UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

CLAUBER ARAUJO CAVALCANTE

O SETOR SUPERMERCADISTA PARAIBANO: UMA ANÁLISE DOS ANOS DE 2006, 2010 E 2014 ATRAVÉS DO MODELO DO INSUMO PRODUTO

João Pessoa-PB

2017

CLAUBER ARAUJO CAVALCANTE

O SETOR SUPERMERCADISTA PARAIBANO: UMA ANÁLISE DOS ANOS DE 2006, 2010 E 2014 ATRAVÉS DO MODELO DO INSUMO PRODUTO

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal da Paraíba, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Nelson Rosas Ribeiro

João Pessoa-PB

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C376o Cavalcante, Clauber Araujo.

O SETOR SUPERMERCADISTA PARAIBANO: UMA ANÁLISE DOS ANOS DE 2006, 2010 E 2014 ATRAVÉS DO MODELO DO INSUMO PRODUTO / Clauber Araujo Cavalcante. – João Pessoa, 2018.

41f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Nelson Rosas Ribeiro.

Trabalho de Conclusão de Curso (Ciências Econômicas) – UFPB/CCSA.

1. Supermercados. 2. Insumo Produto. 3. Economia Paraibana. 4. Comércio. 5. Varejo. I. Título.

UFPB/CCSA/BS CDU:33(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a)

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

AVALIAÇÃO DA MONOGRAFIA

Comunicamos a coordenação de monografia do curso de graduação em Ciências Econômicas (Bacharelado) que a monografia do aluno Clauber Araujo Cavalcante, matrícula 11223539, intitulada "O setor supermercadista paraibano: uma análise dos anos de 2006, 2010 e 2014 através do modelo do insumo produto", foi submetida à apreciação da comissão examinadora, composta pelo professor Nelson Rosas Ribeiro (orientador) Prof.ª. Rosângela Palhano Ramalho (Examinadora), Prof.ª. Wanderleya dos Santos Farias (Examinadora), no dia 04 de dezembro às 10:00 hrs, no período letivo de 2017.1. A monografia foi aprovada pela comissão examinadora e obteve nota (10,0).

Reformulações sugeridas: Sim (__) Não (X)

Atenciosamente,

Profº. Dr. Nelson Rosas Ribeiro
(Orientador)

Profª. Ma. Rosângela Palhano Ramalho
(Examinadora)

Profª. Dra. Wanderleya dos Santos Farias
(Examinadora)

Profª. Dra. Liedjé Bettizaide Oliveira De Siqueira
(Coordenador de TCC)

Profº. Dr. Adriano Firmino Valério de Araújo
(Coordenador do curso)

Profº. Dr. Paulo Amilton Maia Leite
(Chefe de Departamento)

Ciente:

Clauber Araujo Cavalcante
(Aluno)

AGRADECIMENTOS

É impossível chegar até aqui e não passar pela cabeça toda a trajetória vivida ao longo destes anos. Todas as etapas, todas as pessoas que encontramos e todo tempo dedicado para chegar até aqui. Aliás, o tempo foi a peça principal que tive de saber conduzir e aprender rapidamente que ele é indomável. É prazo que expira, é dia que passa rápido, prova que logo chega e a gente ainda tenta encontrar algum tempo pra lembrar que apesar de ser aperreada e corrida, a vida é boa de viver. Possuir tempo livre é certamente uma dádiva que alguém pode receber.

Agradecer as pessoas que durante este período puderam compartilhar um pouco do seu tempo comigo, se faz necessário. Em especial ao professor Lucas Milanez que apesar de estar ocupado com a finalização do seu doutorado, pode me ajudar na conclusão deste trabalho e dar uma grande contribuição ao sugerir a metodologia utilizada nesta pesquisa. Com certeza sua colaboração foi essencial. Agradeço não só sua ajuda como professor, como também pela sua amizade nas horas extracurriculares.

Tenho também uma enorme gratidão aos professores do PROGEB Nelson Rosas e Rosângela Palhano. A convivência com estes professores e os pesquisadores durante a graduação, fez enriquecer esta experiência enormemente e principalmente me proporcionar uma visão da economia que vai muito além dos cálculos e noticiários econômicos.

Agradeço a minha mãe por ter me apoiado durante todo o curso e principalmente neste último ano que tive que optar por sair do emprego e ela ter me ajudado de muitas formas, inclusive financeiramente, para atravessar este período.

Aos amigos que fiz também tenho de agradecer e em especial a Raphael Correia, Antônio Almeida, Rennan Medeiros, Jomar Andrade, Cláudio Bernardino, Natália Ferreira, Rayanne Lacerda e Janaína Bandeira seja pela ajuda nas disciplinas ou pelos momentos divertidos que passamos.

Obrigado aos Professores do Departamento de Economia pela a dedicação nas aulas, aos funcionários do departamento e coordenação que ao longo destes anos também contribuíram de alguma forma.

RESUMO

O setor de supermercados no Brasil apresentou diversas modificações estruturais ao longo das últimas décadas. O avanço tecnológico e os momentos econômicos vividos no país têm profundas ligações com estas mudanças. O objetivo desta pesquisa é verificar o comportamento deste setor na Paraíba nos anos de 2006, 2010 e 2014 diante das mudanças ocorridas no cenário econômico. Para isto foram utilizadas as técnicas do insumo produto, que permitiram estimar as matrizes dos coeficientes técnicos da economia paraibana. Desagregando-se o grande setor comércio em hipermercados, supermercados e minimercados, pôde-se verificar as mudanças ocorridas através da comparação dos efeitos diretos e indiretos que os setores da economia paraibana exerceram sobre a produção, a geração de empregos e os salários no período analisado. Os resultados constataram que as atividades tiveram crescimento no número de estabelecimentos de menor porte, o que afetou a importância do setor na economia. O número de trabalhadores obteve crescimento com o aumento do número de lojas, porém com a introdução de novas tecnologias capazes de automatizar alguns procedimentos da comercialização e distribuição das mercadorias, a capacidade da geração de empregos diretos e indiretos pelo setor com o aumento em R$ 1 milhão de reais na produção, foi reduzida de 23 para 15 em média nos três tipos de lojas. O setor também tem baixa capacidade de geração de salários e o aumento do número de lojas menores teve influência sobre o resultado, visto que foi constatado que estas lojas pagam um menor salário médio. Foi verificado que os maiores efeitos de encandeamento deste setor são nos setores da indústria da transformação, serviços prestados às empresas e transportes, armazenamento e correios.

Palavras-chave: Supermercados, Insumo Produto, Economia Paraibana, Comércio, Varejo.

ABSTRACT

The branch of supermarkets in Brazil showed many structural modifications during the last decades. The advance technology and the economic moments, that lived in this country has deep links to these changes. The goal of this research is to review the behavior of this sector in paraíba between the years of 2006, 2010 and 2014 ahead of this changes what happened in the economic environment. For this reason, if used the input- output theory is implemented, this will allow, methods to estimate the technical coefficients regarding, the economics of the state Paraíba. Dis aggregating the big commerce sector in hypermarkets, supermarkets and small supermarkets, it is possible to review the changes that occurs through the comparison of effects, which are direct and indirect within the sectors of economics, that Paraibana exercised during the production, thus generating employment and salaries in the period, analyzed. The results showed that the activities had growth in numbers of stores of smaller sizes, what affects the importance within the sector of economics. The number of workers had growth with the increased number of stores, however, with the introduction of new technologies capable of automating some marketing procedures and distribution of products, the capacity to generate jobs, either directly or indirectly through the sector with the increase of r$ 1 million of rise in production, it was reduced to 23 and 15 at the middle in three kinds of stores. The sector also has a low capacity to generate salaries, and increase small stores. This has influenced competition, as a result, it was found that these stores pay a lesser salary. It was verified that the effects that dazzle in this sector are sectors of the processing industry, business and transport services and transportation, storage as well as post offices.

Keywords: Supermarkets, Input-Output, Paraibana Economics, Trade, Retail.

LISTA DE TABELAS

Página

TABELA 1 - Multiplicadores da produção para trás dos setores econômicos na Paraíba 24

TABELA 2 - Efeitos totais da mudança no comércio varejista não especializado sobre os demais setores na Paraíba 26

TABELA 3 – Multiplicadores da produção para frente para os anos de 2006, 2010 e 2014 dos setores econômicos na Paraíba 28

TABELA 4 – Geração de empregos totais (direto e indireto) para trás dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba 30

TABELA 5 – Multiplicadores dos empregos totais (direto e indireto) para trás dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba..... 33

TABELA 6 – Geração de salários totais (direto e indireto) para trás do varejo do varejo não especializado por unidade monetária a preços nominais na Paraíba..... 35

TABELA 7 – Multiplicadores de salários totais (direto e indireto) para trás do varejos não especializado por unidade monetária a preços nominais na Paraíba 36

LISTA DE GRÁFICOS

Página

GRÁFICO 1 – Taxa de crescimento do número de estabelecimentos do comércio, hipermercados, supermercados e minimercados da Paraíba. 19

GRÁFICO 2 – Taxa de crescimento do número de empregados do comércio, hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba..... 20

GRÁFICO 3 – Taxa de crescimento da massa salarial dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba..... 21

GRÁFICO 4 – Massa salarial por trabalhador dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba..... 22

LISTA DE SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
TRU	Tabela de Recursos e Usos
APU	Administração, educação, saúde, pesquisa e desenvolvimento públicas, defesa e seguridade
SUIP	Produção e distribuição de eletricidade gás, água, esgoto e limpeza urbana
CNAE	Classificação Nacional das Atividades Econômicas
CAGED	Cadastros Geral de Empregados e Desempregados

SUMÁRIO

Página

1 INTRODUÇÃO 1
1.1 OBJETIVO GERAL..... 2
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS **2**
2 CARACTERIZAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO 3
2.1 DEFINIÇÃO DO SETOR SUPERMERCADISTA 3
2.2 EVOLUÇÃO DO SETOR NO PAÍS 4
3 METODOLOGIA 7
4 INSTRUMENTAL ANALITÍCO 11
4.1 A MATRIZ DO INSUMO PRODUTO 11
4.2 OS MULTIPLICADORES DA PRODUÇÃO, DA RENDA E DO EMPREGO..... 14
5 REVISÃO DA LITERATURA 17
6 EVOLUÇÃO DO SETOR DE SUPERMERCADOS NA PARAÍBA..... **19**
6.1 O SETOR DE SUPERMERCADOS NA PARAÍBA 19
7 INDICADORES DO INSUMO PRODUTO..... 24
7.1 MULTIPLICADORES DA PRODUÇÃO À MONTANTE 24
7.2 MULTIPLICADORES DA PRODUÇÃO À JUSANTE 27
7.3 GERAÇÃO DE EMPREGOS 29
7.4 MULTIPLICADORES DO EMPREGO 32
7.5 GERAÇÃO DE MASSA SALARIAL 34
7.6 MULTIPLICADORES DO SALÁRIO 36
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS 38
REFERÊNCIAS 40

1 INTRODUÇÃO

O período de estabilização econômica da década de 90, originado no Plano Real, e o "boom" do consumo no país nos anos 2000, resultado de políticas como a queda na taxa de juros e aumento dos programas de transferência de renda, contribuíram para o crescimento do setor supermercadista no Brasil. O Plano Real, que teve como um de seus objetivos a estabilidade econômica, contribuiu para a eliminação das constantes alterações de preços, que prejudicavam tanto os lojistas com a instabilidade em suas despesas e receitas, quanto os consumidores, que perdiam poder de compra com a inflação.

Com a contenção da inflação vieram as mudanças nos hábitos de consumo da população, que passou a ir aos supermercados mais vezes por mês. Isto se deveu ao fato de que as famílias não precisariam ir às pressas gastar o salário, sob o receio de que os preços se elevassem, além disso, a renda das famílias começou a ter um ganho real (SESSO FILHO, 2003; SANTOS, 2008).

Este período também se caracterizou por um aumento da concorrência no mercado, devido a maior abertura econômica realizada pelo Plano. Com isso as lojas passaram a adotar maneiras mais eficientes na condução dos negócios reduzindo custos, e até mesmo associando-se para aumentar o poder de barganha frente aos fornecedores (SESSO FILHO, 2003; SANTOS, 2008).

A partir de 2003 alguns fatores colaboraram para que a economia brasileira entrasse em um momento de expansão do ciclo econômico. A elevação nos preços das commodities a partir deste ano, juntamente com as baixas taxas de juros internacionais, impulsionaram os investimentos no país, o que ainda foi facilitado pelo início de um longo período de queda da taxa de câmbio (GIAMBIAGI; SCHWARTSMAN, 2014).

Como argumenta Almeida Júnior (2016), em termo anuais, 2003 marcou o início das fases de reanimação e auge do quinto ciclo da economia brasileira. Isto significa que a atividade econômica iniciou um processo de crescimento dos investimentos e da geração de emprego e renda. Este fato também contribuiu para a ascensão das classes C e D, aumentando o consumo das pessoas. O país passou a viver um período de bonança na economia o que favoreceu o setor supermercadista. Além disso, a melhor condição que a economia brasileira passou a vivenciar contribuiu para que o governo elaborasse políticas que favoreciam o aumento do consumo, tais como: a política de valorização do salário mínimo, os programas sociais de transferência de renda e a expansão do crédito.

Contudo, já em 2012 o país começou a sentir os efeitos da crise mundial e, com isso, os proveitos da última década foram comprometidos. No momento de crise atual, que se agravou a partir de 2014, vemos o fechamento de vagas de trabalho, o encerramento de empresas e pessoas que ascenderam de classe retornando à posição anterior. Estes fatores perturbaram o setor varejista, que sofreu perdas com a redução do consumo (ABRAS, 2015).

Diante deste cenário, que perdura até os dias atuais, surgem as seguintes questões: Como a mudança da conjuntura econômica nacional afetou o setor de supermercados paraibano?

Sesso Filho (2003) analisou o setor de supermercados do Brasil a partir da perspectiva do Insumo-Produto e concluiu que o setor tem grande relevância na criação de empregos e na arrecadação de impostos para o país. Diante disto, pretende-se realizar este mesmo tipo de análise para setor na Paraíba, com a finalidade de revelar a importância dos supermercados para o Estado e quais mudanças ele sofreu entre os anos de 2006, 2010 e 2014.

As pesquisas sobre este assunto na Paraíba são escassas, o que também justifica a importância da análise, que pode contribuir para criação de políticas governamentais para o setor.

1.1 OBJETIVO GERAL

Analisar as mudanças ocorridas no comércio varejista não especializado paraibano no período de 2006, 2010 e 2014.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Construir as matrizes de insumo produto da economia paraibana para os anos de 2006, 2010 e 2014;
- Calcular os multiplicadores de produção, emprego e renda dos setores de hiper, super e minimercados;
- Avaliar a importância destes setores para a economia do Estado.

2 CARACTERIZAÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

2.1 DEFINIÇÃO DO SETOR SUPERMERCADISTA

Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), o setor supermercadista representa 5% do PIB nacional e tem grande importância para o emprego do país, contratando, apenas em 2015, quase dois milhões de pessoas. Na última década, ele se apresentou como um dos mais promissores do país, pois, além de permitir a ampliação da oferta de alimentos e outros produtos essenciais para a população, foi um grande empregador e recolhedor de impostos.

De acordo com a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE 2.0) usada pelo IBGE, os minimercados, supermercados e hipermercados estão classificados no grupo 47.1 COMÉRCIO VAREJISTA NÃO ESPECIALIZADO, o qual é subdividido da seguinte forma:

- Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - hipermercados e supermercados;
- Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns;
- Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios.

Assim, o objeto de estudo desta pesquisa está inserido nas duas primeiras classes do grupo 47.1. Segundo a CNAE 2.0 (p. 237) os supermercados e hipermercados compreendem estabelecimentos varejistas com predomínio de venda de mercadorias alimentícias e um conjunto variado de mercadorias.

Os supermercados são lojas com uma área de 300 a 5.000 metros quadrados. Já os hipermercados são lojas com áreas maiores que 5.000 metros quadrados e se caracterizam por venderem uma grande quantidade de itens das mais diversas áreas. Por sua vez, os minimercados, também conhecidos como lojas de vizinhança, compreendem as mesmas características varejistas dos modelos de lojas maiores, contudo são lojas de até 300 metros quadrados. Este último tipo de segmento, segundo o SEBRAE (2014), se

propagou nos últimos anos devido ao aumento do consumo das famílias brasileiras, facilidade de crédito e a proximidade que este tipo de loja pode oferecer ao cliente.

2.2 EVOLUÇÃO DO SETOR NO PAÍS

A história dos supermercados no Brasil é atada ao momento econômico do país. O setor passou por transformações e expansões ligadas ao dinamismo do mercado ao longo do tempo.

O primeiro supermercado com o modelo de atendimento autosserviço no país surgiu em 1953, na cidade de São José dos Campos em São Paulo. A loja foi fundada pela família proprietária da fábrica Tecelagem Parahyba. Neste mesmo ano, mais duas lojas foram abertas, a rede de supermercados Americanos e o Sirva–se, todos em São Paulo. Ambas seguiam o modelo de lojas de supermercados americanos, onde o cliente ficava livre para procurar e escolher seu produto (SESSO FILHO, 2003; SANTOS 2008).

No ano seguinte, 1954, foi inaugurada a loja Peg-Pag, também em São Paulo, que foi considerado um "Supermercado Escola", por ser um modelo de loja onde funcionários especializados conduziam cada departamento separadamente e os empregados passavam por constantes treinamentos para melhoria da execução de suas atividades. Esta loja também passou a adotar de forma inovadora propagandas no rádio e TV (SESSO FILHO, 2003).

A partir de 1968, com a regulamentação da atividade supermercadista, deu-se rapidamente a expansão do número de lojas do setor, pois se eliminou as incertezas quanto a legalidade do ramo. A liberação do setor ocorreu através da necessidade de tornar fácil a oferta de mercadorias para a população, devido à expansão do meio urbano e crescimento do número de pessoas naquela década (SESSO FILHO, 2003).

No ano de 1972, com o Primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento (1972-1974), o Governo Federal propõe em seus objetivos a expansão dos supermercados e o setor ganha uma linha de crédito por meio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), que, porém, devido a algumas restrições, contribuiu apenas para a expansão das grandes empresas. Em 1979, com a crise do Petróleo, o governo passa a adotar medidas contracionistas que rompem com a expansão ocorrida até então. Na década seguinte, que ficou conhecida como década perdida, o cenário inflacionário fez com que a população perdesse o poder de compra e reduzisse consumo, adotando o

hábito de fazer compras mensais, com receio do repentino aumento de preços. Os supermercados foram obrigados a adotar melhorias na gestão dos seus negócios, introduzindo ferramentas de controle de armazenamento, compras e logística (CYRILLO, 1987).

A partir de 1994, o setor foi fortemente impactado pelos resultados do Plano Real, em especial pela redução da inflação e pelo aprofundamento da abertura da economia brasileira (iniciada já no Governo Collor).

A estabilidade da inflação em níveis baixos contribuiu para o desenvolvimento do setor ao tempo em que se eliminaram as constantes alterações de preços, que prejudicavam tanto os lojistas, na administração dos seus negócios, como os consumidores, que, por perderem poder de compra ao longo do tempo, eram obrigados a fazerem estoques de produtos para todo o mês. Com o controle dos preços, ocorreram profundas mudanças nos hábitos de compras da população, pois os consumidores passaram ir aos supermercados mais vezes por mês, deixando de ir às pressas comprar os alimentos e outros produtos com receio de que os preços se elevassem. As famílias passaram a ter um ganho real no salário com a redução e controle da inflação, o que acarretou em um aumento no consumo e favoreceu o setor supermercadista. (SESSO FILHO, 2003; SANTOS, 2008).

A abertura comercial levou ao aumento da concorrência no setor de supermercados, com a entrada de novas empresas, inclusive multinacionais, e lançamento de novos produtos importados. As grandes lojas passaram a adotar modelos de gestão mais eficientes na condução dos negócios, reduzindo seus custos operacionais. Já as empresas menores, que eram mais vulneráveis à concorrência, para aumentar o poder de barganha frente aos fornecedores, formaram redes associando-se umas as outras (SESSO FILHO, 2003; SANTOS, 2008).

A partir de 2003 o país passou a viver um período de bonança econômica e o setor passa pelo melhor período de crescimento dos últimos tempos (ABRAS, 2015). As fases ascensão do ciclo econômico favoreceram a implementação de políticas que contribuíram para o aumento do consumo, tais como a valorização real do salário mínimo, os programas sociais de transferência de renda e a expansão do crédito. Como uma de suas consequências, isto possibilitou a ascensão econômica da classe C e D e gerou um “boom” de consumo das famílias.

Contudo, em meados de 2013 o país começa a sentir os efeitos da crise mundial e com isso os ganhos da última década ficaram comprometidos. Neste período, viu-se o

fechamento de vagas de trabalho, o encerramento de empresas e, consequentemente, as pessoas que ascenderam de classe, retornando para a classe anterior. Estes fatores perturbaram o setor varejista, que amargou severas perdas com a redução do consumo. Apenas em 2015, o setor teve uma queda de 1,02% nas vendas, depois de passar por um crescimento médio de mais de 5% ao ano. Por sua vez, a média de idas dos consumidores aos supermercados caiu de 86 para 81 na comparação de 2015 x 2014, o que representou uma redução de 5,6% (ABRAS, 2015).

Neste contexto, inaugura-se uma nova fase para o setor que continua na busca contínua do aprimoramento dos processos de gestão nesta nova fase econômica do País.

3 METODOLOGIA

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulga uma matriz de insumo produto nacional, porém com uma defasagem de vários anos (a última divulgada foi de 2010). Assim, para se obter as informações mais recentes, podem ser construídas matrizes nacionais e estaduais a partir dos dados da Tabela de Recursos e Usos de bens e serviços divulgadas pelo IBGE anualmente, em conjunto com outras bases de dados oficiais como as Contas Regionais, CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) e a RAIS (Relação Anual de Informações Sociais).

A Tabela de Recursos e Usos (TRU) é produto das Contas Nacionais do IBGE e apresenta os fluxos de oferta e demanda dos bens e serviços, a geração de renda e emprego de cada setor da economia brasileira. Ou seja, a TRU monstra as relações de produção entre as atividades econômicas e a renda criada no processo produtivo em nível nacional. Para chegar ao objetivo desta pesquisa, foram reunidas as TRUs do Brasil dos anos de 2006, 2010, 2014. A partir delas, seguindo a metodologia de Guilhoto *et al*. (2002), foram construídas as matrizes de Insumo-Produto brasileiras.

As Contas Regionais divulgadas pelo IBGE trazem dados anuais dos estados tais como, valor bruto da produção, consumo intermediário e valor adicionado de cada ente da federação. As informações apresentadas são classificadas de acordo com a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE 2.0), que define uma divisão dos setores da economia. O nível de desagregação das Contas Regionais corresponde a quinze setores, que são:

- Agropecuária;
- Indústrias Extrativas;
- Indústrias de Transformação;
- Eletricidade e gás, água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação;
- Construção;
- Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas;
- Transporte, armazenagem e correio;
- Alojamento e alimentação;
- Informação e comunicação;
- Atividades financeiras de seguros e serviços relacionados;

- Atividades imobiliárias;
- Serviços prestados a empresas;
- Administração, educação, saúde, pesquisa e desenvolvimento públicas, defesa e seguridade social;
- Educação e saúde privadas;
- Outros serviços.

Neste estudo foram coletados o valor bruto da produção, o consumo intermediário e o valor adicionado de todos estes setores da Paraíba para os anos de 2006, 2010 e 2014.

Contudo, dados os objetivos do trabalho, esta desagregação não é suficiente para identificarmos o comportamento dos setores mini, super e hipermercadistas. Diante disto, foi necessário desagregar o grande setor Comércio nas Tabelas de Recursos e Usos. Isto foi feito através de um método proporcional ao valor da massa salarial dos trabalhadores destes setores, segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

Esta variável foi escolhida, devido a este dado ser a melhor fonte de informação disponível para se estimar esta desagregação, pois expressa melhor a importância econômica do setor do que o número de lojas dos três tipos de estabelecimento. Por exemplo, os grandes supermercados têm maior capacidade de gerar faturamento do que os menores devido a própria estrutura e as ligações com os fornecedores. Contudo, a quantidade de minimercados é muito superior às demais. Portanto a desagregação por número de lojas pode não corresponder de fato a realidade do setor, visto que um grande número de minimercados pode não ter a mesma importância que uma quantidade pequena de hipermercados. O faturamento seria o melhor meio para se realizar esta desagregação, porém estes dados não estão disponíveis no nível de desagregação desejado em nenhuma base de dados oficial ou nas instituições que representam o setor.

A RAIS é divulgada pelo Ministério do Trabalho e é um levantamento feito para reproduzir dados sobre o mercado de trabalho e estabelecimentos do país. Este anuário também segue a classificação da Classificação Nacional das Atividades Econômicas 2.0 do IBGE. A partir disto, foi feita a coleta dos dados referentes à massa salarial acumulada no ano em 2006, 2010 e 2014 do setor supermercadista no Brasil seguindo a classificação da CNAE 2.0 da seguinte forma:

- Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - Hipermercados;

- Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - Supermercados;
- Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – Minimercados, Mercearias e Armazéns.

Coletados os dados dos salários dos trabalhadores do setor de comércio varejista não especializado, estes valores foram descontados do total de salários do setor Comércio. Após esta desagregação foi verificada a proporção da massa salarial de cada tipo de loja (Hipermercados, Supermercados, Minimercados) sobre o total dos salários do Comércio.

Foi gerado então um coeficiente de proporção salarial para cada tipo de loja em todos os anos coletados. Este coeficiente foi usado para desagregar as lojas de supermercados do Comércio nas Tabelas de Recursos e Usos ao multiplicar o coeficiente de cada loja pelos respectivos produtos listados na TRU na coluna do Comércio. Com isto, a TRU passou a ter mais três setores: Hipermercados, Supermercados e Minimercados.

O procedimento descrito anteriormente foi realizado da mesma forma nas Contas Regionais reunidas para o estado da Paraíba. Coletaram-se os dados estaduais no CAGED para todos os trabalhadores dos três tipos de loja de supermercados e para o setor do Comércio estadual, para, de forma análoga, encontrar a proporção do Valor Bruto da Produção, Consumo Intermediário e Valor Agregado do setor supermercadista paraibano, introduzindo três setores novos na base de dados.

O próximo passo foi juntar os 52 setores da TRU de acordo com os 15 setores correspondentes à agregação das Contas Regionais. Por exemplo, os setores de Extração de Petróleo, gás natural e Minério de ferro na TRU foram reunidos em um único, o da Indústria Extrativa. Com isso, a TRU passou a ter os mesmos 15 setores das Contas Regionais, juntamente com os três novos setores criados, totalizando 18 setores.

A partir da TRU nacional com 18 setores, foram construídas as matrizes nacionais dos coeficientes técnicos dos anos de 2006, 2010 e 2014. Estas serviram como *benchmark* para calcularmos as matrizes de Insumo-Produto da Paraíba. O procedimento adotado baseia-se no método biproporcional (RAS) modificado, tal como descrito em Ribeiro *et al.* (2013). Esta metodologia baseada no RAS é amplamente utilizada na literatura da análise regional das tabelas de insumo produto, como pode ser

visto nos trabalhos de Ribeiro e Leite (2012, 2014), Martinez (2014), Carvalho et al. (2010), Cabral, Freitas e Silva (2016).

Este método matemático utiliza a matriz A (matriz dos coeficientes técnicos) da economia brasileira e os vetores estaduais do valor bruto da produção (representado pela letra R) e do consumo intermediário (letra S) para estimarmos as matrizes de usos paraibanas através de sucessivas interações entre eles. Na prática, o que ele faz é distribuir o valor bruto da produção e o consumo intermediário estadual de acordo com os coeficientes técnicos nacionais. Após um total de 39 interações[1], com a matriz de usos paraibana em mãos, foi calculada a matriz de Insumo-Produto estadual para os anos de 2006, 2010 e 2014.

Os dados da RAIS também foram utilizados para a realização de uma síntese do setor no estado. O capítulo seguinte irá expor o instrumental da matriz do insumo produto assim como sua formalização matemática.

[1] A diferença final entre a interação 39 e a 38 foi de -0,000001.

4 INSTRUMENTAL ANALÍTICO

O instrumental analítico utilizado neste trabalho foi desenvolvido pelo economista russo Wassily Leontief na década de 40. A teoria surgiu como uma contribuição para um problema muito discutido pelos economistas anteriores e contemporâneos à época, tais como Karl Marx, François Quesnay e Léon Walras: o fluxo circular da produção (GUILHOTO, 2011).

A matriz do insumo produto, segundo GUILHOTO *et al.* (2002), visa interpretar as relações entre os setores da economia, tomando-se as propriedades estruturais estimadas de cada setor. Carvalheiro (1998), em seu trabalho que faz observações sobre a construção de uma matriz de insumo produto, definiu este modelo como: *"o instrumento da contabilidade social que permite conhecer os fluxos de bens e serviços produzidos em cada setor da economia, destinados a servir insumos a outros setores e para atender a demanda final"* (p. 140). Desta forma, o modelo de insumo produto permite observar como determinado setor da economia está associado aos demais.

Por produzir informações mensuráveis, esta pesquisa se classifica como quantitativa, desta forma a seção seguinte irá formalizar matematicamente o modelo que é necessário à construção das matrizes do insumo produto.

4.1 O MODELO DO INSUMO PRODUTO.

O modelo desenvolvido por Leontief é formado por equações lineares, que equivalem a produção e reprodução dos diversos setores da economia. A análise do insumo produto tem por objetivo mensurar os impactos das alterações na demanda agregada sobre a atividade econômica. Assim, este instrumental serve, por exemplo, para avaliar impactos de políticas públicas setoriais. (SESSO FILHO, 2003).

Sua construção se dá a partir da desagregação setorial da quantidade total produzida na economia (em termos monetários) em consumo intermediário, aquele utilizado na produção, e valor adicionado (SESSO FILHO, 2003). O quadro 1 exemplifica uma de matriz de insumo produto com três setores e mostra esta desagregação da produção em: insumos para outros setores e demanda final (consumo das famílias, governo, investimento, exportações).

Quadro 1: Matriz de Insumo Produto com três setores.

	Setor 1	Setor 2	Setor 3	Consumo das famílias	Consumo do Governo	Investimento	Exportações	Total
Setor 1	Z_{11}	Z_{21}	Z_{31}	C_1	G_1	I_1	E_1	X_1
Setor 2	Z_{12}	Z_{22}	Z_{32}	C_2	G_2	I_2	E_2	X_2
Setor 3	Z_{12}	Z_{22}	Z_{33}	C_3	G_3	I_3	E_3	X_3
Importação	M_1	M_2	M_3	M_c	M_g	M_i		M
Impostos	T_1	T_2	T_3	T_c	T_g	T_i	T_e	T
Valor adicionado	W_1	W_2	W_3					W
Total	X_1	X_2	X_3	C	G	I	E	

Fonte: elaboração própria com base em SOUZA (2014).

Onde:

Z_{ij} é o consumo intermediário do produto i pelo setor j;

C_i é o consumo das famílias no setor i;

G_i é o consumo do governo no setor i;

I_i é o investimento do setor i;

E_i são as exportações do setor i;

X_i é o total da produção do setor i;

M_i são as importações do setor;

T_i são os impostos pagos pelo setor;

W_i é o valor adicionado pelo setor i.

Assim, estas variáveis exprimem as necessidades, limitações e interação entre os diversos setores que proporcionam a produção e reprodução de uma economia. Através das três primeiras linhas, observamos o uso que é dado aos produtos de cada setor. É a partir delas, das matrizes de usos, que podemos mensurar as relações intersetoriais de uma economia qualquer. Estas interações podem ser representadas matematicamente através do conjunto de equações:

(1)
$$X_1 = Z_{11} + Z_{12} + Z_{13} + Y_1$$
$$X_2 = Z_{21} + Z_{22} + Z_{23} + Y_2$$
$$X_3 = Z_{31} + Z_{32} + Z_{33} + Y_3$$

Onde:

$$Y_i = C_i + G_i + I_i + E_i$$

No sistema acima, X_j é representa o valor total da produção do respectivo setor, Y_i representa a demanda final de cada setor. As variáveis Z_{ij} representam o valor total do produto i que foi utilizado no consumo intermediário do setor j, as outras variáveis foram definidas anteriormente.

Deste conjunto de equações, também podemos expressar as relações entre os setores. O quanto de insumo produzido no setor i foi utilizado para se produzir uma unidade de produto j dada a produção total de determinado setor X_j. Esta relação chamamos de coeficiente técnico de produção e pode ser representada dessa forma:

(2) $$a_{ij} = \frac{Z_{ij}}{X_j}$$

Podemos reescrever a equação dos coeficientes técnicos (a_{ij}) da seguinte maneira:

(3) $$Z_{ij} = a_{ij} \cdot X_j$$

Desta forma a equação (1) pode ser representada a partir do seguinte sistema:

(4) $$\begin{aligned} X_1 &= a_{11}.X_1 + a_{12}.X_2 + a_{13}.X_3 + Y_1 \\ X_2 &= a_{21}.X_1 + a_{22}.X_2 + a_{23}.X_3 + Y_2 \\ X_3 &= a_{31}.X_1 + a_{32}.X_2 + a_{33}.X_3 + Y_3 \end{aligned}$$

A equação (4) pode ser representada em termos matriciais:

(5) $$X = A \cdot X + Y$$

Onde:

A = matriz dos coeficientes técnicos

X = vetor da produção total

Y = vetor da demanda final

A matriz A mostra o quanto é necessário de um insumo i para se produzir uma unidade do produto j, ou seja, mostra a relação direta entre o insumo i e o produto j. Por isto ela também é conhecida como matriz de insumo-produto.

Isolando o vetor do valor bruto da produção (X) de um lado e o vetor da demanda final do outro (Y), podemos reordenar a equação (5) da seguinte forma:

$$X - A \cdot X = (I - A) \cdot X = Y \tag{6}$$

Desde que a matriz de Leontief $(I - A)$ admita uma inversa, podemos reescrever a equação (6) da seguinte forma:

$$X = (I - A)^{-1} \cdot Y \tag{7}$$

Onde $(I - A)^{-1}$ é a matriz Inversa de Leontief. Esta matriz, também conhecida como matriz dos Impactos Totais, mostra a quantidade total de insumos necessários à produção de um produto, pois, além da relação direta entre o insumo i requerido para a produção de j, ela contém a necessidade indireta de todos os insumos da economia para a produção de j (GUILHOTO, 2011). Esta matriz passa a ser representada por $B = (I - A)^{-1}$, em que cada elemento b_{ij} é compreendido como a quantidade direta e indireta de insumos do setor *i* que é necessária para a produção de uma unidade de *j*.

Visto isso, passemos aos indicadores que serão analisados no presente trabalho.

4.2 OS MULTIPLICADORES DA PRODUÇÃO, DA RENDA E DO EMPREGO.

A partir da Matriz Inversa de Leontief é possível estimar os impactos diretos e indiretos gerados pelos setores na produção, emprego e renda. O multiplicador da produção a montante é obtido da seguinte forma:

$$MP_j = \sum_{i=1}^{n} b_{ij}$$

MP_j nos mostra o efeito total que uma elevação em uma unidade monetária na produção do setor j causa, como demandante, sobre todos os setores da economia.

Por sua vez, o multiplicador da produção a jusante é dado por:

$$MP_i = \sum_{j=1}^{n} b_{ij}$$

O multiplicador MP_i, nos mostra o potencial que o aumento em uma unidade monetária na produção do setor i pode gerar, como ofertante, de aumento na produção do restante da economia. Este multiplicador para frente deve ser tratado como potencial, pois, nada garante que a elevação da oferta do setor i gerará sua própria demanda nos demais setores da economia, ou seja, não admitiremos a validade da Lei de Say.

A partir dos multiplicadores da produção, podemos obter os multiplicadores do emprego e da renda. Os multiplicadores para trás são obtidos a partir da seguinte formulação:

$$GV_j = \sum_{i=1}^{n} b_{ij} v_i$$

$$v_i = \frac{V_i}{X_i}$$

Onde o gerador GV_j representa o quanto é gerado, direta e indiretamente para trás, da variável V_i (que pode ser emprego ou renda) quando há o aumento da produção em uma unidade monetária no setor j. O coeficiente v_i mostra a relação entre a variável analisada V_i (emprego ou renda) e o valor da produção do setor X_i. Este coeficiente mostra o valor da variável em questão por unidade monetária produzida.

A variável GV_j dividido pelo coeficiente direto v_j, gera os multiplicadores do emprego e renda que foram analisados neste trabalho, os quais são obtidos da seguinte forma:

$$MV_j = \frac{GV_j}{v_j}$$

O multiplicador do emprego a montante, por exemplo, mostra o quanto é gerado de empregos totais (diretos e indiretos), para cada emprego direto adicional do setor *j*. O mesmo raciocínio segue também para se analisar a renda.

5 REVISÃO DA LITERATURA

O autor Umberto Sesso Filho, em sua tese de doutoramento de 2003, avaliou as transformações ocorridas no setor supermercadista na década de 90, utilizando o instrumental da análise do insumo produto. Neste trabalho, o autor fez uma descrição abundante do histórico do setor, desde a sua fundação na Califórnia, com as inovações do *auto service*, passando pela introdução das primeiras lojas no Brasil, até sua evolução nos últimos anos da década de 1990. Através desta metodologia, além de analisar as interações que o setor supermercadista possui com os outros setores da economia, também foi mensurado o PIB do setor.

Algumas conclusões do trabalho de Sesso Filho (2003) realçam a importância do setor na economia. Por exemplo, o autor concluiu que o PIB do setor cresceu 3,8% entre 1995 a 1999, sendo este resultado um contraste com o resultado do Comércio agregado, que encolheu 0,2%. Para cada posto de trabalho no setor de supermercados, há pelo menos mais quatro em outros setores da economia para atender a demanda final do setor supermercadista. Além disso, o setor gera 154 novos empregos no país para cada aumento na demanda no setor de 1 milhão de reais. Também se chegou à importante conclusão de que o setor é um grande arrecadador de ICMS, ficando nas primeiras posições nos anos de 1995 e 1999.

Santos (2008), em sua dissertação de mestrado, destacou as mudanças no setor supermercadista com a introdução de novas tecnologias que permitiram aumentar a eficiência do ramo, com inovações em logística, tecnologia da informação, comunicação e gestão operacional. Estas novas técnicas que contribuíram para aumento da produtividade e redução do tempo de rotação do capital, trouxeram modificações na reorganização do trabalho. Em seu estudo, Santos (2008) destaca que mudanças foram estas que contribuíram para as transformações no setor:

- ✓ Desenvolvimento do Supply Chain Management, que é uma ferramenta que integra a gestão da cadeia de abastecimento, interligando indústria, distribuidores, supermercados e consumidores;
- ✓ Código de barras, que permitiu a operação mais rápida do caixa assim como informações sobre o produto;
- ✓ Balanças no check out;

- ✓ Etiquetas eletrônicas nas prateleiras;
- ✓ Desenvolvimento do Efficient Consumer Responder, ferramenta que colhe informações da cadeia de abastecimento por meio dos fornecedores e cliente;
- ✓ Desenvolvimento do Costumer Relashionship Managent, que consegue traçar um perfil do consumidor, melhorando o relacionamento com o cliente.

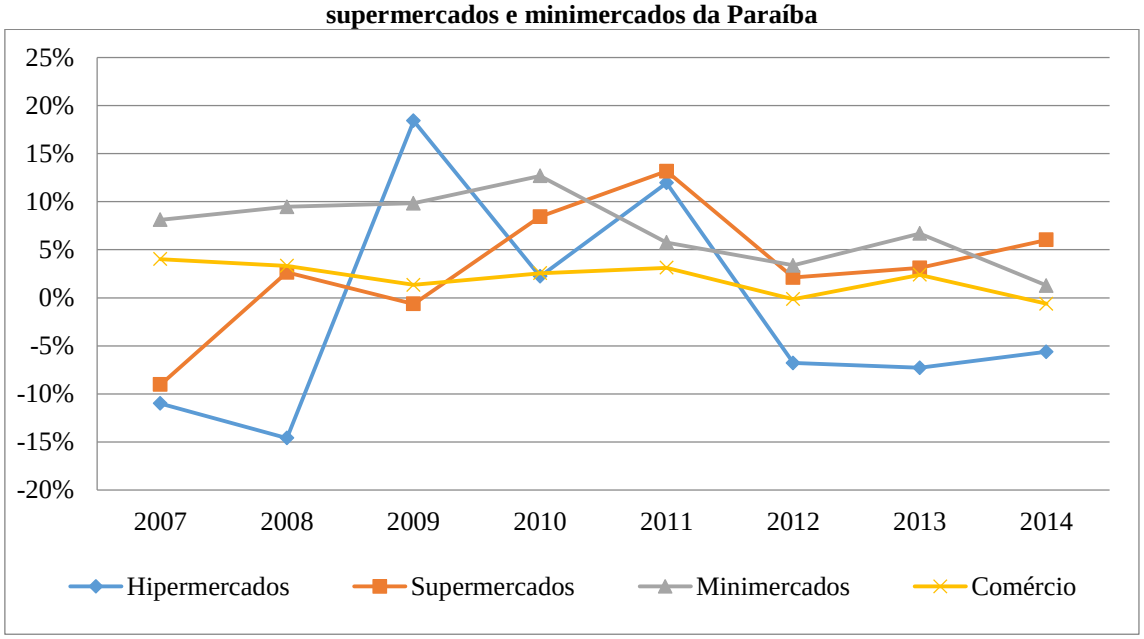
É importante frisar que estas transformações possibilitaram mudanças no trabalho como a intensificação do ritmo da jornada, aumento da área cuidada pelo funcionário, redução do número de empregos e salários do setor. Estas conclusões foram encontradas tanto na pesquisa de Sesso Filho (2003) como em Santos (2008), apesar da metodologia de ambas serem distintas, apresentando-se, então, como uma tendência do setor.

6 EVOLUÇÃO DO SETOR SUPERMERCADOS NA PARAÍBA

As pesquisas sobre o setor de supermercados na Paraíba são escassas, assim é importante fazer um resumo sobre a trajetória de alguns indicadores econômicos do setor no estado.

O Gráfico 1 mostra a taxa de crescimento do número de estabelecimentos do setor de supermercados e comércio, correspondente ao período de 2007 a 2014. A exposição na forma de taxa de crescimento mostra melhor a variação cíclica da quantidade de lojas.

Gráfico 1: Taxa de Crescimento do Número de estabelecimentos do comércio, hipermercados, supermercados e minimercados da Paraíba



Fonte: elaboração própria com base nos dados da RAIS.

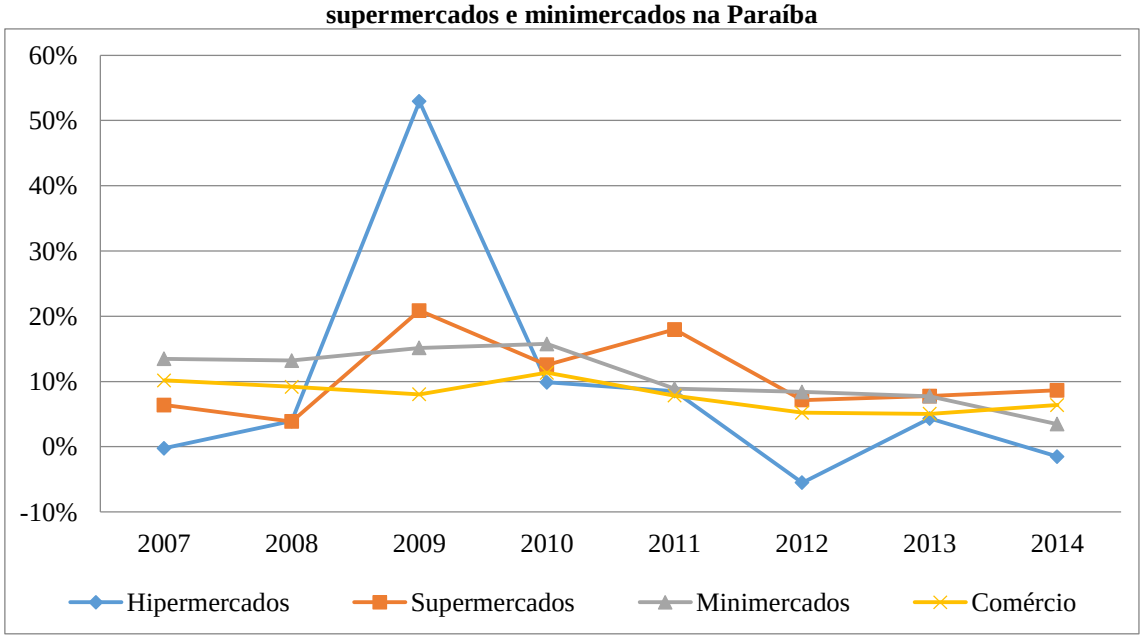
O gráfico mostra que houve um grande aumento do número de hipermercados no ano de 2009, com um crescimento de 18,42%. Contudo, ao final da série em 2014, esta taxa se encontra negativa em 5,62%, indicando uma redução no número de lojas. Os supermercados e minimercados apresentaram uma dinâmica diferente dos hipermercados. Os dois modelos de lojas registraram um crescimento na quantidade de estabelecimentos, com destaque para os estabelecimentos de menor porte, que, durante o período analisado, não obtiveram nenhuma variação negativa no número de lojas. Este segmento foi o que apresentou maior crescimento, até mesmo se comparado ao comércio total.

O crescimento consistente do número de minimercados e a redução de hipermercados se deve em parte à mudança de hábito dos consumidores, que passaram a frequentar mais este tipo de loja devido à proximidade e conveniência. Além disso, dois fatores influenciaram: a diferença dos preços entre os tipos de estabelecimentos não era grande e as condições econômicas também foram favoráveis para que os consumidores pudessem ir mais vezes aos estabelecimentos em consequência da elevação da renda neste período (SUPERHIPER, 2013).

As grandes redes, ao perceberem esta mudança de hábito dos consumidores, passaram a reduzir o número de hipermercados e fundar lojas menores e que fossem mais próximas dos consumidores, a exemplo do grupo Pão de Açúcar, que criou os modelos de lojas Extra Supermercado/Minimercado, e Walmart, que criou a rede Todo dia. Esse crescimento é também percebido pelas indústrias, que passaram a dar mais suporte aos empresários de lojas menores e também a ofertar uma maior quantidade de produtos para os clientes de menor porte (SUPERHIPER, 2013).

O Número de trabalhadores também foi crescente no setor de supermercados da Paraíba. O Gráfico 2 apresenta a taxa de crescimento do número de trabalhadores dos supermercados e do comércio. Mesmo com a redução do número de lojas dos hipermercados ao longo dos anos, este setor teve taxas positivas de crescimento, sendo a maior em 2009, de 52,92%, quando também ocorreu a maior expansão no número de lojas.

Gráfico 2: Taxa de crescimento do Número de Empregados do comércio, hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba



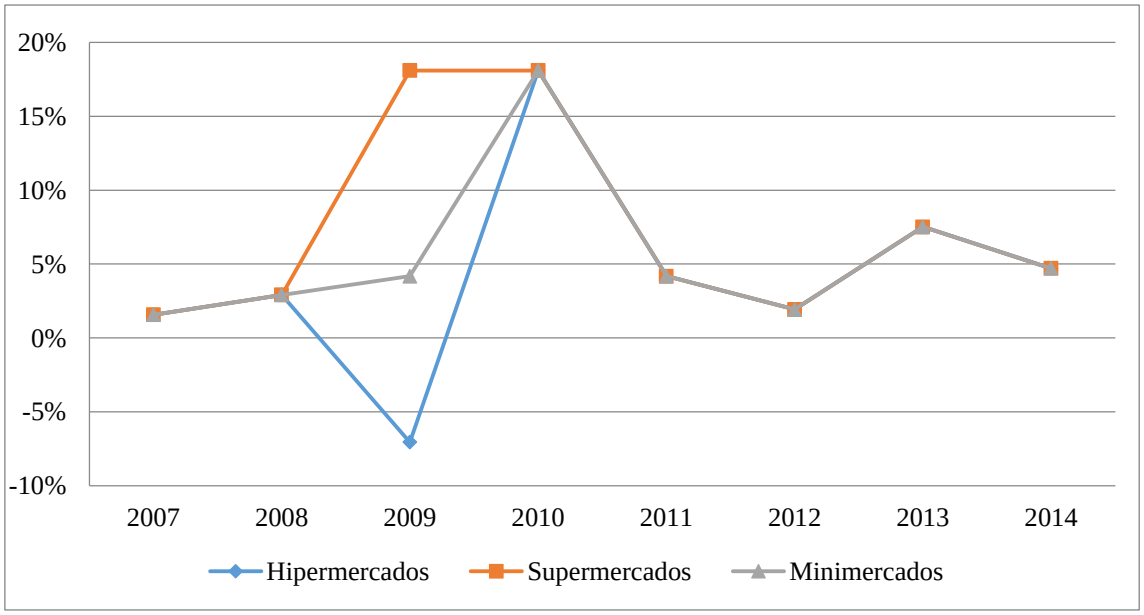
Fonte: elaboração própria com base nos dados da RAIS.

Durante o período de 2007 a 2014, comércio, supermercados e minimercados registraram crescimento no número de contratados, tendo a taxa de crescimento dos dois últimos se apresentado maior. O número de empregados dos minimercados saltou de 3.332 para 7.507 durante este período. Já nos supermercados este número era de 2.602 e aumentou para 5.789 funcionários.

Cabe destacar que o comércio, supermercados e minimercados durante todo este período, mesmo com a recessão no ano de 2009 e com a redução do ritmo de crescimento da economia brasileira a partir de 2011, não registraram nenhuma taxa negativa de crescimento do número de trabalhadores, ou seja, em todo este período o número de contratados foi crescente. Este fato não ocorre com os hipermercados, que apresentaram taxas de crescimento do número de empregados negativas para os anos de 2012 e 2014.

A taxa de crescimento da massa salarial do setor a preços de 2014 é apresentada no Gráfico 3. A massa salarial apresentou crescimento idêntico para os três tipos de lojas, exceto para no ano de 2009 em que os estabelecimentos expressaram taxas diferentes.

Gráfico 3: Taxa de crescimento da massa salarial dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba



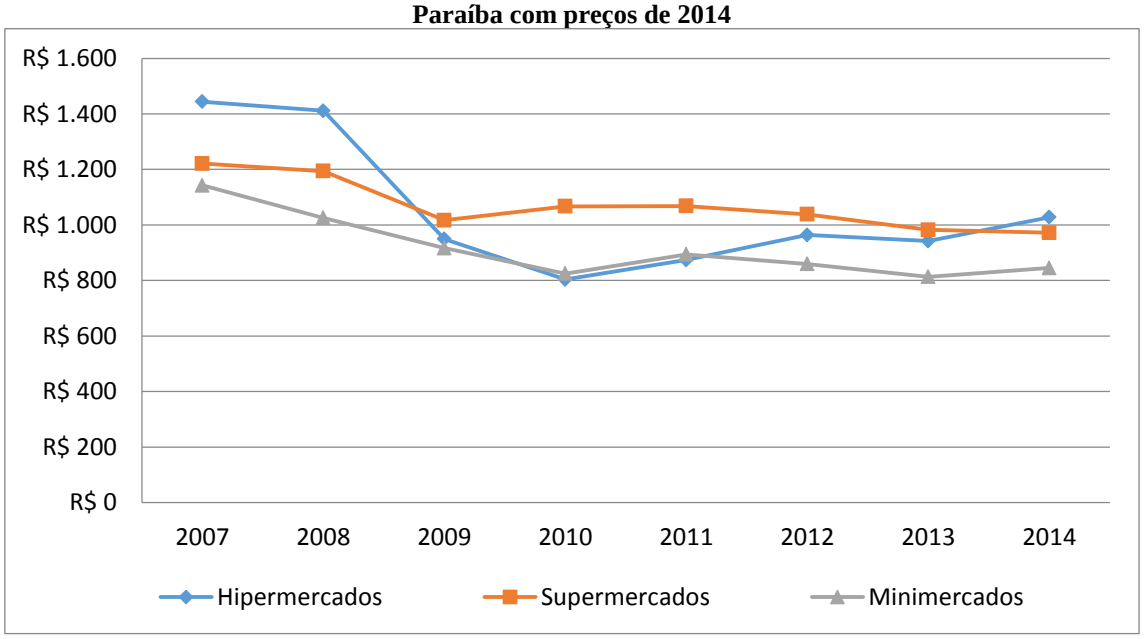
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS.

No ano de 2009 foi o ano em que os hipermercados registraram a maior taxa de crescimento do número de empregados e número de lojas. Veja que, para o mesmo ano, isso não ocorre com a massa salarial, o que indica um menor salário pago, já que a

massa salarial não se elevou conforme o número de trabalhadores aumentou. Para os anos de 2009 a 2014, a taxa de crescimento da massa salarial de todos os três tipos de lojas apresentaram crescimento, o que tem harmonia com o crescimento do número de trabalhadores. Até mesmo as lojas de hipermercados, que apresentaram declínio no número de lojas e empregados, apresentou crescimento na massa salarial, o que demonstra que estas lojas pagam um salario melhor para seus trabalhadores.

O Gráfico 4 apresenta o total da massa de salários dividido pelo número de trabalhadores das lojas. No caso dos minimercados, apesar deste apresentar a maior massa salarial, seus trabalhadores em média recebiam menos que os dos supermercados e hipermercados em todo período da pesquisa. As lojas de 300m² a 5000m², os supermercados, foram as que pagaram os melhores rendimentos para seus trabalhadores. Os hipermercados em 2006 pagaram um valor bem acima da média, mas com o passar dos anos o salário médio foi se igualando ao mesmo patamar dos supermercados e minimercados, onde os três tipos de lojas passaram a ter um valor de salário médio com diferenças menores. Isto, por sua vez, estabeleceu-se em um patamar de salário médio real menor do que o visto inicialmente, representando, para os capitalistas, uma importante redução nos custos com mão de obra e, para os trabalhadores, uma queda no seu poder de compra. Tal fato vai de encontro ao ocorrido com o salário mínimo, que teve valorização real ao longo desses mesmos anos.

Gráfico 4: Massa salarial por trabalhador dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba com preços de 2014



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da RAIS.

As grandes redes de supermercados possuem um horário de funcionamento mais extenso do que os supermercados menores, estas lojas em geral têm atividade até o final da noite, além destas de lojas geralmente abrir na maioria dos feriados, seja do calendário nacional, estadual ou municipal. Isso pode explicar por que estes estabelecimentos pagam um salário maior que os supermercados e minimercados. O fato de serem lojas maiores contribui para a maior formalização dos contatos de trabalho, o que também pode contribuir para um salário maior.

Visto histórico do setor na Paraíba, passemos aos dados da análise do insumo produto.

7 INDICADORES DO INSUMO PRODUTO

7.1 Multiplicadores da produção a montante.

O multiplicador a montante, ou para trás, corresponde ao efeito de quanto um aumento na produção de um determinado setor pode gerar em incremento na produção de toda a economia. Para exemplificar, a tabela 1 mostra que em 2006 o aumento na produção em 1 milhão de reais na Agropecuária da Paraíba teve o poder de gerar um aumento de 1,60 milhões de reais na produção de todos os setores (incluindo a própria Agropecuária).

Os Serviços prestados as empresas e Indústria extrativa foram os únicos setores que apresentaram queda ano a ano na pesquisa neste multiplicador. Isto pode ocorrer devido a um possível encolhimento no setor, o que reduz sua importância na economia e consequentemente o efeito multiplicador da produção.

Tabela 1: Multiplicadores da produção para trás dos setores econômicos na Paraíba

	2006		2010		2014	
Setor	**MP total**	**Ordem**	**MP total**	**Ordem**	**MP total**	**Ordem**
Agropecuária	1,622	10	1,664	11	1,702	8
Indústria Extrativa	2,360	3	2,016	5	1,943	6
Indústria da Transformação	2,455	1	2,452	1	2,514	2
SUIP	2,020	5	2,401	2	2,878	1
Construção Civil	2,338	4	2,156	3	2,258	3
Hipermercados	**1,576**	**14**	**1,537**	**14**	**1,545**	**14**
Supermercados	**1,576**	**14**	**1,537**	**14**	**1,545**	**14**
Minimercados	**1,576**	**14**	**1,537**	**14**	**1,545**	**14**
Comércio	**1,576**	**13**	**1,537**	**13**	**1,545**	**13**
Transporte armazenagem e correio	2,365	2	2,150	4	2,178	4
Serviços de informação	1,757	7	1,923	6	1,963	5
Serviços financeiros	1,586	12	1,675	9	1,645	11
Atividades imobiliárias e aluguéis	1,156	16	1,108	16	1,138	16
Serviços de alojamento e alimentação	1,747	8	1,769	8	1,917	7
Serviços prestados às empresas	1,678	9	1,627	12	1,586	12
Educação e Saúde privadas	1,791	6	1,806	7	1,674	10
Outros Serviços	1,613	11	1,672	10	1,690	9
APU	1,375	15	1,357	15	1,342	15

Fonte: Elaboração própria. O MP do setor de supermercados e do comércio são iguais devido a forma que foram estimados.

Os três setores que apresentaram a maior capacidade de incrementar a demanda dos outros em 2006 foi Indústria da Transformação, com um multiplicador de 2,45, o Transporte, Armazenagem e Correios, com multiplicador de 2,365, e a Indústria Extrativa, com 2,36. Já em 2010 a Indústria da Transformação (2,45), SUIP (2,40) e Construção Civil (2,16) foram os setores com maior poder de arrastamento da

economia. No ano de 2014 a Produção e distribuição de eletricidade gás, água, esgoto e limpeza urbana (SUIP), passou ser o setor mais importante em termos de multiplicador a montante (2,88), ficando a Indústria da transformação em segundo lugar (2,51), seguido pela Construção Civil (2,26).

Para este indicador a avaliação do setor de supermercados e o comércio possui o mesmo resultado. Isto se deu ao fato da utilização do método proporcional que foi utilizado para estimar a produção de bens e usos dos Hipermercados, Supermercados e Minimercados nas Tabelas de Recursos e Usos e nas Contas Regionais. Os valores estimados para a TRU foram valores proporcionais extraídos do comércio e ao se dividir os correspondentes valores criados pelo total do vetor dos respectivos setores, se obteve percentuais iguais para os quatro setores, o que implicou valor igual para a estimação dos coeficientes das matrizes. Por isso, na análise do indicador a montante, utilizaremos o nome setor de varejo não especializado para representar os mini, super e hipermercados em conjunto.

No ano de 2006, o aumento na produção de 1 milhão de reais no setor de varejo não especializado da Paraíba resultaria no aumento de 1,58 milhão no total da economia. Por exemplo, com o aumento nas vendas dos supermercados ou aumento do número de lojas, haveria um aumento na demanda por gôndolas, bens alimentícios, embalagem de produtos e entre outros bens fabricados na Indústria da Transformação. Por sua vez, isto pode aumentar a compra dos serviços de logística no setor de Transportes e o aumento da demanda por produtos primários na Agricultura. Com isso, este incremento da produção dos supermercados geraria novos empregos e aumento de consumo, sendo este um efeito retrospectivo em cadeia.

Este multiplicador para o varejo não especializado reduziu no ano de 2010 e permaneceu estável em 2014. Neste período, o aumento na produção do setor em R$ 1,00 teria o potencial de puxar a economia em R$ 1,54. É importante observar que, por ser um setor que vende uma grande variedade de bens de consumo de fácil acesso por pessoas e empresas, o varejo não especializado é um setor que pode reagir rapidamente ao incremento da demanda em outros setores.

A redução que o multiplicador da produção teve de 2006 para os outros dois anos analisados não é congruente com crescimento do número de lojas e de funcionários visto anteriormente. Em 2006 foi um período de crescimento da economia brasileira, com um crescimento do PIB anual de 3,96%. Já em 2010 o Produto Interno Bruto nacional registrou o maior aumento da década, que foi de 7,53%. Mesmo com o

aumento de valor produzido no país, o setor supermercadista na Paraíba reduziu sua participação na produção do estado, o que está ligado diretamente com o crescimento dos supermercados menores, já que o porte desse tipo de loja causa um menor impacto na economia. Porém esta redução no multiplicador foi de apenas 0,04.

Comparando o multiplicador dos supermercados com o dos demais setores da economia Paraibana, o setor representou uma relevância maior apenas que os setores de APU (Administração, educação, saúde, pesquisa e desenvolvimento públicas, defesa e seguridade) e Atividades Imobiliárias e aluguéis, sendo os demais setores mais importantes no tocante ao poder de arrastamento da economia.

A tabela 2 exibe a decomposição dos multiplicadores da produção a montante para o comércio varejista não especializado em conjunto (os efeitos sobre os demais setores são iguais para hiper, super e minimercados).

Tabela 2: Efeitos totais da mudança no comércio varejista não especializado sobre os demais setores na Paraíba

	2006		2010		2014	
Setor	**MP**	**Ordem**	**MP**	**Ordem**	**MP**	**Ordem**
Agropecuária	0,018	8	0,022	8	0,025	7
Indústria Extrativa	0,011	11	0,012	11	0,015	9
Indústria da Transformação	0,186	1	0,188	1	0,184	1
SUIP	0,032	6	0,029	6	0,023	8
Construção Civil	0,003	14	0,004	14	0,003	14
Comércio	0,014	10	0,014	9	0,014	11
Transporte armazenagem e correio	0,052	4	0,052	3	0,060	3
Serviços de informação	0,057	3	0,034	5	0,030	5
Serviços financeiros	0,047	5	0,044	4	0,042	4
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,030	7	0,025	7	0,026	6
Serviços de alojamento e alimentação	0,007	13	0,006	13	0,007	13
Serviços prestados às empresas	0,088	2	0,082	2	0,089	2
Educação e Saúde privadas	0,003	15	0,002	15	0,002	15
Outros Serviços	0,016	9	0,012	10	0,014	10
APU	0,010	12	0,009	12	0,009	12

Fonte: Elaboração própria.

Em 2006 os três setores que apresentaram um maior aumento na produção devido ao crescimento dos supermercados, por ordem, foram: Indústria da transformação, Serviços prestados as empresas e Serviços de informação. Em 2010 a Indústria da transformação continua ser o setor que sente maior impacto, seguido de Serviços prestados as empresas e, a partir deste ano, o Transporte armazenagem e correios passa a ser o terceiro mais suscetível. Este ranking se manteve da mesma forma para o ano de 2014.

Era esperado que estes fossem os setores mais suscetíveis ao aumento da demanda com a elevação da produção no setor de supermercados. Na Indústria de transformação são produzidos boa parte dos produtos comercializados nos supermercados como produtos de beleza, produtos alimentícios e até mesmo, Pneus e utensílios domésticos, no caso dos Hipermercados. Além disso, boa parte dos equipamentos das lojas também tem a origem nesta indústria, a exemplo das gôndolas, carrinhos de compras e freezers.

Os Serviços prestados as empresas, que também manteve relevância com o aumento na demanda dos supermercados, correspondem aos serviços de informática, reparos de equipamentos, consultorias de contabilidade, econômica e marketing entre outros serviços que o setor utiliza para seu funcionamento.

O setor de Transportes, armazenagem e correios colaboram com os serviços de logística e estoque de supermercados, distribuidores e indústrias. Boa parte da indústria de bens de consumo utiliza serviços terceirizados de transporte para conduzir suas mercadorias aos supermercados e centros de distribuição, assim também como as grandes redes de hipermercados contratam os serviços de logística para a distribuição das mercadorias da sua central para os supermercados em todo país. Portanto, é conveniente que este setor se apresente entre os que tenham maior impacto em sua produção com o aumento nas vendas do varejo não especializado.

Outros setores que também apresentaram uma maior importância para o varejo não especializado foram os serviços financeiros, que incluem por exemplo os empréstimos para ampliações das lojas e o capital de giro para os empresários de menor porte utilizam para comprar mercadorias. Os serviços de informação, que incluem empresas que coletam informações das compras dos clientes direto do caixa, propagandas em radio e televisão e também serviços de produção e hospedagem de websites.

7.2 Multiplicadores da produção à jusante.

O multiplicador a jusante ou para frente expressa o quanto determinado setor pode estimular, como ofertante, os demais setores ao ter um incremento em sua produção. Para este multiplicador se entende que os setores produtivos, a exemplo da Indústria da transformação, são os que têm a maior capacidade de produzir e ofertar

insumos para todos os setores e por isso possuem maior importância na produção dos demais setores.

Por analogia, alguns serviços participam com menor importância na produção dos demais setores, devido aos tipos de produtos ofertados que são, por exemplo, restaurantes, consultorias, aluguéis, comércio varejista de um modo geral entre outros.

A tabela 3 mostra os multiplicares para frente dos setores da economia na Paraíba. No setor de Serviços de informação, por exemplo, a cada 1 milhão de reais incrementado em sua oferta pode ter o efeito de gerar R$ 2,69 milhões de reais em produção para toda a economia. É importante destacar que este incremento na oferta é apenas potencial, pois os demais setores podem não demandar todo valor que o setor é capaz de gerar em insumos.

Tabela 3: Multiplicadores da produção para frente para os anos de 2006, 2010 e 2014 dos setores econômicos na Paraíba

	2006		2010		2014	
Setor	**MP total**	**Ordem**	**MP total**	**Ordem**	**MP total**	**Ordem**
Agropecuária	1,544	7	1,630	7	1,690	7
Indústria Extrativa	1,491	8	1,531	8	1,684	8
Indústria da Transformação	6,583	1	6,664	1	6,838	1
SUIP	1,830	6	1,896	6	1,898	5
Construção Civil	1,206	12	1,290	9	1,273	12
Hipermercados	**1,002**	**18**	**1,007**	**18**	**1,007**	**18**
Supermercados	**1,008**	**16**	**1,027**	**16**	**1,029**	**16**
Minimercados	**1,002**	**17**	**1,008**	**17**	**1,009**	**17**
Comércio	**1,281**	**11**	**1,277**	**11**	**1,282**	**10**
Transporte armazenagem e correio	1,940	5	1,940	5	2,063	3
Serviços de informação	2,485	3	1,943	4	1,863	6
Serviços financeiros	2,026	4	2,058	3	2,023	4
Atividades imobiliárias e aluguéis	1,299	10	1,257	12	1,274	11
Serviços de alojamento e alimentação	1,204	13	1,194	13	1,218	13
Serviços prestados às empresas	2,692	2	2,633	2	2,845	2
Educação e Saúde privadas	1,076	15	1,114	15	1,111	15
Outros Serviços	1,304	9	1,278	10	1,309	9
APU	1,192	14	1,178	14	1,194	14

Fonte: Elaboração própria.

Como era esperado, o varejo não especializado tem relevância mínima para este multiplicador, pois é um setor em que as mercadorias em geral satisfazem, essencialmente, as necessidades das famílias, e não das empresas. Os Hipermercados, Supermercados e Minimercados ficaram nas últimas posições entre os setores de acordo com o valor do multiplicador. Em média, o valor nos anos de 2006, 2010, 2014 para os três tipos de lojas foi de 1,008. Diante disto, a decomposição dos multiplicadores para frente não será realizada e as análises do emprego e da renda limitar-se-ão aos multiplicadores para trás.

7.3 Geração de empregos

A geração de empregos segue a mesma linha de compreensão dos multiplicadores da produção. Representa a variação adicional do número de trabalhadores nos diversos setores da economia, com o aumento em uma unidade monetária na produção do setor *j*.

A tabela 4 mostra a capacidade da geração de emprego dos hipermercados, supermercados e minimercados, nesta ordem, para o aumento da produção em R$ 1 milhão de reais. Os valores desse indicador decompostos por setor são iguais para o comércio e o varejo que estamos tratando, devido ao método proporcional que foi utilizado para desagregar os setores como explicado na metodologia.

Para melhor compreensão do resultado exemplificamos o indicador dos hipermercados em 2006. Neste ano o aumento na produção em 1 milhão de reais no setor de hipermercados, geraria no próprio setor 16 empregos e este aditivo geraria cerca de 5 empregos nos outros setores. O resultado total do incremento na produção dos hipermercados em 1 milhão de reais em 2006 geraria 22 empregos.

Os dados mostram que a geração de empregos nos três tipos de lojas, apresentaram uma tendência de queda ao longo dos anos de 2006, 2010 e 2014. Para os hipermercados o efeito total da geração de empregos com o incremento de 1 milhão de reais para esses três anos respectivamente foram: 20,98; 21,72; 15,14. O mesmo efeito nos supermercados durante os três anos foram de 24,30; 23,60; 15,79. Os minimercados foram as lojas que apresentaram a maior capacidade de gerar empregos totais: 27,48; 26,25; 17,53. Estes resultados representam valores totais (diretos e indiretos), onde expõe a criação de empregos no próprio setor e nos demais.

Os minimercados também foram as lojas que mais geraram emprego diretos com o aumento da própria produção. O acréscimo de 1 milhão de reais em sua produção nos anos de 2006 e 2010 geraria respectivamente 21,66 e 21,28 empregos nos minimercados. Este indicador caiu significativamente em 2014, indo para 13,37 empregos.

Tabela 4: Geração de empregos totais (direto e indireto) para trás dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba

Setor	2006	2010	2014
		Hipermercados	
Agropecuária	0,175	0,158	0,127
Indústria Extrativa	0,074	0,049	0,064
Indústria da Transformação	1,913	1,677	1,296
SUIP	0,196	0,245	0,137
Construção Civil	0,026	0,039	0,025
Hipermercados	**15,165**	**16,755**	**10,990**
Supermercados	0,007	0,024	0,016
Minimercados	0,003	0,009	0,006
Comércio	0,236	0,176	0,141
Transporte armazenagem e correio	0,454	0,393	0,398
Serviços de informação	0,290	0,171	0,095
Serviços financeiros	0,295	0,209	0,127
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,005	0,009	0,008
Serviços de aloj. e alimentação	0,099	0,060	0,057
Serviços prestados às empresas	1,389	1,407	1,448
Educação e Saúde privadas	0,221	0,082	0,024
Outros Serviços	0,161	0,097	0,084
APU	0,279	0,166	0,116
TOTAL	**20,989**	**21,727**	**15,159**
		Supermercados	
Agropecuária	0,175	0,158	0,127
Indústria Extrativa	0,074	0,049	0,064
Indústria da Transformação	1,913	1,677	1,296
SUIP	0,196	0,245	0,137
Construção Civil	0,026	0,039	0,025
Hipermercados	0,002	0,005	0,003
Supermercados	**18,488**	**18,655**	**11,637**
Minimercados	0,003	0,009	0,006
Comércio	0,236	0,176	0,141
Transporte armazenagem e correio	0,454	0,393	0,398
Serviços de informação	0,290	0,171	0,095
Serviços financeiros	0,295	0,209	0,127
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,005	0,009	0,008
Serviços de aloj. e alimentação	0,099	0,060	0,057
Serviços prestados às empresas	1,389	1,407	1,448
Educação e Saúde privadas	0,221	0,082	0,024
Outros Serviços	0,161	0,097	0,084
APU	0,279	0,166	0,116
TOTAL	**24,306**	**23,608**	**15,793**
		Minimercados	
Agropecuária	0,175	0,158	0,127
Indústria Extrativa	0,074	0,049	0,064
Indústria da Transformação	1,913	1,677	1,296
SUIP	0,196	0,245	0,137
Construção Civil	0,026	0,039	0,025
Hipermercados	0,002	0,005	0,003
Supermercados	0,007	0,024	0,016
Minimercados	**21,663**	**21,281**	**13,370**
Comércio	0,236	0,176	0,141
Transporte armazenagem e correio	0,454	0,393	0,398
Serviços de informação	0,290	0,171	0,095
Serviços financeiros	0,295	0,209	0,127
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,005	0,009	0,008
Serviços de aloj. e alimentação	0,099	0,060	0,057
Serviços prestados às empresas	1,389	1,407	1,448
Educação e Saúde privadas	0,221	0,082	0,024
Outros Serviços	0,161	0,097	0,084
APU	0,279	0,166	0,116
TOTAL	**27,486**	**26,250**	**17,536**

Fonte: Elaboração própria.

Como foi mostrado na síntese do setor na Paraíba (sessão 6.1) as lojas de supermercados e minimercados mostraram aumento ano a ano na abertura de novas lojas e no número de funcionários. Os indicadores do insumo produto mostram que ao longo dos anos o setor de varejo não especializado reduziu sua capacidade de gerar empregos não só diretos, mas também indiretos, o que não tem correspondência com os dados anteriores.

Segundo Guilhoto et al. (2010), a redução da geração de emprego nos setores, pode-se dever ao aumento de tecnologia utilizada pelo setor que contribui para a redução da contratação da mão de obra. Sesso Filho (2003) e Santos (2008), comprovaram que as novas tecnologias implementadas pelo setor supermercadista, como o *Supply Chain Management,* o *Efficient Consumer Responder,* etiquetas eletrônicas e etc. permitiram que o setor contratasse uma menor quantidade de pessoas por loja além deste efeito também reduzir o número de contratados em toda a cadeia que o setor está ligado, como indústrias e empresas de logística que também passaram a utilizar estas tecnologias como aliados na distribuição dos seus produtos.

Podemos então concluir que estas mudanças colaboraram para a redução da geração de empregos do setor supermercadista na última década na Paraíba. Podemos também observar que o período de 2014, foi onde a geração de empregos obteve a maior redução e que além da introdução de novas tecnologias, podemos também inferir que este período foi onde a economia brasileira entrou em processo de recessão, o que obviamente compromete a geração de emprego de todos os setores.

Por fim destacamos que os setores que possuem maior importância na geração de empregos, com o efeito do aumento da produção do setor supermercadista são como esperado a Indústria da transformação, Serviços prestados as empresas, Transportes, armazenagens e correios. Estes setores mantiveram esta relação durante todos os anos da pesquisa. É possível constatar que o aumento da venda no setor supermercadista de produtos como alimentos, produtos de limpeza, higiene pessoal entre outros, tem a capacidade de impulsionar a produção destes setores contribuindo com novas contratações de trabalhadores, causando assim um efeito em cadeia na economia.

7.4 Multiplicadores do emprego

Nesta seção iremos mostrar o efeito da criação de um emprego direto no setor supermercadista pode gerar nos diversos setores na economia. A tabela 5 expõe estes resultados. Cada tabela mostra os multiplicadores de cada tipo de loja nos anos de 2006, 2010 e 2014. Este é um indicador importante para se analisar, pois o número de postos de trabalho gerados, depende do número de pessoas contratadas pelo próprio setor e dos outros setores que estão ligados de alguma forma a ele.

Como podemos observar com decomposição do multiplicador, a capacidade de geração de emprego nos setores com uma nova contratação no varejo não especializado é pequena. Setores que têm um maior poder de demandar insumos de outros setores para sua produção, como o automobilístico, são os mais capazes de ter um efeito multiplicador total nas contratações de trabalhadores de forma direta e indireta. Os setores do serviço, como é o caso que estamos analisando, tem um maior efeito nele mesmo (direto) com o aumento da sua demanda final, porém não é tão capaz de estimular os outros setores a novas contratações.

Em 2006 cada emprego direto criado nos hipermercados, criaria 1,384 empregos em todos os setores da economia, ou seja, a criação de 1000 empregos nos hipermercados geraria outros 384 empregos nos demais setores da economia. Este mesmo efeito em 2006 nos supermercados geraria 315 empregos e nos minimercados, 269 empregos.

Os multiplicadores totais por emprego criado estimados em 2010 para os hipermercados, supermercados e minimercados foram respectivamente 1,297, 1,267, 1,234. Já em 2014 os coeficientes estimados na mesma ordem foram: 1,380, 1,359, 1,122.

Tabela 5: Multiplicadores dos empregos totais (direto e indireto) para trás dos hipermercados, supermercados e minimercados na Paraíba

Setor	2006	2010	2014
		Hipermercados	
Agropecuária	0,012	0,009	0,012
Indústria Extrativa	0,005	0,003	0,006
Indústria da Transformação	0,126	0,100	0,118
SUIP	0,013	0,015	0,012
Construção Civil	0,002	0,002	0,002
Hipermercados	**1,000**	**1,000**	**1,000**
Supermercados	0,000	0,001	0,001
Minimercados	0,000	0,001	0,001
Comércio	0,016	0,011	0,013
Transporte armazenagem e correio	0,030	0,023	0,036
Serviços de informação	0,019	0,010	0,009
Serviços financeiros	0,019	0,012	0,012
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,000	0,001	0,001
Serviços de aloj. e alimentação	0,007	0,004	0,005
Serviços prestados às empresas	0,092	0,084	0,132
Educação e Saúde privadas	0,015	0,005	0,002
Outros Serviços	0,011	0,006	0,008
APU	0,018	0,010	0,011
TOTAL	**1,384**	**1,297**	**1,380**
		Supermercados	
Agropecuária	0,009	0,008	0,011
Indústria Extrativa	0,004	0,003	0,005
Indústria da Transformação	0,104	0,090	0,111
SUIP	0,011	0,013	0,012
Construção Civil	0,001	0,002	0,002
Hipermercados	0,000	0,000	0,000
Supermercados	**1,000**	**1,001**	**1,001**
Minimercados	0,000	0,000	0,001
Comércio	0,013	0,009	0,012
Transporte armazenagem e correio	0,025	0,021	0,034
Serviços de informação	0,016	0,009	0,008
Serviços financeiros	0,016	0,011	0,011
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,000	0,000	0,001
Serviços de aloj. e alimentação	0,005	0,003	0,005
Serviços prestados às empresas	0,075	0,076	0,125
Educação e Saúde privadas	0,012	0,004	0,002
Outros Serviços	0,009	0,005	0,007
APU	0,015	0,009	0,010
TOTAL	**1,315**	**1,267**	**1,359**
		Minimercados	
Agropecuária	0,008	0,007	0,009
Indústria Extrativa	0,003	0,002	0,005
Indústria da Transformação	0,088	0,079	0,097
SUIP	0,009	0,012	0,010
Construção Civil	0,001	0,002	0,002
Hipermercados	0,000	0,000	0,000
Supermercados	0,000	0,001	0,001
Minimercados	**1,000**	**1,000**	**1,000**
Comércio	0,011	0,008	0,011
Transporte armazenagem e correio	0,021	0,018	0,030
Serviços de informação	0,013	0,008	0,007
Serviços financeiros	0,014	0,010	0,009
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,000	0,000	0,001
Serviços de aloj. e alimentação	0,005	0,003	0,004
Serviços prestados às empresas	0,064	0,066	0,108
Educação e Saúde privadas	0,010	0,004	0,002
Outros Serviços	0,007	0,005	0,006
APU	0,013	0,008	0,009
TOTAL	**1,269**	**1,234**	**1,312**

Fonte: Elaboração própria.

Neste indicador os hipermercados mostraram a maior capacidade de criação de empregos com a criação de um novo posto de trabalho nestas lojas. O resultado é um contraste com os outros resultados de emprego analisados até agora. Porém este resultado é aceitável. Por ser uma loja com porte bem maior que os outros dois tipos de lojas analisadas, os hipermercados têm uma maior ligação direta com os elos da cadeia de suprimentos e pode contribuir com mais força na contratação de novos trabalhadores a partir de novos investimentos feitos neste tipo de loja e do aumento das suas vendas.

Estas lojas têm contato direto com as indústrias que fornecem seus produtos e serviços, o que também favorece a maior escala de produtos negociados. Em sua maioria são grandes redes, e em suas compras aos fornecedores demandam quantidades para abastecer toda a rede de lojas o que torna o volume de mercadorias considerável.

De forma análoga os minimercados que são lojas com porte menor e têm menos influência na cadeia de suprimentos, este mostrou ter a menor capacidade de geração de emprego por posto de trabalho criado em suas lojas, expressando sua menor influência no setor. Os supermercados assumiram a posição intermediária o que também expressa sua capacidade de se relacionar com os demais setores.

7.5 Geração de massa salarial.

A geração de salários pelo setor supermercadista pode ser vista, relacionando-a ao valor total produzido deste setor. Assim podemos observar o quanto o setor pode gerar de salários a partir do aumento da sua produção em um milhão de reais. Para este indicador podemos entender que os salários correspondem a valores maiores em setores de serviço do que em setores industriais, já que os custos relacionados a mão de obra são relativamente maiores que os insumos utilizados por este setor o que contribuí para um maior valor adicionado a economia (Guilhoto et al. 2010).

Para este indicador iremos analisar os três tipos de lojas como um setor que chamamos de varejo não especializado. O cálculo para dos geradores possuem o mesmo valor, devido a utilização do método da proporcionalidade. A soma da decomposição dos geradores também resultou em um mesmo valor para os três tipos de loja, assim analisaremos o setor como um só para facilitar a leitura dos dados, sendo as análises dos subsetores individuais análogas à geral.

A tabela 6 mostra a geração de salários totais com o aumento da produção do varejo não especializado com o incremento em uma unidade monetária. Em média nestes três anos o aumento em um milhão de reais (a preços nominais) na produção do varejo não especializado geraria R$ 16.333,00 (a preços nominais) de salários na economia direta e indiretamente.

Tabela 6: Geração de salários totais (direto e indireto) para trás do varejo não especializado por unidade monetária a preços nominais na Paraíba.

	Geração de salários por unidade monetária a preços nominais		
Setor	**2006**	**2010**	**2014**
Agropecuária	0,000	0,000	0,000
Indústria Extrativa	0,000	0,000	0,000
Indústria da Transformação	0,001	0,001	0,002
SUIP	0,000	0,000	0,000
Construção Civil	0,000	0,000	0,000
Varejo não especializado	**0,009**	**0,013**	**0,012**
Comércio	0,000	0,000	0,000
Transporte armazenagem e correio	0,000	0,000	0,001
Serviços de informação	0,000	0,000	0,000
Serviços financeiros	0,001	0,001	0,001
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,000	0,000	0,000
Serviços de alojamento e alimentação	0,000	0,000	0,000
Serviços prestados às empresas	0,001	0,001	0,002
Educação e Saúde privadas	0,000	0,000	0,000
Outros Serviços	0,000	0,000	0,000
APU	0,000	0,000	0,000
TOTAL	**0,014**	**0,018**	**0,017**

Fonte: Elaboração própria.

A tabela mostra que o incremento na produção em R$1 milhão de reais na produção do setor, gerou no nele próprio (efeito direto) R$9.000,00 em 2006, R$13.000,00 em 2010, e R$12.000,00 em 2014. Estes são valores baixos em relação ao valor incrementado na produção, mas este fato é perceptível, pois os níveis de salários do setor são baixos, já que há uma prevalência de trabalhadores pouco especializados e que realizam atividades, em sua maioria, braçais. O fato também de ter havido um crescimento do número de lojas menores e redução das grandes lojas, também implica na baixa geração de salários que o setor apresenta, já que este tipo de loja paga salários menores.

A geração de salários obteve uma elevação de 2006 para 2010 e depois houve uma leve redução no ano de 2014. Esta redução está diretamente ligada a geração de empregos. Se há menor capacidade de geração de postos de trabalho, como vimos no item anterior, há menor geração de salários no setor.

Os setores da indústria da transformação, serviços prestados a empresas, serviços financeiros e transporte, armazenagem e correios, foram os únicos a apresentar interação com este setor na geração de salários, justamente por serem setores mais próximos do setor supermercadista.

7.6 Multiplicadores do salário.

Os multiplicadores do salário do setor supermercadista permite estimar o quanto é gerado de salários nos demais setores a cada uma unidade monetária de salário adicional no setor supermercadista. Este multiplicador também será analisado como varejo não especializado para facilitar a leitura, já que este indicador também resultou em valores iguais tanto na decomposição como em seu total, devido a metodologia utilizada no cálculo.

Tabela 7: Multiplicadores de salários totais (direto e indireto) para trás do varejo não especializado por unidade monetária a preços nominais.

	Multiplicadores dos salários por unidade monetária a preços nominais		
Setor	**2006**	**2010**	**2014**
Agropecuária	0,012	0,010	0,011
Indústria Extrativa	0,007	0,005	0,011
Indústria da Transformação	0,141	0,115	0,139
SUIP	0,009	0,007	0,004
Construção Civil	0,001	0,001	0,001
Varejo não especializado	**1,001**	**1,002**	**1,002**
Comércio	0,003	0,000	0,007
Transporte armazenagem e correio	0,044	0,036	0,056
Serviços de informação	0,031	0,018	0,017
Serviços financeiros	0,097	0,063	0,059
Atividades imobiliárias e aluguéis	0,000	0,001	0,001
Serviços de alojamento e alimentação	0,005	0,003	0,005
Serviços prestados às empresas	0,090	0,087	0,135
Educação e Saúde privadas	0,011	0,017	0,016
Outros Serviços	0,010	0,006	0,009
APU	0,031	0,018	0,019
TOTAL	1,493	1,388	1,490

Fonte: Elaboração própria.

Os números da tabela 7 mostram que a cada R$ 1,00 (em preços nominais) gerado de salário no varejo não especializado em 2006, são gerados R$ 0,49 nos demais setores da economia. Este valor caiu um pouco em 2010 para R$ 0,38, mas em 2014 voltou ao mesmo patamar de 2006. Podemos dizer que a capacidade de gerar salário do setor permaneceu estável neste período. Lembramos novamente que por ser um setor que possui salários baixos, implica em um efeito multiplicador na economia também

baixo. A indústria da transformação é o setor que mais sente o impacto ao se adicionar uma unidade monetária nos supermercados. A cada R$ 1.000,00 de salários criados no varejo não especializado a indústria da transformação criou R$ 131,00 em salários na média para os três anos analisados.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo contribuiu para preencher uma lacuna existente nas pesquisas no setor supermercadista na Paraíba, sobre suas transformações ao longo do tempo. Esta foi uma das principais dificuldades nesta pesquisa, pois as informações deste varejo para a Paraíba são escassas, até mesmo nas entidades que representa este setor.

Na avaliação sobre os estabelecimentos no estado, verificou-se um crescimento constante do número de supermercados e minimercados em detrimento dos hipermercados. Como foi destacado, até mesmo as grandes redes passaram a investir em lojas menores, por perceber esta tendência do mercado. A mudança possibilitou que os estabelecimentos ficassem mais perto dos consumidores o que contribui para que os clientes frequentassem mais os supermercados. Além disso, a passagem de grandes lojas para lojas menores possibilitou ganhos de escala para as empresas donas das redes.

Assim este aumento do número de lojas menores afetou a importância do setor na economia, quando comparado a outros setores. A capacidade de afetar a produção na economia com o aumento da produção do próprio setor sofreu reduções, como foi constatado pela estimação dos multiplicadores da produção do setor.

A taxa de crescimento do número de trabalhadores nas lojas de supermercados e minimercados foram crescentes durante o período de 2006 a 2014, apresentando taxas maiores que os hipermercados e inclusive que o comércio total. Os hipermercados foram os únicos tipos de loja que apresentaram taxa de crescimento negativo do número de trabalhadores para o ano de 2014, ano que o processo de crise econômica estava iminente.

Os dados do emprego analisados em conjunto com os indicadores do insumo produto, mostraram que apesar do número de trabalhadores ter aumentado durante os anos analisados nesta pesquisa, o setor reduziu sua capacidade de geração de empregos diretos e indiretos. A média da geração de empregos diretos e indiretos para cada aumento de um milhão de reais das três modalidades de lojas em 2006 foi de 23 empregos, caindo para 15 em 2014. Esta redução da geração de empregos está ligada ao aumento da automação comercial implantada em toda cadeia que o setor participa discutida na revisão de literatura deste trabalho. Podemos também explicar esta redução pelos efeitos da crise econômica brasileira que já havia iniciado em 2014.

Os dados da massa salarial do varejo não especializado analisados em conjunto com os índices do insumo produto, deixa claro o entendimento que os salários do setor

são baixos o que compromete o efeito multiplicador na economia. O aumento do número de lojas menores também afetou o efeito dos salários na economia, já que este tipo de loja tem uma média salarial menor. Em 2006 a cada R$ 1,00 de salário adicionado no varejo não especializado, outros R$ 0,49 de salário eram adicionados nos demais setores da economia. No final da pesquisa, já em 2014, este valor permaneceu nos mesmos R$ 0,49.

É importante observar os efeitos multiplicadores na produção, no emprego e na renda do setor supermercadista na indústria da transformação, serviços prestados as empresas, transporte, armazenagem e logística. Estes foram os setores que apresentaram os maiores efeitos multiplicadores com o aumento das vendas do varejo não especializado. A indústria da transformação fornece os principais produtos comercializados pelo setor como também fornece instrumentos para o funcionamento das lojas como gôndolas, balanças etc. Os serviços prestados as empresas, são cada vez mais solicitados nos supermercados principalmente no que diz respeito a propaganda e consultorias de gestão. O setor de transportes colabora com que toda esta cadeia se ligue, já que a logística é primordial para que as mercadorias saiam das indústrias e fornecedores para o consumidor final.

Como sugestão de políticas públicas a partir desse estudo, é importante que as entidades possam criar politicas que sejam capazes de dar suporte aos supermercados menores, como consultorias de gestão de pequenos negócios. Como foi apresentado, estas lojas estão em crescimento o que possibilita um maior número de empregos. Uma melhor capacidade de gestão pode aumentar o tempo de sobrevivência dos estabelecimentos e fazer com que se tornem menos vulneráveis ao dinamismo do sistema capitalista frente a concorrência e assim preservando empregos e renda.

Para estudos futuros sugerimos realizar uma avaliação dos efeitos no setor a partir do aprofundamento da crise no ano de 2015. Também pode se estudar mais detalhadamente os efeitos da automação deste setor sobre os empregos na Paraíba. Além disso, a desagregação feita para o setor supermercadista pode ser realizada para outros setores, como a indústria de calçados ou a produção de açúcar, a fim de mensurar a importância destas atividades para o Estado.

REFERÊNCIAS

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. **SUPERHIPER – Revista da Associação Brasileira de Supermercados.** São Paulo. ano 39, número 444. Dez. 2013.

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. **SUPERHIPER – Revista da Associação Brasileira de Supermercados.** São Paulo. ano 41, número 474. Dez. 2015.

ALMEIDA JUNIOR, A.C. **A teoria Marxista das crises cíclicas da superprodução: Desenvolvimento e aplicação para o caso brasileiro.** 2016. 245 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

CABRAL, J.A; CABRAL, M. V. F.; SILVA, T.M.K. Impactos econômicos regionais e inter-regionais dos megaeventos esportivos sediados no estado do rio de janeiro. **Rev. Análise econômica.** Porto Alegre, v.34, n. 66, p. 343-373, 2016. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/AnaliseEconomica/article/view/52812/38617>. Acesso em: 15 set. 2017.

CARVALHO, R.G. et al. Interação econômica Pernambuco-Portugal: implicações sobre a economia estadual (2004-2006). **Rev. Econômica do Nordeste.** v. 41, n. 3, p. 621 -647, 2010. Disponível em: <https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/323/273>. Acesso em: 15 set. 2017.

CARVALHEIRO, Nelson. Observações sobre a elaboração da matriz de insumo-produto. **Rev. Pesquisa e Debate.** São Paulo, v.9, n.2, p. 139 -157, 1998. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/rpe/article/view/11766>. Acesso em: 23 out. 2016.

CYRILLO, D.C. **O papel dos supermercados no varejo de alimentos.** São Paulo: IPE USP, 1987. 198p.

GIAMBIAGI, F.; SCHWARTSMAN, A. **Complacência.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 272 p.

GUILHOTO, J. J. M., et al. Matriz de Insumo-Produto do Nordeste e Estados: Metodologia e Resultados. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil. ISBN: 978.85.7791.110.3, 2010.

GUILHOTO J.J.M. Análise de insumo-produto: teoria e fundamentos. **MPRA**, n. 32566, 5 ago. 2011. Disponível em :< https://mpra.ub.uni-muenchen.de/32566/>. Acesso em: 19 out. 2016.

GUILHOTO J.J.M. et al. Nota metodológica: construção da matriz insumo-produto utilizando dados preliminares das contas nacionais. **MPRA**, n. 54182, 11 mar. 2014. Acesso em:< https://mpra.ub.uni-muenchen.de/54182/>. Acesso em: 19 out. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE versão 2.0**. Disponível em < http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/classificacoes/cnae2_0_2edicao/default_publicacao.shtm>. Acesso em: 20 out. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Contas Regionais**. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2014/default.shtm

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tabela de Recursos e Usos.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/pib/defaulttabelasTRU.shtm>

MARTINEZ, T.S. Nota Técnica n. 17: Método RAWS/RAW para estimação anual da Matriz de Insumo-Produto. **IPEA,** n. 17, abr. 2014. Disponível em:< http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/5762>. Acesso em 15 nov. 2017.

MINISTERIO DO TRABALHO. **Relação Anual de informações Sociais – RAIS.** Disponível em:< http://trabalho.gov.br/rais>.

RIBEIRO, L.C.S.; LEITE, A.P.V. Estrutura Econômica do Estado de Sergipe em 2006: Uma contribuição através da Matriz de Insumo-Produto. **Rev. Econômica do Nordeste.** v. 43, n. 4 , p. 95 -117, 2012. Disponível em: < https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/254 >. Acesso em: 15 set. 2017.

RIBEIRO, L.C.S.; LEITE, A.P.V. Análise estrutural dos investimentos do PAC e infraestrutura logística na Bahia.). **Rev. Econômica do Nordeste.** v. 32, n. 62, p. 125 -154, 2014. Disponível em: <https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/323/273 >. Acesso em : 15 set. 2017.

SANTOS, J. M. **Os efeitos da reestruturação operacional sobre a qualidade do trabalho no setor supermercadista brasileiro** (1994 – 2005). 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008.

SEBRAE. **Estudo Setorial Minimercados.** 2014. Disponível em:<http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f13ac879fd41fb681fa620399520b42c/$File/4774.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2016.

SESSO FILHO, U. A. **O setor supermercadista no Brasil nos anos 1990.** 2003. 195 f. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz da USP, Piracicaba, 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Joaquim_Guilhoto/publication/34009427_O_setor_supermercadista_no_Brasil_nos_anos_1990/links/5448e9e80cf22b3c14e33bb4.pdf>. Acesso em: 16 set. 2016.

SOUZA. P.I.A. **Setor de turismo, desenvolvimento econômico e desigualdade de renda: um estudo para a Região Nordeste, a partir da matriz insumo-produto inter-regional.** 2014. 90 p. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – PIMES/UFPE, Recife, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/12589>. Acesso em: 3 nov. 2017.