do processo de organização, planejamento e cristalização de Complexo, como a Associação de Moradores do Graciliano Ramos.

A importância dos outros atores é relevante no processo de formatação de um planejamento adequado, pois alguns Conjuntos adjacentes ao Graciliano Ramos, também possuem representatividade. Porém, é inexistente a articulação e interação entre todos os agentes dos conjuntos. Assim, a saída para a mesma não está fadada a se tornar um comércio permanente de bairro, como o caso de outros espaços

¹³ (Câmara Municipal de Maceió)

econômicos da capital alagoana, que são caracterizados pela pobreza, desorganização estrutural e ausência de dinâmica econômica planejada, estaria na adoção de etapas do Planejamento Participativo, ou seja: compreendendo a realidade atual do Graciliano Ramos e o seu entorno é possível construir um cenário alternativo, para formulação de estratégias.

Referências

ALAGOAS. **Secretaria Estadual de Educação.** Disponível em: <<http://www.educacao.al.gov.br/comunicacao/sala-de-imprensa/noticias/2010/08/escola-estadual-geraldo-melo-comemora-conquista-de-premio-com-a-presenca-do-secretario-rogerio-teofilo>>. Acesso em 3 de janeiro de 2011.

Secretaria de Estado do Trabalho, Emprego e Renda. Disponível em <<http://www.trabalho.al.gov.br/noticias/graciliano-e-uma-graca-qualifica-44-educandos>>. Acesso em 22 de Dezembro de 2010.

ARAÚJO, A. H. S. **Conjunto Residencial Graciliano Ramos e sua Dinâmica Econômica Popular, em Maceió.** Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2009.

Arns, f.J. **Gestão Territorial Participativa.** Appas, Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/sustentabilidade_cidades/Jos%E9%20Fernando%20Arns.pdf>. Acesso Quarta-Feira, 05 de Janeiro de 2011.

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite (org). 2006 **“As cidade das Cidades”** Editora UFMG Belo Horizonte

BUARQUE. S.C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável.** Brasília: INCRA/IICA, 1999.

CARVALHO, C. P.O. . **Economia Popular.** Maceió: EDUFAL, 2005.

CHRISTALLER, W. **Os Lugares Centrais da Alemanha Meridional.** Alemanha, 1933.

CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano.** São Paulo: Ática, 2005.

GOMES, I. M. S. A. **Fundamentos da Estrutura Ecológica: A Estrutura Ecológica Municipal de Santo Tirso.** Porto: FEUP, 2006.

MACEIÓ, Prefeitura Municipal. **Perfil Geográfico e socioeconômico da sétima Região Administrativa.** Maceió: Prefeitura Municipal de Maceió, 2001.

_____. Câmara Municipal. Disponível em <<http://www.alagoas24horas.com.br/conteudo/?vCod=84772>>. Acesso em 03 de janeiro de 2011.

OLIVEIRA, F. **Aproximações ao enigma: o que quer dizer desenvolvimento local?** São Paulo, Pólis; Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001.

RAMOS, A.M.G. Disponível em <<http://www.amgr.org.br>>. Acesso em 22 de Dezembro de 2010.

ROSSETI, J. P. **Introdução à Economia** 18.ed., reest., atual. e ampl.-São Paulo: Atlas 2000.

SORIANO, B. **Gazeta de Alagoas.** Disponível em <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=199818>. Acesso segunda 3 de janeiro de 2011.



Entrevista

Reynaldo Rubem

A Seplande conversou com o Economista e Professor do Departamento de Economia da Universidade Federal de Alagoas.

Reynaldo Rubem Ferreira Jr. É Professor Associado III da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEAC) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Bacharel em Economia pela UFPE, mestre em Economia Industrial pelo Programa Integrado de Mestrado em Economia e Sociologia (1990 – PIMES/UFPE) e doutor em Política Econômica pelo Instituto de Economia da Universidade de Campinas (1998 – IE/UNICAMP). Atualmente é professor de graduação e do mestrado em Economia Aplicada da UFAL, consultor credenciado do SEBRAE e da Federação das Indústrias do Estado de Alagoas (FIEA).

Com a importância dos números divulgados do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de Alagoas de 2010, que chegou a atingir o montante de R\$ 24,575 bilhões, para Reynaldo, 2010 foi um ano atípico e representa um importante momento para Alagoas e toda a economia nordestina. Ele afirma que a atual condição transitória da região é defendida por alguns especialistas como o instante ideal para que sejam traçados planejamentos em

novas perspectivas de crescimento de setores impactantes no desenvolvimento econômico, como a indústria. Confira outras análises a seguir.

1) Como você avalia os números gerais do PIB Alagoano de 2010?

Alagoas, junto dos outros estados do Nordeste, foi favorecido com as políticas adotadas pelo Governo para conter a crise instaurada em 2009. O aumento real do salário mínimo beneficiou em cheio todo o Nordeste, por se tratar da área que abriga o grande contingente que ganha essa quantia. O Governo também garantiu que os bancos continuassem emprestando, então isso favoreceu a compra a crédito. Esses fatores foram importantes para que Alagoas apresentasse um nível de crescimento elevado, como foi o de 6,8% apresentado.

2) Dentro da realidade atual da economia da região Nordeste e do Brasil, os números de Alagoas se comportaram dentro do esperado?

Sem dúvida. Alagoas apresentou um nível de crescimento em sintonia com o que estava acontecendo no resto do

País e na própria região. Mas é importante salientar que 2010 foi um ano atípico, para manter um nível de investimento desses é preciso que exista um investimento ainda maior em infraestrutura, do ponto de vista de qualificação de recursos humanos.

Para sustentar isso, uma série de dificuldades deve ser superada. Hoje no Nordeste é possível identificar vários investimentos estruturais no setor privado, porque para estimular os investimentos nesse ramo você precisa garantir estradas e portos para o escoamento da produção, energia elétrica, mão de obra qualificada.

3) Quais os principais fatores para o crescimento real de 7,5% do País?

Esse foi um ano (2010) de crescimento robusto em todo o País. O Brasil cresceu a uma taxa de 7,5%, é o que os economistas chamam de um ponto “fora da curva”. Na verdade, devemos salientar que esse crescimento a um ritmo muito forte foi favorecido pelo fato do ano anterior ter tido um desenvolvimento mais lento em decorrência da crise. O cenário era esperançoso, havia a expectativa de que o pior já havia passado.

Isso também estimulou o investimento. Quando chegou ao final de 2010 e a crise na Europa mostrou que era muito mais profunda do que se imaginava e a economia americana continuou patinando, os setores ligados a *commodities* foram frustrados com esse processo. Essa frustração lá fora e a política interna de desaceleração da economia, colaboraram para que houvesse a diminuição desse índice no período seguinte.

4) Você acredita que a ascensão do setor industrial em Alagoas será uma tendência nos próximos anos? Qual é o fator determinante para que isso aconteça?

Alagoas tem o peso da indústria de transformação importante, no setor de *commodities*, que abriga o setor sucroalcooleiro e químico. Pode ser que a economia alagoana perceba oportunidades de atrair empresas no sentido de complementar esses investimentos que estão sendo feitos nessas cadeias e nas regiões metropolitanas mais dinâmicas. Então, é a capacidade de identificar o que está acontecendo lá, o nosso potencial aqui e uma política buscando promover a articulação, que vai, na realidade,

sinalizar com muita clareza, por onde nós vamos caminhar do ponto de vista de produção industrial.

5) O setor agropecuário do Estado apontou queda. Tendo em vista que a principal atividade econômica é o cultivo da cana-de-açúcar, existe uma alternativa para minimizar esses efeitos dentro do cenário geral?

Isso se deve a vários fatores, a diminuição da área plantada é uma delas. Em breve nós teremos a discussão da legislação que inibe as queimadas, logo mais a mecanização do corte. Não tenha dúvida que o setor sucroalcooleiro é o que mais emprega na indústria em Alagoas. Uma parte considerável desse emprego está justamente no corte da cana, então essa mecanização vai ter um impacto importante nisso. A tendência é de que a atividade se concentre em tabuleiros, em áreas onde você facilita a mecanização.

O Estado vai ter que estimular uma série de outros setores para tentar absorver isso, identificar outros setores capazes de envolver micro e pequenos negócios, eles têm um papel importante na geração de empregos.

Tudo isso vai ter que ser estimulado por políticas governamentais, fortalecimento de arranjos produtivos locais. São essas mudanças estruturais e o rebatimento que isso vai ter sobre o emprego e a renda que vão gerar uma série de outras medidas do ponto de vista produtivo a fim de contemplar esse efeito, principalmente aqui em Alagoas, onde o setor é tão importante.

6) Na sua opinião, quais atividades econômicas em Alagoas seguirão em crescimento nos próximos anos? Por quê?

Se a economia nordestina continuar crescendo e a política de crédito, e aumento real de salário mínimo permanecer uma estratégia, ocorrerá o aumento no setor de serviços, ainda envolvendo o comércio, por conta da maior demanda por serviço e por bens que essas camadas de nível de renda mais baixo vão terminar propiciando.

Se isso se mantiver no tempo, e o Estado conseguir aumentar a formalização, sustentando um nível de emprego mais qualificado, então obviamente que isso vai ter um efeito importante nos setores de serviços, comércio e da indústria. A grande

questão é verificar como poderemos nos beneficiar do que é produzido em Alagoas porque muito do que a gente vende aqui é comprado de outros estados. O Estado deve ficar atento a isso, a que medida vai se sustentar e ver quais oportunidades podemos ter.

7) De que forma as políticas e ações do governo federal e do estado interferem nos números do PIB 2010?

Não tem como negar a importância das transferências governamentais. 75% do Bolsa Família é entregue no Nordeste, isso acaba por impactar todos os estados. Temos dados do Banco Central que confirmam a eficiência da política de acesso ao crédito em Alagoas. Esses

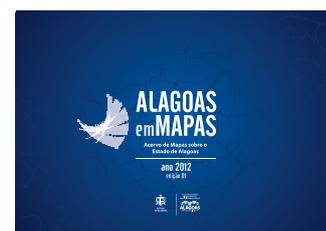
fatores têm contribuído, sem sombra de dúvida, para o resultado mais satisfatório.

A manutenção de políticas interessantes aos empresários, que estimulam o investimento, fazendo com que eles se sintam mais encorajados a investir é essencial. Destaque também para as políticas que mantenham taxas de juros baixas, diminuição da taxa tributária, atração do setor privado para as Parcerias Público Privadas (PPP) na área de produção de energia, a conservação de serviços como transporte, estradas, toda essa mobilização é necessária.

CONHEÇA NOSSAS PUBLICAÇÕES

Alagoas em Mapas

Publicação que reúne um conjunto de mapas sobre o Estado e seus municípios, que contempla diversos aspectos das áreas de demografia, caracterização territorial, indicadores sociais e econômicos, infraestrutura, além de uma composição de imagens anáglifas para visualização em 3D.

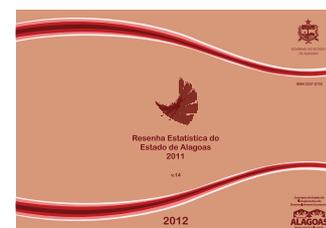


Anuário Estatístico do Estado de Alagoas

Publicação que reúne um conjunto de dados estatísticos do Estado e dos municípios de Alagoas nas áreas da educação, saúde, saneamento, segurança pública, eleitorado, mercado de trabalho, atividades agropecuárias, atividades industriais, serviços, finanças, comércio de mercadorias, instituições financeiras, dentre outros.

Resenha Estatística do Estado de Alagoas

Publicação que reúne um conjunto resumido dos principais dados estatísticos do Estado de Alagoas nas áreas da educação, saúde, saneamento, segurança pública, eleitorado, mercado de trabalho, atividades agropecuárias, atividades industriais, serviços, finanças, comércio de mercadorias, instituições financeiras, dentre outros.



O Alagoas em Números é uma publicação anual elaborada pela SEPLANDE com o intuito de disponibilizar à sociedade, informações referentes à realidade socioeconômica Alagoana. Através da publicação, a SEPLANDE apresenta um panorama do cenário do Estado de Alagoas, trazendo uma coletânea de dados referentes às dimensões fisiográfica, demográfica, desenvolvimento humano, infraestrutura, desenvolvimento econômico e finanças públicas, constituindo-se em uma grande fonte de consulta para a sociedade.

Alagoas em Números

Contas Regionais do Estado de Alagoas

Publicação que divulga os resultados do Produto Interno Bruto do Estado de Alagoas bem como a análise das informações desagregadas por segmentos e atividades econômicas, baseado em metodologia nacional e comparável com as demais Unidades da Federação.



Produto Interno Bruto dos Municípios Alagoanos

Publicação que divulga os resultados do Produto Interno Bruto dos Municípios do Estado de Alagoas bem como a análise das informações desagregadas por segmentos e atividades econômicas, baseado em metodologia nacional e comparável com as demais Unidades da Federação.

CONHEÇA NOSSAS PUBLICAÇÕES

Conjuntura Econômica do Estado de Alagoas

Publicação que descreve o comportamento de curto prazo da economia alagoana. Seu propósito é registrar e analisar, por meio de indicadores macroeconômicos específicos, os fatores e informações dos principais setores ao longo do tempo, permitindo o acesso e a compreensão de parte da história da economia do estado.

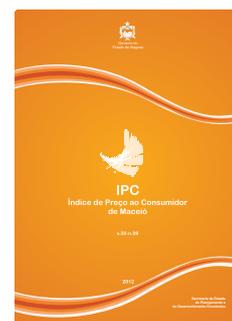


Agropecuária dos Municípios Alagoanos

Publicação que permite ao leitor conhecer a situação da agricultura e da pecuária de toda Alagoas. Aqui é possível encontrar informações relativas à área plantada e colhida, quantidade produzida e valor da produção dos bens de consumo agrícolas no estado; além do efetivo pecuário e dos produtos de origem animal. A publicação leva em consideração o total de municípios alagoanos e é realizado num período anual desde 2004.

IPC - Índice de Preço do Consumidor de Maceió

Publicação que apresenta os resultados do Índice de Preços ao Consumidor de Maceió - IPC, índice que calcula a variação de preços de uma cesta de bens e serviços consumidos pela população na área urbana de Maceió, compreendendo a faixa de renda de um a oito salários mínimos.



Projeção da População dos Municípios Alagoanos

Publicação que apresenta as estimativas da população do Estado e dos municípios de Alagoas, contendo informações são disponíveis por localização e gênero.

Todas as publicações estão disponíveis no Portal Alagoas em Dados e Informações, na seção Publicações.

Conheça o Portal ALAGOAS EM DADOS E INFORMAÇÕES

O portal Alagoas em Dados e Informações é uma plataforma interativa de acesso útil, rápido e fácil para consulta e utilização de dados e informações socioeconômicas de Alagoas.

Pensando em você que deseja conhecer mais sobre a Economia e a Sociedade do Estado de Alagoas, de uma maneira confiável e segura, fazemos este convite para navegar por este instrumento interativo de informação e conhecimento.

Conheça o Portal Alagoas em Dados e Informações: Alagoas num só lugar, em todo lugar.

ACESSE: <http://informacao.seplande.al.gov.br>



NORMAS PARA ENVIO DE ARTIGOS CIENTIFICOS E NOTAS TÉCNICAS

01. Áreas Temáticas

Os artigos devem ser escritos de acordo com as seguintes áreas temáticas:

- Os três Setores econômicos (indústria, serviços e agropecuária) e suas subdivisões;
- Desenvolvimento regional, Territorial e Meio ambiente;
- Setor Público.

02. Padrão para envio de notas técnicas:

- Os arquivos para submissão deverão estar em formato Microsoft Word (.doc ou .docx), OpenOffice (.odt) ou RTF (desde que não ultrapassem 2MB);
- A identificação de autoria do trabalho deve ser removida do arquivo e das suas propriedades, garantindo desta forma o critério de sigilo do processo de submissão para a publicação;
- Resumo contendo no máximo 10 linhas e palavra-chave;
- Formato A4, espaçamento de 1,5 cm, com margens de 3 cm, fonte *Times New Roman*, tamanho 12, máximo de 7 e mínimo de 4 páginas, incluindo notas, tabelas, gráficos e referências bibliográficas;
- Duas cópias do trabalho, sendo uma com Identificação do autor, com nome completo, titulação acadêmica, nome das instituições a que está vinculado, e-mail e telefone; e outra cópia anônima;
- Arquivos editados exclusivamente nos formatos acima, que devem ser enviados à Superintendência de Produção da Informação e do Conhecimento (Sinc), enviada através do e-mail: conjuntura.economica@seplande.al.gov.br;
- Tabelas, ilustrações ou gráficos (em formato de planilha eletrônica – Excel (.xls ou .xlsx) ou openoffice calc (.ods) com legendas numeradas e apresentadas no corpo do texto;
- Notas de rodapé explicativas ou complementares curtas, numeradas em ordem sequencial;
- Citações, até três linhas, entre aspas, na sequência do texto; com mais de três linhas, apresentadas em outro parágrafo, com avanço de 1 cm e fonte de tamanho 10, sem aspas, preferencialmente identificadas pelo sistema autor-data (NBR. 10.520 da ABNT);
- Referências bibliográficas completas e precisas, segundo as normas para Referências Bibliográficas NBR 6.023, da ABNT.

03. Padrão para envio de artigos científicos:

- Resumo contendo no máximo 10 linhas e palavra-chave;
- Os arquivos para submissão deverão estar em formato Microsoft Word (.doc ou .docx), OpenOffice (.odt) ou RTF (desde que não ultrapassem 2MB);
- A identificação de autoria do trabalho deve ser removida do arquivo e das suas Propriedades, garantindo desta forma o critério de sigilo do processo de submissão para a publicação;
- Formato A4, espaçamento de 1,5 cm, com margens de 3 cm, fonte Times New Roman, tamanho 12, máximo de 12 e mínimo de 9 páginas, incluindo notas, tabelas, gráficos e referências bibliográficas;
- Duas cópias do trabalho, sendo uma com Identificação do autor, com nome completo, titulação acadêmica, nome das instituições a que está vinculado, e-mail e telefone; e outra cópia anônima;
- Arquivos editados exclusivamente nos formatos acima, que devem ser enviados à Superintendência de Produção da Informação e do Conhecimento (Sinc), enviada através do e-mail: conjuntura.economica@seplande.al.gov.br;
- Tabelas, ilustrações ou gráficos (em formato de planilha eletrônica – Excel .xls;.xlsx ou openoffice calc .ods) com legendas numeradas e apresentadas no corpo do texto;
- Notas de rodapé explicativas ou complementares curtas, numeradas em ordem sequencial;
- Citações, até três linhas, entre aspas, na sequência do texto; com mais de três linhas, apresentadas em outro parágrafo, com avanço de 1 cm e fonte de tamanho 10, sem aspas, preferencialmente identificadas pelo sistema autor-data (NBR. 10.520 da ABNT); Referências bibliográficas completas e precisas, segundo as normas para Referências Bibliográficas NBR 6.023, da ABNT.

Secretaria de Estado do
Planejamento e do
Desenvolvimento Econômico

