

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
COLEGIADO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

BRUNO LIMA NUNES

**O PADRÃO DE DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS ATIVIDADES COMERCIAIS NA
BAHIA: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DOS EMPREGOS FORMAIS**

**VITÓRIA DA CONQUISTA - BA
2018**

BRUNO LIMA NUNES

**O PADRÃO DE DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS ATIVIDADES COMERCIAIS NA
BAHIA: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DOS EMPREGOS FORMAIS**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação da disciplina Monografia II e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

ORIENTADOR: PROFESSOR DOUTOR RONDINALDO SILVA DAS ALMAS

VITÓRIA DA CONQUISTA - BA
2018

N924p

Nunes, Bruno Lima.

O padrão de distribuição espacial das atividades comerciais na Bahia: uma análise Exploratória dos empregos formais. / Bruno Lima Nunes, 2018.

66f.

Orientador (a): Dr. Rondinaldo Silva das Almas.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação), Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2018.

Inclui referências. F. 66 – 68.

1. Emprego formal – Comércio - Bahia. 2. Índice de Moran. 3. Comércio – Perspectiva econômica. I. Almas, Rondinaldo Silva das. II. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. III. T.

CDD: 331.1208142

BRUNO LIMA NUNES

**O PADRÃO DE DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS ATIVIDADES COMERCIAIS NA
BAHIA: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DOS EMPREGOS FORMAIS**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação da disciplina Monografia II e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em 05/06/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rondinaldo Silva das Almas
Orientador

Prof. Dra. Delza Rodrigues de Carvalho
Examinadora

Prof. Me. Maíra Ferras de Oliveira Silva
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Toda benção e graça emanam do Senhor Deus. A Ele honra e glória eternamente! Obrigado Deus Altíssimo, por este feliz e aguardado dia, e por todos os outros, que sob a Vossa proteção caminhamos. E a caminhada trouxe-nos mais uma vitória. Muitas pessoas tem parte comigo nessa alegria.

Meu pai Valmir, que desde muito cedo me ensinou, com palavras e seu exemplo, o que é ser um homem de bem. Em tempos difíceis nunca deixou de lutar, de colocar o rosto ao sol. Rita, minha mãe, mulher de força e fé, referência em minha vida. Estar ao seu lado diariamente é uma dádiva. Dona Tina, minha avó, há tanto tempo conosco, e com o mesmo carinho e amor todos os dias, sempre atenciosa para o café não atrasar. Gabriele, irmã e amiga, com quem sempre posso contar. Modelo de resiliência e coragem.

A Rondinaldo, que de modo tão parceiro e amigo me orientou na condução deste trabalho. Sempre com propostas de boas soluções nos momentos mais difíceis. A ele meus mais sinceros agradecimentos. Também agradeço a Anderson (Dinho), que tanto me ajudou no manuseio do Opegeoda, na elaboração do terceiro capítulo, e a Bruno Cabral, por todo o incentivo e ânimo. Obrigado parceiros!

E são tantos amigos e parentes que não caberiam aqui listar. Mas como não agradecer Diego, que com sua presteza tanto me ajudou no início do curso. Sem seu auxílio não passaria eu do segundo semestre. A Larissa Luz, minha namorada, por todo seu amor e carinho, sempre me passando confiança. Aos que rezaram, pedindo intercessão para que tudo fosse possível.

Aos que de coração me querem bem, essa vitória também é de vocês! Que venham muitas outras! Que assim seja!

Amém!

RESUMO

O objetivo do presente trabalho foi analisar o emprego formal no comércio baiano, nas esferas de atacado e varejo, entre os anos de 2000, 2005, 2010 e 2015, buscando entender a sua distribuição espacial entre os municípios do estado da Bahia. O estudo buscou demonstrar ainda a evolução do quadro de empregos formais no comércio, no Brasil e na região Nordeste, e evidenciar a relevância da Bahia nestas duas escalas regionais. Para análise espacial da dispersão dos empregos, foi utilizado o Índice de Moran, indicador econométrico espacial que mede o poder de influência de uma região sobre a outra, com a finalidade de responder a seguinte pergunta: Quais os impactos dos municípios baianos na geração de empregos no comércio dos seus vizinhos? No que diz respeito ao comércio varejista, poucas alterações foram constatadas ao longo dos períodos analisados. No entanto, a lei complementar nº 113, de 19 de setembro de 2001, que criou a Região Integrada Petrolina-Juazeiro, contribuiu para a concentração do emprego do comércio atacadista no norte do estado entre o eixo destes dois municípios, enfraquecendo vizinhos que, até então, tinham efetiva importância no comércio por atacado.

Palavras-chave: Comércio; Bahia; Índice de Moran.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Estrutura ocupacional do comércio por nível de desenvolvimento entre 1970 e 2001 (%)	27
Gráfico 2 - Eficiência contratual	32
Gráfico 3 - Fluxos de Marketing nos canais de distribuição	33
Gráfico 4 - Número de empregos no comércio – Brasil – 2010/2015.....	35
Gráfico 5 - Empregos formais na Bahia por segmento IBGE	42
Gráfico 6 - Índice de Moran para o comércio varejista na Bahia - 2000/2015	54
Gráfico 7 - Índice de Moran para o comércio atacadista na Bahia - 2000/2015	57
Gráfico 8 - Participação de Bahia e Pernambuco no emprego na Região Integrada.....	61

QUADROS

Quadro 1 - Subsetores de serviços indutores e induzidos pelo desenvolvimento	29
--	----

FIGURAS

Figura 1 - Ciclo de circulação do comércio.....	21
Figura 2 – Fronteiras de uma região com seus vizinhos.....	49
Figura 3 – Matriz de autocorrelação espacial.....	50

Figura 4 - Diagrama de autocorrelação de Moran	51
Figura 5 – Fronteiras de uma região com seus vizinhos e níveis de concentração	53
Figura 6 - Diagrama de autocorrelação espacial para o emprego no comércio varejista na Bahia – 2000/2015.....	54
Figura 7 - Índice local de Moran (LISA) para o número de empregos no comércio varejista na Bahia – 2000/2015.....	56
Figura 8 - Diagrama de autocorrelação espacial para o emprego no comércio atacadista na Bahia – 2000/2015.....	57
Figura 9 - Índice local de Moran (LISA) para o número de empregos no comércio atacadista na Bahia – 2000/2015	58

MAPAS

Mapa 1 - Distribuição Espacial de Atividade Econômica na Bahia.....	40
Mapa 2 - Municípios da Bahia onde o Comércio é a atividade que mais emprega.....	45

LISTA DE TABELAS

TABELAS

Tabela 1 - Taxa de conversão do E-Commerce para os estados do Nordeste	24
Tabela 2 - Sazonalidade do E-Commerce 2015/2016, montante de dinheiro movimentado e taxa de crescimento	25
Tabela 3 - Estruturação ocupacional em países selecionados de renda média baixa/renda média alta (%).....	26
Tabela 4 - Estrutura ocupacional do comércio por nível de desenvolvimento (%).....	27
Tabela 5 - Empregos no comércio e representatividade de cada região do país – 2010/2015	36
Tabela 6 - Empregos no comércio nos estados do Nordeste do Brasil – 2010/2015	37
Tabela 7 - Evolução no número de estabelecimentos comerciais na região Nordeste – 2010/2015	38
Tabela 8 - Dispersão da população por total de municípios.....	40
Tabela 9 - Concentração das atividades por total de municípios na Bahia	43
Tabela 10 - Municípios Baianos onde o comércio é a atividade que mais emprega.....	44
Tabela 11 - Empregos no comércio atacadista na região integrada Petrolina-Juazeiro ...	60
Tabela 12 - Classificação do diagrama de Moran para os 24 municípios baianos onde o comércio foi a atividade que mais empregou, em 2015	62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 O COMÉRCIO NA PERSPECTIVA ECONÔMICA	12
1.1 O comércio e o pensamento econômico	12
1.2 O comércio enquanto serviço	18
1.3 O E-commerce como nova vertente de comércio.....	22
1.4 O comércio e o desenvolvimento econômico.....	25
2 O COMÉRCIO E A GERAÇÃO DE EMPREGOS.....	31
2.1 O comércio e os agentes de distribuição	31
2.2 Comércio Atacadista/Varejista e o emprego no Nordeste e na Bahia.....	34
2.3 O comércio e o emprego formal na Bahia.....	39
3 A DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO COMÉRCIO NO ESTADO DA BAHIA ...	47
3.1 O método da Análise Exploratória de Dados Espaciais (AEDE).....	47
3.2 Análise espacial do emprego no comércio da Bahia	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS	66

INTRODUÇÃO

Oferta e demanda são conceitos tratados, dentro da economia, desde que esta passou a ser sistematizada enquanto ciência, com a escola mercantilista. Neste momento histórico, o sentido de riqueza estava em expandir a demanda, para com as demais nações, de ouro, prata e metais preciosos, formando estoques, e restringir a oferta. Assim se construiria a riqueza de uma nação (FALCON, 1996). Relações de oferta e demanda conseqüentemente leva a trocas, e trocas é a premissa para existência de um comércio.

O comércio de uma região pode ser um importante termômetro econômico, para todos os setores da economia. Culturas agrícolas, rebanhos de animais, produções industriais e prestações de serviços, todos perpassam por relações comerciais. O comércio, segundo Kon (2004), apresenta característica fundamental coincidente com o serviço. A relação comercial é intangível, ou seja, não pode ser estocada, apesar de as mercadorias envolvidas na relação serem estocáveis.

Kon (2013) afirma que, com a evolução das economias, alguns serviços assumiram a condição de indutores do desenvolvimento. Dessa forma, o desenvolvimento econômico de determinada região pode ser derivado de um setor de serviços forte. Embasados por isto, Bastos, Perobelli e Fernandes (2010) propuseram uma classificação dentro dos serviços, com alguns sendo indutores do desenvolvimento e outros sendo induzidos por ele. Na divisão proposta, o comércio se enquadra como induzido pelo desenvolvimento. Isto significa dizer que, onde se tem desenvolvimento econômico, há maior força na atividade comercial. De forma análoga, onde o desenvolvimento for menor, mais fraca será a atividade comercial.

Desta forma, constitui objeto de estudo do presente trabalho o emprego formal no comércio, na Bahia. Assim, o objetivo deste estudo foi analisar, espacialmente, a distribuição dos empregos formais dentre os municípios baianos no comércio, nos canais de atacado e varejo, nos anos de 2000, 2005, 2010 e 2015. Especificamente, se propõe uma análise separada entre os segmentos comerciais de atacado e varejo. A pesquisa toma como hipótese que a classificação de Bastos, Perobelli e Fernandes (2010), em que o comércio é induzido pelo desenvolvimento, se aplique a distribuição espacial do emprego, tendo o comércio maior força nas regiões mais desenvolvidas da Bahia.

Metodologicamente, a pesquisa é embasada por uma análise exploratória de dados espaciais, com uso de instrumental econométrico espacial para verificar concentrações e dispersões dos postos de trabalho, dentre os municípios no território baiano. De maneira

adjunta, está a análise de dados extraídos do IBGE, da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED).

O estudo dispõe de três capítulos, além desta introdução e das considerações finais. O primeiro traça a evolução do comércio no estudo da economia, desde os mercantilistas, no século XV, até Keynes, no século XX. O Segundo é iniciado com o demonstrativo da relevância de agentes de distribuição para a evolução do comércio, tratando da análise do emprego para o comércio atacadista e varejista, quanto ao Brasil, Nordeste e Bahia, encerrando-se com o E-Commerce. O terceiro capítulo é composto das notas metodológicas e da apresentação dos resultados do estudo. E a seção quarta apresenta as considerações finais.

1 O COMÉRCIO NA PERSPECTIVA ECONÔMICA

1.1 O comércio e o pensamento econômico

O comércio está presente nas sociedades humanas desde os seus primórdios. A partir do momento histórico em que o homem começou a se relacionar com outro homem, mesmo que de maneira ainda bem rudimentar, com trocas de alimentos excedentes para uns e escassos para outros, aí está presente a relação comercial.

Na ciência econômica, o termo comércio passou a ser utilizado com maior propriedade pelos mercantilistas, entre meados do século XV e o final do século XVIII, num debate sobre a origem da riqueza das nações. Nesse momento da história, comerciantes e monarcas praticavam uma espécie de mutualismo, em que os primeiros ganhavam com barreiras à circulação de produtos mais frouxa e algumas reduções de impostos, enquanto os últimos, em contrapartida, tinham seu exército financiado.

Os estados nacionais começavam neste momento histórico a encorpar suas formações, a princípio no que diz respeito à expansão territorial. Uma vez que as fronteiras fossem estabelecidas, abrir-se-ia espaço para tratar de comércio exterior através de exportações. Também nesse quesito, monarcas e comerciantes tinham relações em que ambos saíam ganhando, como demonstra Fusfeld (2001, p. 21-22):

Os interesses desses dois grupos também coincidiam em outro aspecto: ambos favoreciam-se da expansão do comércio exterior. Os comerciantes lucravam com os negócios com a Ásia e o Novo Mundo. Uma vez que os mercadores de um país dominassem o intercâmbio comercial com determinada região, lucros aluiriam para a nação de origem e as manufaturas seriam estimuladas pelo mercado de exportações. O Estado ganhava com a cobrança de tarifas alfandegárias, com a venda de direitos de monopólio comercial, com o desenvolvimento da indústria militar – construção de navios e de equipamentos navais – e do pessoal ligado a ela – marinheiros e capitães – e com o crescimento da economia como um todo, o que fornecia uma sólida sustentação ao poder nacional.

Von Hornick, que viveu entre 1638 e 1712, e fora importante expoente das ideias da escola mercantilista, pregava, contudo, que a riqueza de uma nação seria medida pela quantidade de ouro e prata que ela detém. Duas das suas nove regras para o desenvolvimento tratam diretamente desses dois elementos. No entanto, as relações estabelecidas no comércio não ficam defasadas frente a Ouro e Prata, uma vez que essas unidades de medida de valor podem ser obtidas numa relação comercial (NORONHA, 2013).

Não por acaso esse período histórico coincide com a formação dos primeiros estados nacionais europeus na segunda metade do século XVIII. De igual maneira, não é coincidência

que os princípios mercantilistas tenham embasado as grandes navegações e o advento das trocas de iguarias/manufaturas entre as recém-formadas nações.

Os mercantilistas foram os primeiros autores na ciência econômica que sistematizaram o mecanismo que na modernidade se conhece como balanço de pagamentos. Exportar mais do que importar era pilar das ideias correntes na Europa. A economia de um país estaria saudável se sua balança comercial apresentasse superávit. Edward Misselden, britânico que viveu entre 1608 e 1654, percebeu esse movimento, o qual denominou “voltas do comércio”. Esse movimento ocorreria com regulação estatal estimulando exportações (SUPRINYAK, 2009).

O princípio do comércio e da balança comercial favorável é inerente ao pensamento mercantilista. No entanto, haviam mercadorias preteridas a comercialização variando entre os países. Na França, artigos de luxo como seda e linho tinham diferencial regulação desde a produção até a comercialização. Jean-Baptiste Colbert, que vivera entre 1619 e 1683, e que fora ministro de finanças no reinado do rei Luís XIV, é autor da política das guildas nacionais, órgãos de fiscalização do mercado desses produtos por parte da realeza francesa (FALCON, 1996).

Thomas Mun, que viveu entre 1571 e 1641, propunha políticas similares as de Colbert na Inglaterra, porém não restringia ou privilegiava um segmento em detrimento do outro, mesmo por questões culturais. Ele propunha de maneira melhor sistematizada como a importação de ouro expandiria a base monetária do país, o tornando mais forte em uma economia internacional (FALCON, 1996).

As regulamentações estatais, no entanto, começaram a ser ingressadas nos aspectos mais minuciosos possíveis, tanto na esfera produtiva quanto na circulação das mercadorias. Esse movimento acabou por enfraquecer a efetividade das relações, dando espaço para o advento de uma corrente mais liberal na evolução da ciência econômica.

A ideia da escola mercantilista é sintetizada nos seguintes termos por Fufeld (2001, p. 25):

Os mercantilistas reconheciam que a riqueza, em geral, era produzida pelo esforço humano, mas intuía que ela não seria realizada a menos que o comércio fosse encorajado, ou seja, a menos que a troca de produtos permitisse que os produtores lucrassem. Por essa razão, eles consideravam a intensificação do comércio como a solução para o crescimento da riqueza nacional e a expansão da oferta de moeda como a solução para a intensificação do comércio. Para a pergunta, “Qual é a fonte da riqueza das nações?”, os mercantilistas responderam: “Comércio”.

As formulações mercantilistas imperaram por mais de dois séculos e lastrearam o pensamento econômico para sua evolução. A lógica de exportar subsidia a revolução industrial no que tange ao aumento de produtividade para aumentar exportações.

Ao final do século XVIII surgiu na França uma nova corrente de pensamento econômico que via na terra a origem da riqueza de uma nação. Para os pensadores historicamente conhecidos por fisiocratas a fonte da riqueza estaria na produção oriunda da terra e não diretamente ligada às relações comerciais. A agricultura sob a ótica dessa escola de pensamento seria então o setor-chave para o desenvolvimento da economia de uma nação (BRUE, 2011).

Era isto que ensinava François Quesnay, que viveu entre 1694 e 1774, e fora autor expoente da escola. Era ele mesmo filho de agricultores franceses, e assim sendo, cresceu vivenciando a atividade econômica que na sua concepção geraria riqueza. Quesnay acreditava ainda que em primeira instância, a riqueza era uma criação de Deus. As duas vertentes principais das suas formulações poderiam ter como ponto de partida então a passagem de Gênesis 3-19, quando Deus diz a Adão que terias que comer das plantas do campo e que com o suor de seu rosto comeria do teu pão.

O comércio só mudava o local e o dono da produção, mas não teria na sua essência capacidade de gerar riqueza. Por essa característica da atividade, os fisiocratas eram avessos a regulações. Estas criariam apenas entraves para uma melhor circulação. Uma analogia central no pensamento fisiocrata, formulado por Quesnay, que em seu passado se dedicara a medicina, seria que a circulação na economia é semelhante à sanguínea no corpo humano (BRUE, 2011). Uma vez que regulamentações fossem criadas o movimento circular teria no mínimo maior dificuldade para fluir.

Em 1758 Quesnay publicou, sob encomenda do rei da França, seu trabalho nomeado *Tableau economique*. Neste manuscrito ele descreve um quadro econômico de como se daria a dinâmica na economia. Esse movimento seria iniciado pelo arrendamento de terras pelos seus proprietários. A receita deste arrendamento seria gasta no momento seguinte com alimentos e bens manufaturados. A venda da produção pelos fazendeiros permitiria que estes também demandassem alimentos e manufaturas.

Quesnay denominou a classe de fabricantes de manufaturas e mercadores de estéril, já que nessa atividade a terra não estava presente como elemento central. Estes detinham rendimentos com as vendas de sua produção para fazendeiros e proprietários de terra, e com este recurso consumiam também eles alimentos. A repetição deste movimento consistiria no ciclo que Quesnay (BRUE, 2011).

Jacques Turgot, outro francês, nascido em 1727 e falecido em 1781, já na segunda metade do século XVIII, enquanto ministro de finanças da França, estabeleceu uma série de medidas que favoreciam a agricultura em detrimento dos feudos e do comércio. Dentre elas, ancorou a taxaço de impostos aos proprietários de terra. Uma vez que a riqueza é oriunda da terra, seus proprietários devem responder por uma maior alíquota de impostos (BATISTA, 2012).

Além disto, Turgot concedeu subsídios a fazendeiros, por acreditar que estes seriam a classe produtiva. Estava ele empenhado em aplicar as ideias fisiocratas de riqueza da terra em todo território cultivável no país. Em cada metro quadrado de terra deveria haver produção. Essa política de Turgot, apesar de ter o aval do rei Luís XVI, não agradou a clero e nobreza, que tiveram suas regalias diminuídas. Seu mandato durou somente dois anos (FUSFELD, 2001).

No entanto, as ideias de Turgot enquanto ministro foram extremamente relevantes para a transição histórica entre fisiocracia e escola clássica de economia. A expressão do *laissez-faire, laissez-passer, le monde va de lui-même* (deixar fazer, deixar ir, deixai passar) que já despontava no cenário econômico no período final do mercantilismo têm seu advento.

Sobre os fisiocratas, Fusfeld (2001, p. 28) menciona:

Todos os fisiocratas concordavam em um ponto: a riqueza provinha, em última instância, da terra. Apenas a terra continha as forças geradoras da natureza. A indústria podia apenas transformar a riqueza derivada da natureza e o comércio só a mudava de local e de dono. Só da terra poder-se-ia extrair um excedente.

Diminuir a regulamentação estatal assim como encargos fiscais para a atividade produtora de riqueza – para os fisiocratas: a terra – seria premissa do liberalismo econômico e da escola clássica. Turgot fez assim uma ‘transição histórica’ entre escolas. Ao final do século XVIII e início do século XIX, com obras de Dudley North, que viveu entre 1641 e 1691, e Richard Cantillon, nascido em 1680 e falecido em 1734, já era pregado um estado menor assim como enfoque maior na propriedade privada.

A economia clássica surge em meio a essas ideias e agrega outros elementos mais para compreender a geração de riqueza. A revolução industrial acontecia na Inglaterra nesse período, adotando lógicas de aumento de produtividade com a produção em escala. Adam Smith, que vivera entre 1723 e 1790, pregava um liberalismo que existia de maneira natural, não podendo o governo intervir com medidas que desequilibrassem essa balança. Para ele essa liberdade natural faria com que o mercado se auto ajustasse, num mecanismo de ‘mão-invisível’ (BRUE, 2011).

Smith pregava o liberalismo econômico pela ótica de que, todo indivíduo tem aspirações que são particulares e subjetivas. Assim, não é possível satisfazer a todos com um conglomerado em loco, que seria aqui representado pelo estado. Em sua obra *A riqueza das nações*, Smith (1877, p. 354) diz:

É evidente que todo indivíduo pode, em sua posição particular, julgar seu próprio interesse econômico muito melhor que qualquer estadista ou legislador pode fazer por ele. O estadista, que deveria tentar direcionar as pessoas na forma como elas deveriam empregar seus capitais, não só se sobrecarregaria com a mais desnecessária atenção, mas também assumiria uma autoridade que seguramente não seria confiável, não só por um indivíduo, mas por nenhum conselho ou assembleia, qualquer que seja, e que em nenhum lugar seria tão perigosa como nas mãos de um homem que fosse insensato e imprudente o suficiente para desejar que ele próprio exercesse essa posição.

Dessa maneira, na visão de Smith, existem inúmeros interesses individuais na sociedade, uma vez que estes são subjetivos e inerentes a cada indivíduo, em caráter particular. Cada indivíduo, com o emprego de sua força de trabalho, busca satisfazer suas aspirações. Este é o pensamento que embasa a famosa ideia formulada pelo autor: O padeiro não produz pão e o açougueiro não oferta carne por benevolência, mas porque estes estão a buscar a realização dos seus interesses individuais.

Quando Smith na sua formulação diz que se têm pão ou carne pelos serviços prestados por padeiro e açougueiro ele suprime um postulado que num primeiro momento parece ser subtendido: esse serviço se concretiza através do comércio. Smith, no entanto, trata essa tendência às trocas nas relações comerciais como algo natural, endógeno a própria atividade econômica. De fato é natural que numa Inglaterra pós-revolução industrial a relação comercial já esteja subtendida, uma vez que todo o aumento da produtividade com produções em escala que esse evento proporcionou não seja para consumo exclusivamente interno.

Jean-Baptiste Say, outro francês, que viveu entre 1767 e 1832, foi um autor adepto das teorias de Smith para a economia. Para ele também um liberalismo natural é que regia a economia. Say, no entanto, formulou uma teoria que sistematizou essa naturalidade nas relações de produção: A clássica Lei de Say. Esta propunha que toda oferta cria sua própria demanda, ou seja, o desenvolvimento econômico está dado na oferta, uma vez que a demanda naturalmente absorveria a produção (FUSFELD, 2001).

Ora, se toda oferta cria sua própria demanda, o ambiente entre os agentes sempre estará propício a trocas, barganhas e relações de comércio, a menos que exista uma ruptura na oferta. Caso esse não seja o contexto, a dinâmica das movimentações nunca se estagnaria (BRUE, 2011).

Esse postulado permaneceu sólido até o ano de 1929, onde ocorre nos Estados Unidos uma crise de superprodução. Cai por terra essa teoria uma vez que, ancorados a ela, indústrias maximizaram suas produções, principalmente a automobilística, e se deparam no momento seguinte com estoques absurdos e pátios cheios de veículos, numa escala muito superior ao que a demanda poderia absorver.

Karl Marx, que viveu dentre 1818 e 1883, nos seus postulados não utiliza com frequência o termo comércio/relações comerciais (MARX, 1996). Esse processo na economia política marxista denomina-se como ‘realização da mercadoria’. Isto aconteceria nas extremidades da equação:

Mercadoria – Dinheiro – Mercadoria

Marx se atém muito mais numa relação comercial ao papel desempenhado pelo dinheiro enquanto meio de troca do que a própria relação comercial que este proporciona. Cabe ressaltar que as trocas comerciais aconteciam muito antes mesmo do estabelecimento de um papel-moeda em qualquer um dos estados nacionais.

A partir de Marx o termo comércio enquanto etimologia não aparece tanto na literatura econômica. Logicamente não é que este caia em desuso ou torne-se obsoleto, mas seu conceito e finalidade passam a ficar subtendidos nas teorias econômicas vindouras.

John Maynard Keynes, economista britânico que viveu dentre 1883 e 1946, fora contemporâneo da crise de superprodução capitalista de 1929, que derrubou as formulações que embasavam a lei de Say. Suas teorias tratavam de uma dinâmica econômica voltada para a demanda, e não para a oferta, como era o enunciado da formulação até então dominante. Keynes explicitou uma terminologia que chamou de demanda efetiva, ou seja, seria efetivamente a capacidade de demanda que determinaria o tamanho da economia, assim como a atividade do comércio (BRUE, 2011).

Em sua obra: A teoria geral do Emprego, do Juro e da moeda, datada de 1936, Keynes via o estado como o agente fomentador da atividade econômica. Em uma de suas ideias pregava que o estado deveria contratar pessoas para enterrar garrafas e outras mais para desenterra-las. Parece irracional numa primeira análise a colocação de Keynes, mas existe sentido quando se trata da geração de empregos como finalidade da ação. Segundo Keynes (1996, p. 145):

Se o Tesouro se dispusesse a encher garrafas usadas com papel-moeda, as enterrasse a uma profundidade conveniente em minas de carvão abandonadas que logo fossem cobertas com o lixo da cidade e deixasse a iniciativa privada, de acordo com os bem experimentados princípios do *laissez-faire*, a tarefa de desenterrar novamente as notas (naturalmente obtendo o direito de fazê-lo por meio de concessões sobre o terreno onde estão enterradas as notas), o desemprego poderia desaparecer e, com a ajuda das repercussões, é provável que a renda real da comunidade, bem como a sua riqueza em capital, fossem sensivelmente mais altas do que, na realidade, o são.

O autor introduziu no debate econômico um termo que lhe coube chamar de ‘pleno emprego’. Para Keynes, uma economia seria sadia conforme a quantidade de população economicamente ativa empregada. É nessa vertente que cabe a intervenção estatal: Na geração de empregos.

No entanto, Keynes classifica o desemprego em algumas categorias. A presença estatal no tocante a geração de postos de trabalho se daria quando existisse o que o autor chamou de ‘desemprego involuntário’, ou seja, quando o indivíduo não trabalha em virtude da não existência de oferta de emprego (KEYNES, 1996).

O comércio tem relevante importância na teoria Keynesiana no sentido de que a demanda se realiza através da comercialização dos bens e serviços. Políticas públicas que fomentassem a atividade eram pregadas por Keynes. Apesar de não ter um enfoque nítido para esse segmento da economia, a teoria geral só seria eficaz num ambiente em que as trocas comerciais fluíssem, mesmo que Keynes não fale explicitamente nesses termos.

O comércio não desaparece da ciência econômica. Sua existência e realização são inerentes à própria civilização humana. No entanto, suas denominações começam a ser englobadas no segmento de serviços, uma vez que a industrialização já mostrou suas facetas e se consolidou num novo modelo de produção.

1.2 O comércio enquanto Serviço

As classificações de comércio enquanto serviço são relativamente recentes dentro da ciência econômica. Somente após a primeira revolução industrial na Inglaterra é que começa a haver uma incorporação do primeiro conceito no segundo. No momento anterior a esse evento histórico a própria relevância dos serviços como se conhece hoje era minimizada, uma vez que as cidades eram na sua maioria rurais. Com a urbanização proveniente da atividade da indústria, passa-se a existir demanda para uma expansão dos serviços, seja este de que natureza for.

Kon (2004) enumera quatro linhas principais ao conceituar a atividade do serviço. O comércio está de tal maneira interligado a essas definições que aparece logo na primeira:

“Indústria de serviços, como sendo uma indústria que produz serviços no lugar de bens, como as indústrias de transporte, comércio atacadista e varejista, seguros etc” (KON, 2004, p. 28).

A atividade comercial se enquadra ainda nas características fundantes de um serviço que a literatura econômica enumera. As relações envolvidas no comércio são intangíveis, ou seja, não podem ser estocadas nem detém volume físico. Cabe aqui um parêntese: apesar dos bens que o comércio movimentam serem palpáveis, a atividade comercial, ou seja, o serviço comercial, não é palpável.

É impossível também estocar o comércio. A atividade se realiza no ato da sua produção. Ou seja, no momento das trocas, produção e realização são coincidentes temporalmente. É impensável, por exemplo, armazenar vendas e somente efetivá-las num prazo de 60 dias. Novamente cabe o parêntese: armazenar produtos por 60 dias é totalmente factível. O que não se estoca é o serviço realizado pelo meio comercial.

Sobre as características da atividade dos serviços, no qual está contido o comércio, Meirelles (2010, p. 82) diz que:

Nas abordagens contemporâneas em geral, seja na literatura econômica, de marketing e de operações de serviços, são identificados quatro atributos especiais dos serviços em relação à natureza dos recursos produtivos utilizados e o resultado do trabalho realizado: intangibilidade, simultaneidade, interatividade e inestocabilidade. Só é considerada atividade de serviço, a atividade cujo processo de produção seja intangível, baseado em insumos e ativos intangíveis, cuja relação de produção e consumo seja simultânea e interativa, resultando num produto também intangível e inestocável.

Não é possível assim mensurar os serviços de forma física, mesmo que em algumas atividades o serviço interaja com meios físicos (MEIRELLES, 2010). Um motorista de caminhão presta o serviço no âmbito da direção do veículo, sendo o seu trabalho de natureza totalmente diferente da mercadoria que ele transporta. Não é possível tocar e estocar o serviço da direção de um caminhão, mas é factível carregar a mercadoria transportada assim como gerar com ela estoques.

Uma característica fundante dos serviços é a subjetividade da atividade. Determinado serviço pode ter extrema relevância para um grupo de pessoas enquanto para outras pode ser supérfluo. Em um país onde a maior representatividade do transporte terrestre se dê por linhas férreas, o serviço prestado pelo motorista de caminhão tem valor menor do que em outro onde as estradas sejam dominantes no deslocamento de mercadorias.

Essa particularidade dos serviços foi observada pela escola austríaca de economia no século XX. Karl Menger, economista austríaco que viveu entre 1840 e 1921, introduziu as

ideias conhecidas por marginalistas no debate econômico, assim como a teoria do valor utilidade (BRUE, 2011). Em suas teses propunham que o consumo de um bem ou serviço tinha seu valor alterado a cada unidade a mais consumida.

Nos seguintes termos explana Menger (1983, p. 47):

O valor dos bens está fundado na relação que têm com nossas necessidades, mas não nos próprios bens. Ao *variar* essa relação de interdependência, necessariamente surge ou desaparece o valor. Para os habitantes de um oásis, que dispõem de uma fonte que atende plenamente às suas necessidades de água, não terá valor algum determinada quantidade dessa água. Se, porém, em decorrência de um terremoto, de repente a abundância de água fosse reduzida a ponto de os habitantes do oásis não disporem mais do suficiente para o atendimento pleno de suas necessidades, de sorte que o atendimento de cada necessidade concreta dependesse de uma porção determinada de água, essa quantidade determinada passaria imediatamente a ter valor para cada habitante.

O homem, ao consumir determinado bem ou serviço, busca a satisfação de uma necessidade. Ludwig von Mises, outro economista austríaco, que viveu dentre 1881 e 1973, definiu esse comportamento como ‘ação humana’. Para ele, o ser humano age, partindo de um estado inicial para um final, buscando sanar uma demanda particular e individual.

Assim explana Mises (2010, p. 37):

Chamamos contentamento ou satisfação aquele estado de um ser humano que não resulta, nem pode resultar, em alguma ação. O agente homem está ansioso para substituir uma situação menos satisfatória. Sua mente imagina situações que lhe são mais propícias, e sua ação procura realizar esta situação desejada. O incentivo que impele o homem à ação é sempre algum desconforto. Um homem perfeitamente satisfeito com a sua situação não teria incentivo para mudar as coisas. Não teria nem aspirações nem desejos; seria perfeitamente feliz. Não agiria; viveria simplesmente livre de preocupações.

A ação humana, dessa forma, consiste no impulso do homem em buscar uma situação onde sua satisfação seja maior. E a capacidade dos bens de satisfazer essa necessidade humana é o que detém valor, segundo sua utilidade.

Friedrich Hayek, mais um austríaco, que nasceu em 1899 e morreu em 1992, sistematizou a ação humana enquanto formadora de preços na economia capitalista. Para ele, os indivíduos emitem sinais no campo econômico, mesmo que de maneira inconsciente ou involuntária. O conjunto desses sinais seria extremamente relevante na formação dos preços, uma vez que a demanda de determinado bem ou serviço estaria sendo, se não determinada, ao menos sinalizada (BRUE, 2011).

Sobre a teoria do valor utilidade subjetiva proposta pela escola austríaca, e em especial por Hayek, Fustfeld (2001, p. 267) diz que:

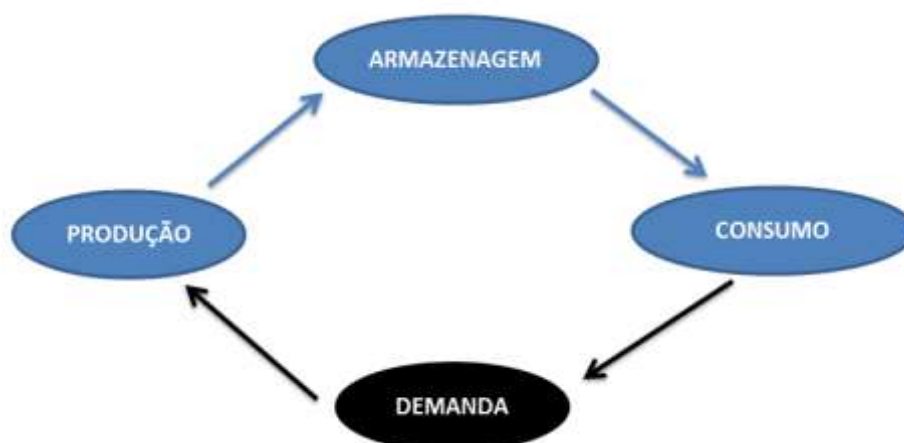
Enquanto os economistas clássicos e neoclássicos centravam sua atenção sobre o valor dos objetos, explicado em termos de insumos de trabalho ou custos de produção, Hayek, na tradição de Menger e Mises, enfocava os indivíduos tomando parte no processo de determinação do valor: os preços dos objetos e seus usos só podiam ser entendidos em termos de propósitos humanos individuais.

Um comércio forte é determinado então pela demanda por bens e serviços de acordo a subjetividade dos indivíduos componentes do meio social. A ONU (Organização das Nações Unidas) define em 1968 o comércio como um serviço distributivo (MESQUITA, 2013).

A prestação de serviços no âmbito do comércio envolve diversas outras atividades, sem as quais não seria possível a execução das relações comerciais. Este aspecto funciona como uma cadeia ou uma corrente, composta por vários elos, que perfazem e dão base a sua existência.

A demanda por esses serviços no comércio aquece também outros setores da economia. A comercialização de um novo produto em expansão, que esteja chegando a um maior número de clientes, em diferentes localidades, necessita de uma maior frota de caminhões para abarcar este aumento logístico. A demanda por uma maior frota de caminhões aquece a indústria automobilística produtora destes veículos, aquece a indústria produtora de pneus, assim como o mercado de seguros. Assim, a comercialização de um produto físico obedece ao ciclo apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Ciclo de circulação do comércio



Fonte: Elaboração própria.

O produto que comporta valor dentro de uma economia demanda de produção para satisfazer as necessidades dos indivíduos. Uma vez esta produção acabada, é necessária uma armazenagem para que, no momento seguinte, o produto chegue aos pontos de venda e possa ser consumido pelos demandantes do início do ciclo.

As setas em azul indicam movimentações de mercadorias. Essas movimentações, apesar de aparentarem ser muito simples, consideram em seus processos diversos outros serviços. A venda de uma indústria para um intermediário atacadista engloba negociações, preços, serviços financeiros de crédito ou financiamentos, margens de lucro, prazos, fretes e promoções para que se concretize a transação.

De igual maneira esses processos estão presentes na relação entre o armazenamento, desempenhado pelo intermediário atacadista, e o ponto de venda, que é onde o consumidor final irá encontrar seu produto para consumo. Aqui se aplica ainda outro processo extremamente relevante para o sucesso da vendagem: o marketing e o merchandising.

Toda a relação comercial de circulação de mercadorias está permeada por serviços de diferentes âmbitos. Em alguns momentos do processo estes podem parecer se coincidir, mas cada qual apresenta suas características próprias e singulares, desde o início da cadeia, com sua demanda e produção, até o seu fim, com o consumo por parte dos indivíduos.

Algumas novas modalidades de comércio vieram a surgir na modernidade, principalmente através de novas tecnologias. Mesmo assim, as novas formas de comercialização guardam as características fundantes do comércio e dos serviços, como inestocabilidade e intangibilidade. O mais recente método de comercialização é o *E-Commerce*, que estabelece relações comerciais pela internet.

1.3 O *E-commerce* como nova vertente de comércio

A evolução da tecnologia digital proporciona, na atualidade, maior velocidade nas relações comerciais. A interligação da rede de comércio eletrônico otimizou logística, diminuindo os intervalos de tempo de fretes, além de diminuir custos, uma vez que toda a negociação se dá através de um Notebook ou mesmo de um Smartphone.

Sobre isto, Miranda (2004, p5) diz:

Com o avanço dos meios de comunicação e da Tecnologia da Informação – propiciada pela evolução da Informática, - surge um novo tipo de relacionamento mercantil, em que o consumidor não necessita de deslocar de sua residência até o ponto de venda para pesquisar preço, escolher o produto, efetuar a compra e, conseqüentemente, o pagamento. Fala-se então do relacionamento mercadológico via Internet, - denominado *E-Commerce*, considerado fator globalizante, sem

fronteiras e capaz de interligar consumidores e fornecedores por meio de rede mundial de comunicação, por onde se estabelecem os mais diversos tipos de relacionamentos.

A comodidade que o *E-Commerce* dispõe é fator preponderante para a expansão dessa vertente de comércio. O consumidor efetua sua compra sem se deslocar até onde o produto fisicamente esteja, e mesmo assim tem ciência de todas as especificações da mercadoria, uma vez que estas informações são compartilhadas pelos produtores, ou mesmo pelos agentes que fazem a comercialização.

Outro fator que diferencia o *E-Commerce* é a facilidade em fazer cotações. O ambiente da Internet permite ao consumidor navegar por diferentes páginas de agentes que vendem o mesmo produto. Assim, questões como preços, prazos de pagamento, condição de pagamento e tempo de entrega são comparados com comodidade, permitindo ao consumidor fazer a melhor escolha sem precisar se deslocar a cada loja física onde o produto seja comercializado.

Os preços dos produtos comercializados pela plataforma do *E-Commerce* são, geralmente, mais atrativos do que os comercializados nas lojas físicas. Isto ocorre pela diminuição de custos na atividade. No preço de um Smartphone negociado em uma loja física, por exemplo, podem estar embutidos: salários e encargos de funcionários; aluguel de imóvel; água; luz, dentre outros custos que incidem quando da existência de uma loja física (MIRANDA, 2004).

A comunicação entre os consumidores é outro diferencial do *E-Commerce*. As plataformas virtuais, em quase sua totalidade, disponibilizam campos para que os seus clientes tenham comentários a respeito do produto adquirido. Isto cria um histórico que pode vir a ter real valor para consumidores que vão adquirir o produto pela primeira vez.

As redes sociais são alvo de empresas de *E-Commerce* no que diz respeito às ações de marketing. A velocidade com que as informações circulam, a “divulgação de promoções relâmpago”, os comentários e compartilhamentos dentre os usuários, fazem com que chegue a um número maior de possíveis consumidores as condições para adquirir determinado produto.

O *E-Commerce*, no entanto, não se restringe somente a comercialização de mercadorias físicas. Alguns serviços já são hoje disponibilizados por plataforma virtual. Exemplo disto são as hospedagens em hotéis. Existem canais na Internet que oferecem catálogos de hotéis, variação de preços, localidades, quartos, dentre outros quesitos.

A Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) divulgou um estudo sobre o mercado brasileiro de *E-Commerce* para o ano de 2017. Dentro deste estudo é definido um indicador nomeado Taxa de Conversão, que é a relação entre a quantidade de

pedidos feitos na plataforma e a quantidade de visitas que essa plataforma recebeu. Um dos maiores desafios do E-Commerce é elevar essa taxa, ou seja, fazer com que consumidores passivos efetivamente venham a comprar. A Tabela 1 demonstra a taxa de conversão divulgada pelo estudo para os estados do Nordeste:

Tabela 1 – Taxa de conversão do E-Commerce para os estados do Nordeste

ESTADO	TAXA DE CONVERSÃO
Bahia	1,0%
Maranhão	0,9%
Rio Grande do Norte	0,9%
Sergipe	0,9%
Piauí	0,9%
Ceará	0,8%
Alagoas	0,8%
Pernambuco	0,7%
Paraíba	0,7%

Fonte: Elaboração própria com base em Atlas (2017).

A Bahia é o estado no Nordeste com a maior taxa de conversão (1%). O estudo apontou média nacional de 1,4% e, o estado com a maior média, fora Santa Catarina, com 1,7% (ATLAS, 2017). Isto indica que o consumidor baiano, no mercado de *E-Commerce*, comparado aos demais consumidores do nordeste, compra mais na proporção ao número de visitas.

À primeira vista uma taxa de conversão de 1% pode parecer muito baixa ou até mesmo irrelevante. Mas uma questão importante é que o denominador dessa relação é muito grande, pois engloba a quantidade de pessoas que visitam plataformas de compra virtual diariamente, para fazer cotações ou mesmo ficar atualizada de eventuais ofertas. Quando se enxerga o montante de dinheiro que é movimentado no mercado de E-Commerce, tem-se a real dimensão do que é este comércio eletrônico. A Tabela 2, localizada na página seguinte, tem base nos dados do portal Ebit, que mede o comércio eletrônico brasileiro. Em todas as datas de sazonalidade consideradas na pesquisa houve crescimento, na comparação 2015/2016. Destaque para o dia dos namorados, o dia dos pais, e dia das crianças e a Black

Friday, ambos com expansão acima de duas casas decimais. No agregado destas datas o E-Commerce brasileiro cresceu nove pontos percentuais.

Ainda segundo a pesquisa, em 2015 o comércio eletrônico faturou R\$ 41,3 bilhões. Em 2016 esse montante cresceu para R\$ 44,4 bilhões. A expansão registrada foi de 8%. O Comércio eletrônico tem sido cada vez mais demandado em virtude de, na maioria das vezes, dispor de menores preços e maior comodidade, fatores bastante relevantes para a compra ou não de um bem ou serviço.

Tabela 2 – Sazonalidade do E-Commerce 2015/2016, montante de dinheiro movimentado e taxa de crescimento

SAZONALIDADE	2015 (R\$ Bilhões)	2016 (R\$ Bilhões)	CRESCIMENTO
Dia das mães	1,51	1,62	7%
Dia dos namorados	1,43	1,65	15%
Dia dos pais	1,51	1,76	17%
Dia das crianças	1,47	1,66	13%
Black Friday	1,64	1,9	16%
Natal	7,4	7,7	4%
Total	14,96	16,29	9%

Fonte: Elaboração própria com base em Atlas (2017).

O crescimento do *E-Commerce* em todas as datas sazonais pontuadas demonstra a consolidação desta nova forma de comercialização. Países mais desenvolvidos econômica e tecnologicamente podem vir a ter, pela plataforma de *E-Commerce*, taxas de crescimento inclusive maiores dos que os registrados no Brasil, visto que a comercialização se dá por ambientes virtuais de internet, que são mais apurados em países desenvolvidos.

1.4 O Comércio e o Desenvolvimento Econômico

No recorte das três últimas décadas do século XX o comércio cresce em países com renda média alta. Na virada do milênio, no Brasil, essa atividade tinha relevância maior que a indústria agregada com transporte. Esses últimos setores demandariam crescer quatro pontos percentuais para se igualar ao comércio, o que representaria dentro do segmento um avanço

de 42%. A atividade comercial apresenta então maior desenvoltura em países com, pelo menos, rendas médias altas.

Isto empiricamente faz todo sentido na teoria Keynesiana, uma vez que o consumo é uma função da renda (KEYNES, 1996). Isso não significa dizer que em países de rendas médias baixas não exista comércio. A diferença estrutural dentro do segmento é a característica endógena desse comércio. A representatividade do comércio está descrita na Tabela 3, na próxima página. Países mais pobres consomem bens de menor valor agregado, na sua maioria alimentos e grãos, que no mercado internacional, por serem *commodities*, têm seus preços ajustados para baixo. O comércio nessas situações tem seu ‘Mix’ e diversificação reduzido, não havendo demanda para produtos mais sofisticados dada a restrição orçamentária.

Tabela 3 – Estruturação ocupacional em países selecionados de renda média baixa/renda média alta (%)

CATEGORIAS		OCUPAÇÕES			
OCUPAÇÕES	ANOS	ADMINISTRATIVAS	COMÉRCIO	SERVIÇOS	TOTAL
Colômbia	1980	17,8	1,0	19,3	63,2
Colômbia	1990	20,1	1,0	17,1	64,1
Colômbia	2000	20,4	1,0	22,9	71,0
Equador	1974	3,8	8,0	12,4	30,5
Equador	1982	5,8	9,2	15,0	38,6
Equador	2002	6,1	1,1	24,4	49,6
Brasil	1980	9,6	7,7	19,5	46,0
Brasil	1993	10,4	10,7	22,1	55,3
Brasil	2001	12,7	13,4	23,3	70,8
Chile	1970	8,6	7,1	24,2	47,2
Chile	1993	13,9	11,9	13,2	50,7
Chile	2002	12,7	13,0	14,4	68,2

Fonte: Adaptado de Kon, (2004, p. 70).

A ocupação em meio comercial está representada na Tabela 4. Quando comparadas as representatividades da atividade comercial dentre os países por nível de renda existe uma estratificação nítida da relevância da atividade.

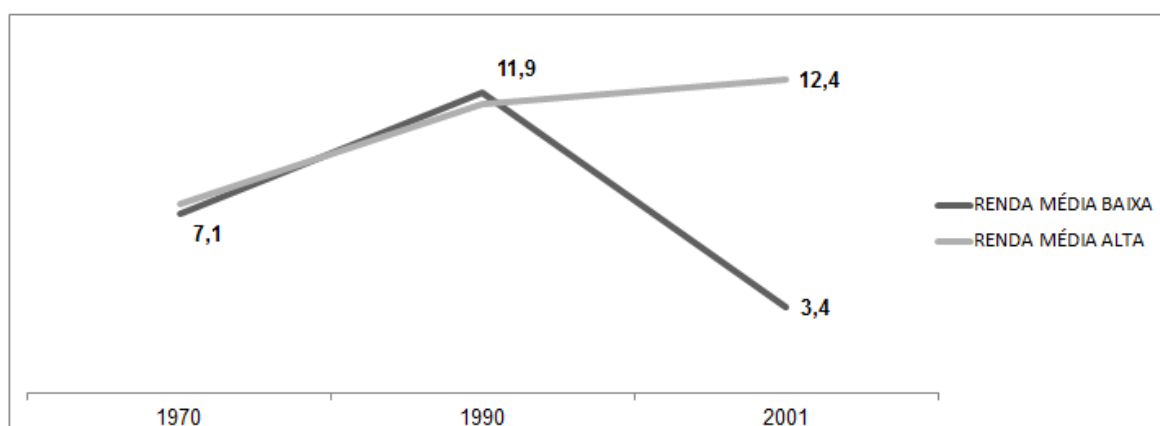
Tabela 4 – Estrutura ocupacional do comércio por nível de desenvolvimento (%)

PERÍODO	RENDA BAIXA	RENDA MÉDIA BAIXA	RENDA MÉDIA ALTA	RENDA ALTA
1970	5,4	7,1	7,5	10,5
1990	9,7	11,9	11,4	12,2
2001	6,3	3,4	12,4	11,3

Fonte: Adaptado de Kon, (2004, p. 80).

No entanto, num recorte temporal de três décadas, essa disparidade começa a ocorrer a partir de 1990 e só se torna gritante já no século XXI. As estruturas ocupacionais entre países de rendas médias altas e baixas, tanto em 1970 quanto em 1990 estiveram bem próximas, e ambas registrando crescimentos parecidos até 1990, como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Estrutura ocupacional do comércio por nível de desenvolvimento entre 1970 e 2001 (%)



Fonte: Adaptado de Kon (2004, p. 80).

Um evento histórico em relação ao comércio internacional ocorre exatamente na faixa do gráfico em que as disparidades começam a aparecer, na década de 1990: a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC). Datada de 1º de Janeiro de 1995, a OMC nasce, em suma, como uma forma melhorada e modernizada das regras de comércio internacional

datadas de 1947 e nomeadas como Acordo Geral de Tarifas e Comércio, no original inglês *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT).

O GATT era a vertente legislativa da Organização Internacional do Comércio (OIC) fundada em março de 1948 na cidade de Havana, capital cubana. A OIC regulamentou as relações de comércio entre países no período exatamente posterior à segunda guerra mundial. Dentre as suas principais normatizações, Mesquita (2013, p. 27) menciona:

O GATT admite a proteção do mercado doméstico. A ideia, no entanto, é de que essa proteção seja moderada, previsível e permita o funcionamento, ainda que de maneira atenuada, do princípio das vantagens comparativas.

Isso se traduz em quatro regras gerais:

(1) cláusula de nação mais favorecida, para equalizar as condições de concorrência entre os fornecedores externos; (2) tratamento nacional, para que, uma vez superados os obstáculos na fronteira, o produto importado não seja discriminado em relação ao comércio doméstico; (3) proteção exclusivamente por meio de tarifas e (4) transparência, para assegurar previsibilidade. Essas quatro regras gerais são detalhadas ou complementadas por uma série de artigos destinados a impedir ou, pelo menos, disciplinar as medidas protecionistas mais comuns no período entre guerras (MESQUITA, 2013, p. 27).

Em 1994, as regras do GATT original foram revistas com caráter de atualização. As relações de comércio em muito tinham se alterado em quase meio século e necessitavam de uma revisão. Dentre as principais mudanças estavam revisões de taxas de importações, restrições comerciais, limites estabelecidos via balanço de pagamentos dentre outros.

A principal mudança no que diz respeito ao GATT de 1947 está nas normas para produtos de tecnologias mais avançadas. Na década de 1990 o progresso técnico já era uma realidade talvez até inimaginável em alguns países do mundo em momentos históricos anteriores. No documento de 1947 não existiam imposições que restringiam ou vedasse a comercialização de um mesmo produto somente por este ser importado, por exemplo.

A questão é que, na década de 1990, os países que despontavam nas mais modernas tecnologias do mundo eram países justamente com rendas médias altas. O vale do Silício, nos Estados Unidos, já liderava as mais modernas tecnologias e sediava as mais renomadas empresas no segmento, e o Japão já se destacava juntamente com Coreia do Sul e Singapura.

As medidas do GATT 1994 favoreceram a comercialização desses produtos, que por ter a melhor tecnologia do mundo naquele período empregada tinha seu valor agregado elevado. Os países com rendas médias baixas, em primeiro lugar, não acompanharam essa

produção e, de igual maneira não detinham poder aquisitivo para que na média todos os seus habitantes pudessem ter acesso a esses bens.

É natural que os países que se encontram na fronteira do progresso técnico produzam maior quantidade de regulamentos técnicos e, por conseguinte, exerçam maior influência na determinação dos padrões internacionais (MESQUITA, 2013, p. 52).

Bastos, Perobelli e Fernandes (2010) demonstram que existem serviços indutores e outros que são induzidos pelo desenvolvimento. Nessa subdivisão estaria o comércio classificado como induzido pelo desenvolvimento. Ou seja, ele é mais forte onde existe um desenvolvimento econômico precedente à atividade. Em locais com menor desenvolvimento econômico, o comércio não teria a relevância de impulsionar e atuar no desenvolvimento local. Essa divisão está demonstrada no Quadro 1.

Quadro 1 – Subsetores de serviços indutores e induzidos pelo desenvolvimento

Indutoras do desenvolvimento	Induzidas pelo desenvolvimento
Transporte terrestre; transporte aquaviário; transporte aéreo; atividades anexas de transporte e agências de viagens; correio e telecomunicações; intermediação financeira e previdência complementar; atividades auxiliares da intermediação financeira, seguros e previdência complementar; atividades imobiliárias; aluguel de veículos, máquinas e equipamentos sem condutores ou operadores; atividades de informática e serviços relacionados; pesquisa e desenvolvimento; serviços prestados principalmente às empresas; educação; saúde e serviços pessoais	Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas; comércio a varejo de combustíveis; comércio por atacado e representantes comerciais e agentes do comércio; comércio varejista e reparação de objetos pessoais e domésticos; alojamento e alimentação; administração pública, defesa e seguridade social; limpeza urbana e esgoto e atividades relacionadas; atividades associativas; atividades recreativas, culturais e desportivas; serviços pessoais; serviços domésticos e organismos internacionais.

Fonte: Bastos, Perobelli e Fernandes (2010, p. 8).

A prestação de serviços pelo comércio seria então um termômetro de desenvolvimento local. Keynes percebeu isto na formulação de sua função de consumo. Este é dado na teoria Keynesiana por um consumo autônomo, que independe de desenvolvimento (alimentação, vestimentas) agregado do consumo induzido pelo rendimento. Este seria maior ou menor a depender da propensão local ao consumo do país/região e dos rendimentos dos seus habitantes (KEYNES, 1996).

Sendo parte da equação de consumo Keynesiana em função dos rendimentos, por associação compreende-se que, em países com rendas médias maiores, o comércio teria ‘terra fértil’ para progredir. A fatia do comércio que estaria na primeira parte da equação, contemplando bens básicos, não seria tão sensível ao desenvolvimento. O consumo de bens de

maior valor agregado, na média, empiricamente se dá com maior expressão em países desenvolvidos.

Esse instrumental teórico é válido também para regiões territoriais menores, como estados ou municípios. Estados com maior grau de desenvolvimento dentro de um país tendem a ter um maior consumo de serviços, assim como um maior volume de movimentação pelo comércio. De igual maneira, municípios mais desenvolvidos dentro de um estado tendem à mesma situação.

2 O COMÉRCIO E A GERAÇÃO DE EMPREGOS

2.1 O comércio e os Agentes de Distribuição

Após a revolução industrial no final do século XVIII os níveis de comércio se expandiram massivamente. Mesmo as relações comerciais internas, entre regiões de uma mesma nação, tiveram saltos exorbitantes de volume. A própria revolução industrial é a vertente dessa expansão, uma vez que as produções em momentos históricos anteriores não comportavam essa escala historicamente atingida.

As comercializações davam-se, na sua maioria, em localizações geográficas muito próximas ou até coincidentes às da produção. Os meios de transporte eram rudimentares, o que impossibilitava um maior alcance logístico dos produtos. Até mesmo o comércio internacional, com o advento das grandes navegações, era limitado.

As cidades litorâneas aonde as embarcações chegavam e partiam tinham a maior concentração comercial da nação, até mesmo por uma questão de otimização dos custos. A demanda nesse cenário se limitava à capacidade de absorção daquela microrregião, mesmo existindo capacidade de expansão ao se adentrar ao território da nação.

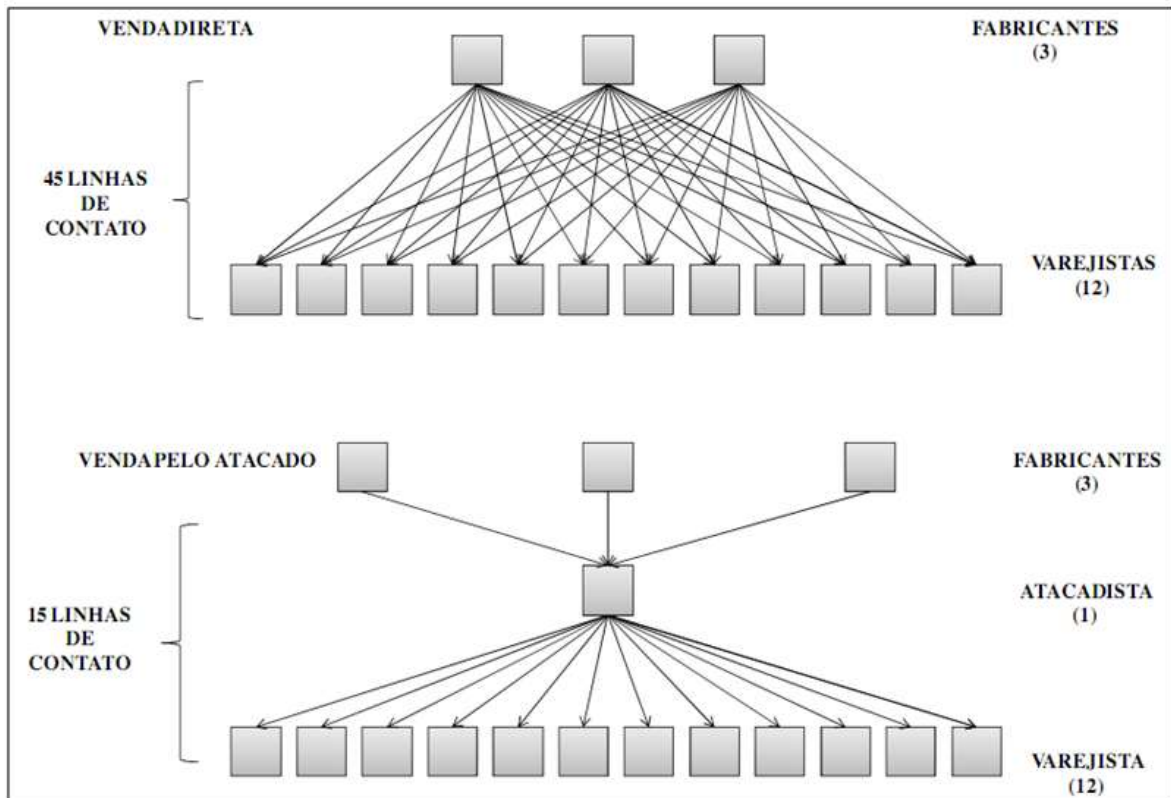
O impasse, no entanto, era o custo que essa operação agregaria à produção. Outro fator preponderante é que algumas indústrias já produziam em escala. Fazer operações logísticas dessa natureza elevaria os preços no pequeno varejo do interior, o que poderia retrainir demanda exatamente no período histórico de aumento de produtividade.

A presença, então, de um agente responsável economicamente pela distribuição da produção industrial tornou-se imprescindível. Esse agente canalizaria a produção de mais de uma indústria no ‘desbravamento’ da oferta internamente ao país. Todos os clientes que fossem alcançados por esse distribuidor teriam acesso a um portfólio com mais de uma indústria. Isso otimizaria exatamente o custo logístico, uma vez que não seria necessário cinco fretes para que o varejo tivesse acesso a cinco tipos de produto.

(SOUZA, 2016) demonstra graficamente esse movimento através de linhas de transmissão. Na venda direta com três fabricantes e 12 varejistas, 45 linhas de contato seriam necessárias para que os produtos chegassem aos varejos. Quarenta e cinco fretes seriam demandados para a conclusão desse trabalho.

Na venda pelo atacado, o número de fretes reduz para 15. O distribuidor atua como um link entre indústria-varejo. Essa redução de 66% nos fretes faz com que o produto fique mais barato no varejo, estimulando o seu consumo por demandar um desembolso menor ao consumidor final, como demonstra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Eficiência contratual



Fonte: Souza (2016, p. 43).

A presença do distribuidor possibilita então um aumento de demanda, não porque o número absoluto de consumidores aumentou, mas em virtude de um maior número de consumidores terem acesso aos produtos com um preço menor em virtude de uma diminuição do custo.

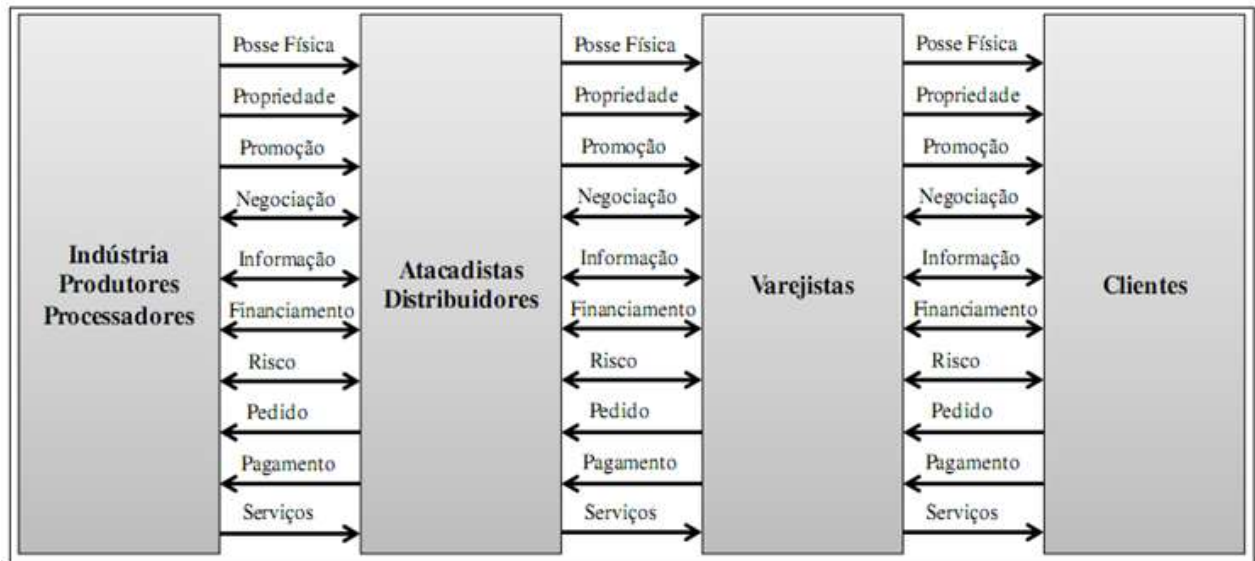
O canal de distribuição consiste no conjunto de organizações interdependentes, envolvidas no processo de tornar um produto ou serviço disponível para uso ou consumo (COUGHLAN, 2012).

A interdependência é característica fundante nessa relação. Nenhum dos envolvidos é capaz de operar por um grande período de tempo isoladamente. Isso porque a cadeia desenhada entre Indústria-Distribuidor-Varejista-Cliente precisa de todos os seus elos operando.

Num cenário em que a indústria deixa de fornecer ao distribuidor, os produtos não chegarão aos varejistas. Se em outro cenário o distribuidor deixa de atender uma cidade por questões logísticas, os produtos também não chegarão aos varejistas. Uma vez que não se têm produto no varejista não haverá consumo. Nesse caso, não por falta de demanda, mas por uma atrofia nas linhas de comércio desenhadas nessa relação.

Souza (2016) demonstra alguns fluxos dentro do processo de distribuição. Estes ocorrem nas diferentes esferas da cadeia. Alguns ocorrem em sentido unilateral e outros em duas mãos. O êxito das relações comerciais depende da operacionalidade de todas estas vertentes, com relevância maior entre as unilaterais. É isso que demonstra o Gráfico 3.

Gráfico 3 – Fluxos de Marketing nos canais de distribuição



Fonte: Souza (2016, p. 41).

A existência dos agentes de distribuição possibilitou a presença dos produtos nos varejos de todo o mundo. Atualmente as relações indústria-varejo ocorrem em escalas quase que nulas. Na Bahia, segundo Associação dos Agentes de Distribuição da Bahia (ASDAB, 2017), cerca de 500 empresas operavam prestando esse serviço em maio de 2017.

Os agentes de distribuição são responsáveis pelo fornecimento de produtos alimentícios industrializados, bebidas, produtos de higiene pessoal, limpeza doméstica, produtos farmacêuticos, de perfumaria, papelaria e material de construção, entre outras categorias, para cerca de um milhão de pontos de venda em todo o país. Na Bahia, as cerca de 500 empresas do setor, com uma frota de mais de 13 mil veículos, garantem o abastecimento de mais de 70 mil pontos, entre pequenos mercados e supermercados de médio porte. São estabelecimentos varejistas que não têm volume de pedidos para adquirir produtos diretamente dos fabricantes. Segundo a consultoria Nielsen, 95% dos pequenos mercados (de um a quatro checkouts) e 40% dos supermercados médios (de cinco a 19 checkouts) são abastecidos pelos agentes de distribuição (Abastece BA, Ano VI, nº/37, Mai 2017).

Os agentes de distribuição têm extrema relevância na cadeia de abastecimento no estado da Bahia. Inúmeros empregos, diretos e indiretos, estão ligados a esse segmento de serviço comercial. No estado, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE,

2010), 239 municípios têm população inferior a 20.000 habitantes. Também nessas cidades os agentes de distribuição atuam, propiciando o abastecimento do comércio local.

2.2 Comércio atacadista/varejista e o emprego no Nordeste e na Bahia

Segundo dados da pesquisa anual do comércio, elaborada pelo (IBGE, 2015), 9.3 milhões de pessoas estavam formalmente empregadas em atividades comerciais, de atacado e varejo, ao final do ano de 2015 no Brasil. Deste total, 1.8 milhões se alocavam em segmento atacadista, e outras 7.5 milhões no comércio varejista.

Souza (2012, p. 45) conceitua os atacadistas como:

Compondo o canal de distribuição como membro intermediário, estão os atacadistas, conhecidos também como distribuidores, que se referem aos estabelecimentos comerciais que não vendem produtos em um número significativo aos consumidores finais, basicamente realizam a venda para estabelecimentos como varejista, comerciantes, usuários industriais, institucionais e comerciais.

Souza (2012, p. 50) ainda conceitua os varejos:

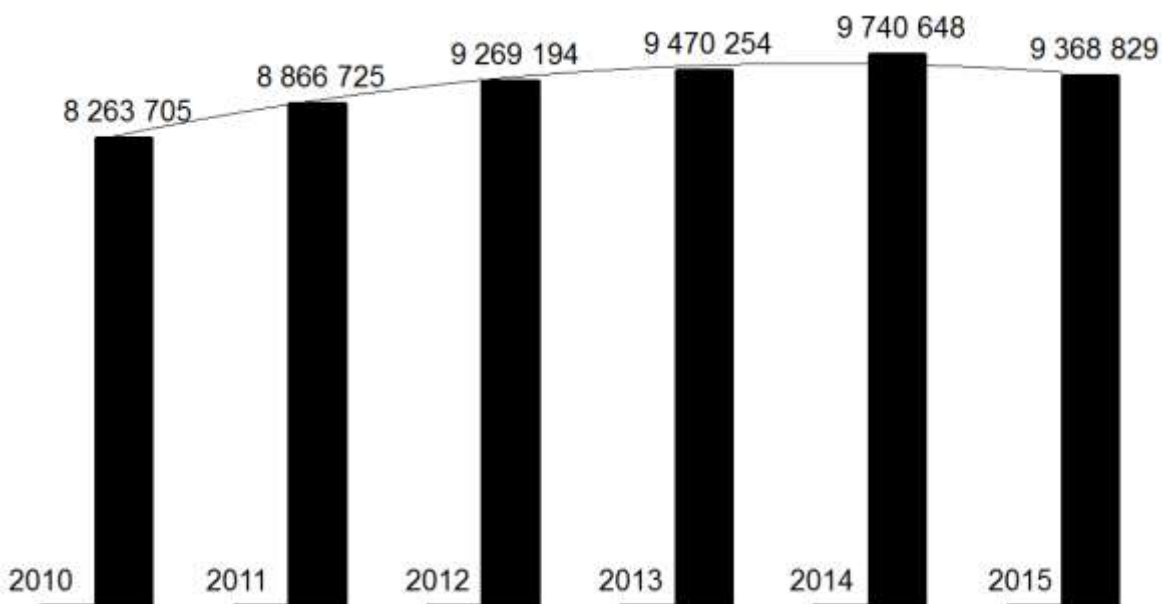
Varejo são as atividades envolvidas na venda de produtos e serviços a consumidores finais, e os varejistas são compostos de organizações engajadas basicamente na venda de mercadorias para consumo pessoal ou doméstico e na prestação de serviços ligados a venda de bens.

Em 2010, a mesma pesquisa mensurou 8.2 milhões de pessoas empegadas no segmento. Em cinco anos foram geradas, portanto, mais de 1.1 milhões de novos postos de trabalho na atividade comercial no Brasil, o que significa um crescimento de 11,80%. Nas esferas de atacado e varejo, as composições dos percentuais foram de crescimento de 12,77% na primeira, e de 11,56% na segunda. O atacado cresceu 1,21 pontos percentuais a mais que o varejo.

Apesar do crescimento expressivo registrado no período 2010/2015, a atividade fechou 2015 em queda com relação a 2014, de 3,82% no efetivo de empregos. O comércio encerrou 2015 com números absolutos de empregos formais inferiores aos de 2013. O ano de 2014 foi o ápice do total de empregados em atividades comerciais no Brasil. Foram registrados 9.7 milhões de pessoas trabalhando no segmento. No ano de 2014, o Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol da Fédération Internationale de Football Association (FIFA), evento em escala mundial que, por si só, movimentou consideravelmente as atividades comerciais no país. A vinda de turistas de todo o mundo elevou a demanda interna do país,

como também em outros segmentos, como turismo, hotéis e pousadas, dentre outros. A evolução do emprego no comércio, no Brasil, entre 2010/2015 está demonstrada no gráfico 4.

Gráfico 4 – Número de empregos no comércio – Brasil – 2010/2015



Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2015).

O ano de 2014 foi o ápice do total de empregados em atividades comerciais no Brasil. Foram registrados 9.7 milhões de pessoas trabalhando no segmento. No ano de 2014, o Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol da Fédération Internationale de Football Association (FIFA), evento em escala mundial que, por si só, movimentou consideravelmente as atividades comerciais no país. A vinda de turistas de todo o mundo elevou a demanda interna do país, também em outros segmentos, como turismo, hotéis e pousadas, dentre outros.

O crescimento registrado na atividade comercial de atacado e varejo no período 2010/2015 é considerável e expressivo. Segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED, 2015), a Indústria extrativa, de transformação e produção e distribuição de eletricidade, gás e água retraiu sua participação em 2,8% na comparação entre os setores nesse recorte de tempo.

O Nordeste Brasileiro acompanhou a crescente nacional no segmento atacadista/varejista. Em 2010, o contingente de pessoas empregadas no setor era de 1.3 milhões de pessoas. Ao final de 2015, esse montante passou para 1.6 milhões. O aumento do corpo de empregados foi de 21,03%, crescimento muito superior ao registrado em âmbito nacional.

O Brasil cresceu 13% o número de empregos no comércio em cinco anos. O Nordeste, no mesmo período, cresceu 23%. O crescimento do Brasil se deve também, com pontual relevância, ao crescimento do Nordeste. 285 mil novos postos de trabalho foram abertos na região, aproximadamente 27% do montante de novos empregos gerados em todo o país. Em todas as regiões foram registradas expansões absolutas em número de pessoas empregadas no comércio, no entanto percentualmente a região de maior crescimento foi à nordestina.

O Sudeste permanece sendo a região que mais emprega no comércio, até em virtude de ser ela o centro comercial do Brasil. Mais da metade das transações atacadistas/varejistas estão no eixo São Paulo/Rio de Janeiro/Minas Gerais/Espírito Santo. Sul e Nordeste vêm em seguida em grau de representatividade na geração de empregos. A Tabela 5 demonstra a evolução no total de empregos no período 2010-2015 (Em milhões), assim como a representatividade em escala nacional de cada região.

Tabela 5 – Empregos no comércio e representatividade de cada região do país – 2010/2015

REGIÃO	2010	2015	VAR %	% 2010	% 2015	VAR %
Norte	0,2	0,3	19%	3,0%	3,2%	0,1%
Nordeste	1,3	1,6	23%	16,7%	17,8%	1,1%
Sul	1,7	1,8	10%	20,8%	19,8%	-0,8%
Sudeste	4,3	4,9	13%	53,2%	52,8%	-0,5%
Centro Oeste	0,5	0,6	15%	6,3%	6,4%	0,1%
Brasil	8,2	9,3	13%	100%	100%	-

Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2015).

O Nordeste, no entanto, no acumulado do período 2010/2015 foi à região que melhor evoluiu na geração de empregos no segmento. Sudeste e Sul, apesar de aumentarem a oferta de postos de trabalho, caíram, mesmo que apenas sensivelmente, na representatividade do acumulado nacional. Nordeste, Centro Oeste e Norte aumentam seus percentuais, apesar de nessas duas últimas as elevações serem quase que ínfimas.

O Nordeste teve desempenho expressivo quando comparado às demais regiões. Em percentual a região cresceu 1,05%, encurtando sua distância na escala nacional com relação ao Sul. Composto por nove estados (Alagoas, Bahia, Sergipe, Ceará, Paraíba, Piauí, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Maranhão) o Nordeste tinha ao final de 2015 mais de 56

milhões de habitantes (IBGE, 2015), ficando atrás somente do Sudeste em número total de habitantes. A soma da população do Sul, do Norte e do Centro Oeste totaliza pouco mais do que a população Nordestina. Segundo (IBGE, 2015), das 17 cidades com mais de um milhão de habitantes no Brasil, cinco estão no Nordeste, sendo elas: Salvador, Fortaleza, Recife, São Luís e Maceió.

A Bahia é o estado nordestino com o maior número de habitantes (IBGE, 2015). Mais de 15 milhões de pessoas viviam em território Baiano ao final de 2015. Assim sendo, aproximadamente 18% da população da região se encontrava no estado. Naquele ano, com toda essa massa de habitantes, a Bahia teve destaque singular dentro na região no desenvolvimento do comércio atacadista/varejista entre 2010 e 2015.

Dos quase 285 mil empregos gerados na região, mais de 100 mil foram em terras baianas (37% desse total), como mostra a Tabela 6.

Tabela 6 – Empregos no comércio nos estados do Nordeste do Brasil – 2010/2015

ESTADO	2010	2015	VAR %	%2015 vs 2010
Maranhão	1,19	1,41	0,22	18%
Bahia	3,53	4,59	1,06	30%
Pernambuco	2,41	3,03	0,62	26%
Piauí	0,82	0,88	0,06	7%
Sergipe	0,57	0,65	0,08	14%
R. G. do Norte	0,96	1,17	0,21	22%
Paraíba	0,94	1,03	0,09	9%
Ceará	2,4	2,80	0,40	16%
Alagoas	0,72	0,84	0,12	17%
Nordeste	13,54	16,39	2,85	23%

Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2015).

Com esses números, a Bahia aumentou ainda mais sua soberania dentro da região. Em 2010 o estado respondia por 26% dos postos de trabalho no comércio nordestino. Em 2015 esse percentual se elevou dois pontos percentuais, perfazendo 28% (IBGE, 2015). Dessa forma, a Bahia foi o estado que mais ofereceu novos postos de trabalho em caráter absoluto de total de vagas e, ainda, o estado que mais elevou sua representatividade dentro da região. Os

demais permaneceram estagnados, variando menos de um ponto percentual tanto a maior quanto a menor.

O crescimento brasileiro na geração de empregos no comércio atacadista/varejista foi impulsionado pelo Nordeste, como demonstrou a Tabela 5. E o crescimento nordestino foi impulsionado pelo da Bahia, conforme mostrou a Tabela 6.

Segundo dados do IBGE (2015), a Bahia foi também o estado que mais cresceu em quantidade de ‘unidades locais com receitas de revenda’. Ou seja, o estado foi o que mais abriu novos pontos de venda, que comercializam as mercadorias e produtos com os consumidores finais. Esses tipos de estabelecimentos são característicos do varejo, sendo de menor porte e não reservando grandes estoques.

A Tabela 7 demonstra a evolução da região Nordeste aberta por estado, por quantidade de pontos de venda, operantes no recorte de tempo 2010/2015.

Tabela 7 – Evolução no número de estabelecimentos comerciais na região Nordeste – 2010/2015

ESTADO	2010	2015	% CRESC	% REPRES
Alagoas	12,8	12,3	-4%	4%
Bahia	63,2	84,3	33%	30%
Ceará	58,1	45,1	-22%	16%
Maranhão	20,1	28,1	40%	10%
Paraíba	21,4	19,9	-7%	7%
Pernambuco	35,0	45,2	29%	16%
Piauí	16,8	18,9	13%	7%
R. G do Norte	15,5	18,2	17%	6%
Sergipe	7,9	10,0	26%	4%
Nordeste	251,0	281,9	12%	

Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2015).

Entre aberturas de novas pessoas jurídicas e o fechamento de outras o Nordeste cresceu 12% em total absoluto de CNPJ. Percentualmente os crescimentos de Bahia, Maranhão, Pernambuco e Sergipe são os mais expressivos. Todos ultrapassaram 20% de expansão. O Maranhão, de forma peculiar, expandiu em 40% a quantidade de pontos de venda no segmento comercial.

Dentro do Nordeste, ao término de 2015, 30% das pessoas jurídicas que movimentam o atacado/varejo estavam situadas na Bahia. O estado, portanto, é o que mais cresceu em totais absolutos de abertura de novas empresas no segmento e o que gerou mais empregos em terras nordestinas.

Mais de 56 milhões de pessoas estavam situadas na região Nordeste ao término de 2015. Ao final do mesmo ano aproximadamente 282 mil pontos de venda com receita se encontravam operantes. A relação População/Pontos de venda é de 201 pessoas para cada ponto de venda. Na Bahia, no entanto, esse número é de 180 pessoas por ponto de venda.

Isto significa dizer, em valores absolutos, dizer que na Bahia o ponto de venda tem menos consumidores por unidade. Em contrapartida, pela ótica do consumidor, maiores são suas opções de escolha. Existem mais pontos de venda para atendimento, o que pode vir a facilitar deslocamentos para comprar, existindo mais unidades por habitante ocupando o território.

Mesmo sendo o estado mais populoso da região, existe maior eficiência em cobertura de atacados e varejos na comparação com a região. A Bahia, no ano de 2015, detinha quase 18% da população do Nordeste, com 30% dos atacados e varejos.

2.3 O comércio e o emprego formal na Bahia

O estado da Bahia ocupa no território brasileiro área de 567.295 Km², sendo assim o maior estado nordestino em expansão territorial, e está dividido em 417 municípios. Segundo dados (IBGE, 2015), sua população totalizava em torno de 15 milhões de habitantes, sendo também a maior do nordeste.

A dispersão da população em território tão vasto, no entanto, está alocada de maneira heterogênea. Dos 417 municípios do estado, apenas 17 apresentaram população acima de 100 mil habitantes ao término de 2015. Aproximadamente 42% de toda a população do estado estavam restringidas neste pequeno número de municípios. No outro extremo, existem 239 municípios que apresentam população inferior a 20 mil habitantes.

Assim, 42% do contingente da população se encontra situada em 4% do número total de municípios, e outros 19% do total de habitantes está presente em 57% do total de municípios (IBGE, 2015). Os municípios que têm população entre 50 e 100 mil habitantes totalizam 31. Entre 20 e 50 mil, outros 130. Isto está ilustrado na Tabela 8.

Tabela 8 – Dispersão da população por total de municípios

CLASSIFICAÇÃO	Nº DE MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO (em milhões)
Acima de 100 mil hab.	17	6,3
Entre 50 e 100 mil hab.	31	2,1
Entre 20 e 50 mil hab.	130	3,8
Abaixo de 20 mil hab.	239	2,8

Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2015)

O Mapa 1, com base em informações da Superintendência de Estudos Econômicos (SEI), demonstra a dispersão de um determinado leque de atividades econômicas (indústria, extração de petróleo, mineração, serviços, grãos, feijão, cacau, café, frutas, silvicultura, caprinocultura e bovinocultura) pelo território Baiano.

Mapa 1 – Distribuição Espacial de Atividade Econômica na Bahia

Fonte: SEI (2017).

Salvador, capital da Bahia, é o município mais populoso do estado, com quase três milhões de habitantes. Dos 17 municípios do estado com mais de 100 mil habitantes, seis estão em um raio menor que 200 quilômetros de distância da capital (Feira de Santana, Camaçari, Lauro de Freitas, Alagoinhas, Simões Filho e Santo Antônio de Jesus). Estas cidades mais a capital formam uma microrregião, que desloca a maior parte da atenção, seja dos investimentos públicos, seja da iniciativa privada.

O maior efetivo da atividade industrial do estado está nesta microrregião metropolitana. A Bahia demonstra enorme dispersão nas atividades econômicas dentro de seu território. A maior concentração está nas fronteiras, seja com outros estados (a Bahia faz fronteira com nove estados do Brasil), seja na região litorânea.

Existem, dessa forma, microrregiões de atividade econômica no estado, sendo as principais delas:

- Silvicultura na área do Extremo Sul do estado;
- Grãos na área Oeste do estado;
- Frutas na área Norte, assim como em pontos isolados no Sertão do Estado e na região Sudoeste;
- Indústria e Serviços na região metropolitana.

Os locais com maiores concentrações de pessoas são os que apresentam maior desenvolvimento econômico. A relação na verdade tem sua origem no inverso do pressuposto. Os locais com maiores concentrações de atividades econômicas são os que apresentam maiores concentrações de população. Afinal a região do Extremo Sul da Bahia foi palco do descobrimento do Brasil, tendo povoamento privilegiado desde o ano de 1500. A região Oeste é a que apresenta melhores condições naturais para o cultivo de grãos, e Salvador fora a primeira capital do País.

Existe um enorme vazio em termos de atividade econômica na maior parte do território baiano. Quase que a totalidade da área em branco no mapa 1 está situada na sub-região do território brasileiro chamada de sertão nordestino. Esse território é caracterizado pela meteorologia como área de distribuição irregular de chuvas, o que gera seca em períodos estendidos de tempo. Esse fator inviabiliza em grande proporção a prática de atividades agrícolas.

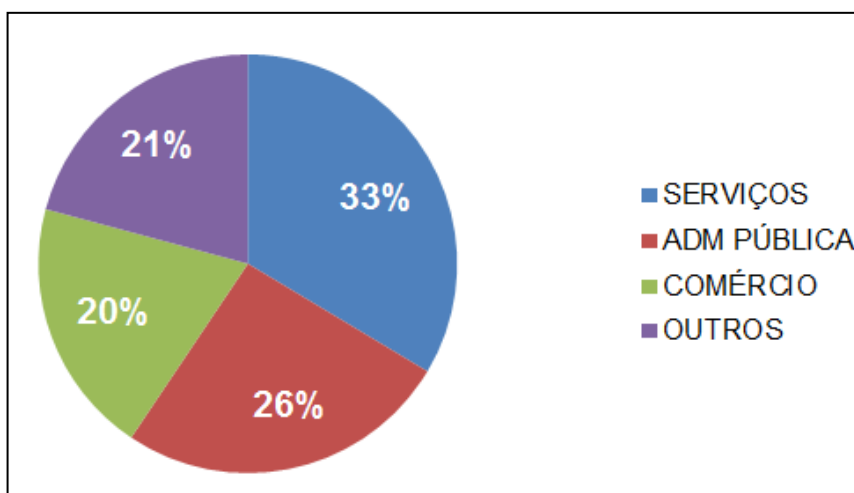
Em um número bastante restrito de municípios no sertão baiano existe a prática econômica de extração de minerais. Essa atividade apresenta significância restrita no contexto

macro da região. De igual maneira são as culturas de feijão e de criação de bovinos. Em relação à geração de empregos, não existe, portanto, uma atividade econômica que seja dominante no sertão da Bahia.

A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) apresenta oito grandes grupos de atividade econômica (Extrativa Mineral – Indústria de Transformação – Serviços Industriais de Utilidade Pública – Construção Civil – Serviços – Comércio – Administração Pública – Agropecuária/Extração Vegetal/Caça/Pesca) em sua leitura. Segundo seus dados, ao final de 2015, pouco mais de 2,3 milhões de pessoas estavam empregadas formalmente no estado em um destes oito segmentos.

A atividade de Serviços responde por 33% desse total. Em seguida está ranqueada a administração pública, que responde por aproximadamente 26% do número de empregados e em terceiro lugar o comércio, com 20% do total de empregos formais no estado. As outras cinco atividades juntas perfazem 21% do total de empregos formais na Bahia. A concentração dos empregos formais no estado se encontra nas atividades de serviços, administração pública e comércio, com 79% dos empregos formais gerados em 2015 distribuídos entre estas três atividades, como mostra o Gráfico 5.

Gráfico 5 – Empregos formais na Bahia por segmento IBGE



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

Dentre as três principais atividades, contudo, existe uma distinção relevante: a divisão espacial dos empregos. A atividade de serviços, que é a que mais emprega formalmente, é também a que tem a maior concentração espacial dos empregos quando comparada com comércio e administração pública. A Tabela 9 mostra isso.

Tabela 9 – Concentração das atividades por total de municípios na Bahia

	SERVIÇOS	COMÉRCIO	ADM PÚBLICA
Nº de municípios	12	41	186
% Concentração	80,95%	80,97%	80,90%

Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

São necessários 12 municípios para se chegar a 80,95% do total de empregos gerados pelos serviços no estado. O comércio, por sua vez, demanda de 41 municípios para atingir 80,97% do número de seus empregados, enquanto a administração pública, segmento que tem maior dispersão de empregados dentre os municípios chega a 80,90% do seu corpo de empregados ao atingir 186 municípios no estado.

É notória que grande parte da movimentação da economia na Bahia, principalmente no interior, está atrelada a administração pública, representada na maioria das cidades por prefeituras. O comércio, no entanto, ocupa posição de destaque pelo fato de ser uma das três principais atividades econômicas na Bahia e ter uma maior dispersão de número de municípios para perfazer 80% do total de empregados que o segmento de serviços, por exemplo.

Em 24 municípios da Bahia o comércio foi à atividade econômica que mais alocou trabalhadores com emprego formal ao término de 2015. Nesses municípios, mesmo existindo também atuação da administração pública, serviços, dentre outras atividades, o comércio foi o maior gerador de empregos formais. Parte destes municípios está localizada em regiões na Bahia em que outras atividades também são de extrema importância.

Em Jacobina e Brumado existe forte presença da mineração, mas o comércio foi a atividade que mais empregou em 2015. Luís Eduardo Magalhães, assim como toda a região Oeste do estado, é uma cidade conhecida pela forte cultura de grãos. No entanto, também lá o comércio é a atividade que mais gerou empregos formais. Juazeiro, no norte da Bahia, também teve o comércio como principal atividade geradora de empregos, apesar de ter forte produção de frutas.

A Tabela 10 demonstra os municípios onde o comércio é a atividade que mais emprega, assim como a representatividade deste montante de emprego sobre o total do município. Em alguns, o percentual sobre o total de empregos formais ultrapassa 40% de representatividade.

Tabela 10 – Municípios Baianos onde o comércio é a atividade que mais emprega

MUNICÍPIO	Nº EMPREGOS	% SOBRE TOTAL
Juazeiro	9.200	28%
Santo Antônio de Jesus	8.394	37%
Teixeira de Freitas	8.128	33%
Jequié	7.088	30%
Eunápolis	6.847	32%
Luís Eduardo Magalhães	6.621	33%
Cruz das Almas	4.395	38%
Irecê	4.304	41%
Paulo Afonso	4.253	29%
Guanambi	3.912	33%
Valença	3.389	30%
Jacobina	3.357	33%
Brumado	3.138	25%
Senhor do Bonfim	2.750	33%
Serrinha	2.568	30%
Ipiaú	1.737	35%
Seabra	1.230	35%
Capim Grosso	1.115	32%
Caculé	988	37%
Gandu	961	32%
Ituberá	723	28%
Itatim	601	44%
Paramirim	351	39%
Wenceslau Guimarães	159	42%

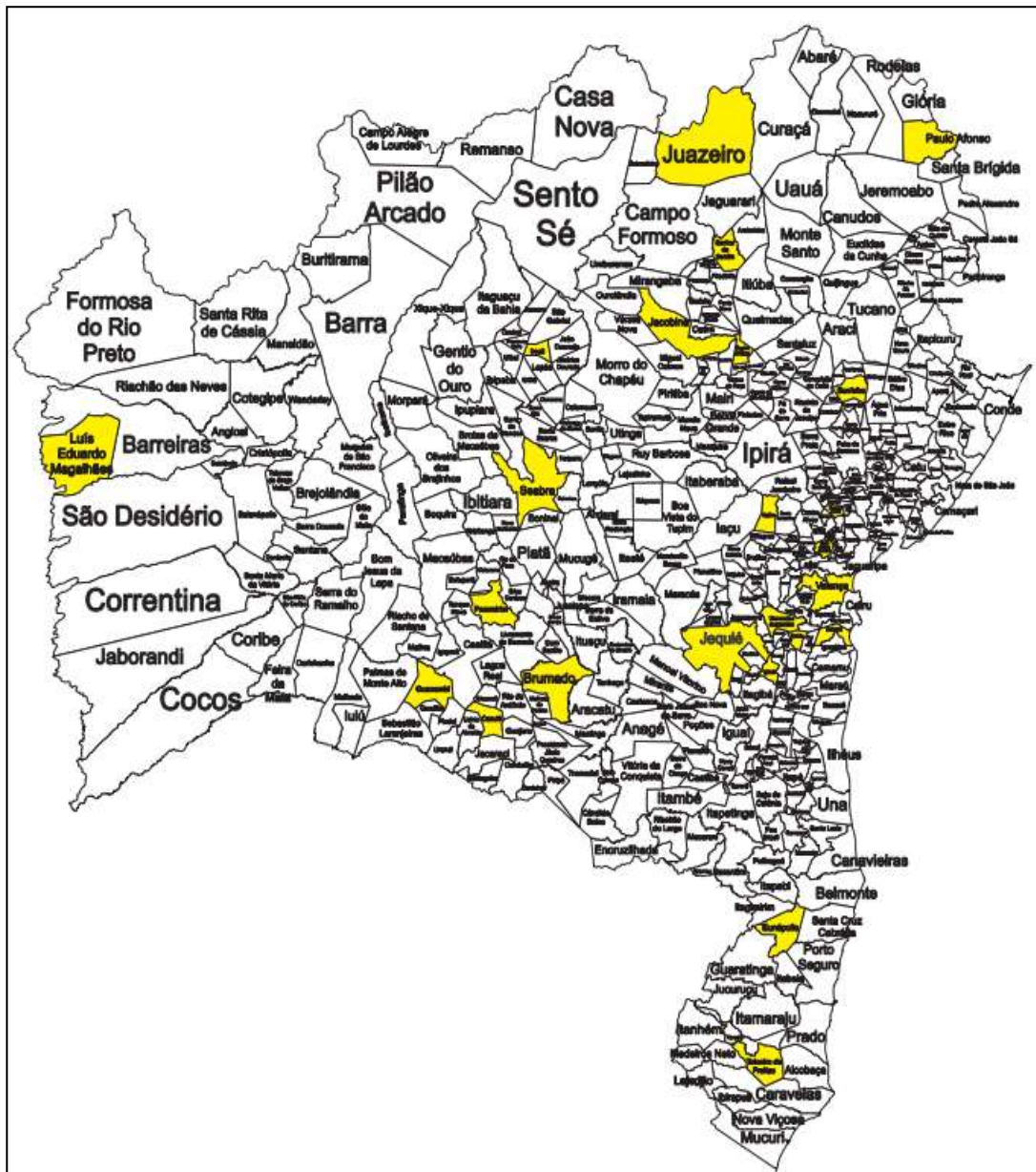
Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

Mesmo este estrito conjunto de municípios onde o comércio foi à atividade que mais empregou pode ser dividido em dois subgrupos. O primeiro é composto pelos municípios em que o comércio é dinamizado adjunto a outra atividade econômica que facilita sua prática. É assim que ocorrem as relações em Juazeiro, no Norte do Estado, com a produção de frutas, e em Luís Eduardo Magalhães, no Oeste, com a produção de grãos.

O segundo grupo é composto por municípios onde não se têm essa atividade dinamizadora que faça propulsão ao comércio. Na grande maioria são municípios com populações menores que as de Juazeiro (221.773 habitantes) e Luís Eduardo Magalhães (83.557 habitantes).

O Mapa 2 distribui espacialmente os 24 municípios onde o comércio lidera a geração de empregos formais.

Mapa 2 – Municípios da Bahia onde o Comércio é a atividade que mais emprega



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015)

A maioria dos municípios é pertencente ao segundo grupo citado anteriormente e estão alocadas no Sertão Nordestino. Muitas delas coincidem geograficamente com as áreas de fraca atividade econômica demonstradas no Mapa 1, como Jacobina, Seabra, Irecê, Paramirim e Caculé. Nestes municípios, mesmo tendo pouco dinamismo econômico, o comércio é a atividade que mais emprega.

3 A DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DO COMÉRCIO NO ESTADO DA BAHIA

3.1 O método da Análise Exploratória de Dados Espaciais (AEDE)

A econometria espacial é uma ramificação relativamente recente dentro do arcabouço científico da economia. Seus primeiros trabalhos datam da década de 1970, com o autor belga Jean Paelinck, em encontros da associação estatística holandesa. A econometria espacial acrescenta às técnicas da econometria convencional um entendimento geográfico dos fenômenos estudados, e suas relações com regiões vizinhas.

Neste sentido, Almeida (2012, p. 16) diz:

A econometria espacial é um ramo da econometria, tendo como escopo especificar, estimar, testar e prever modelos teóricos, influenciados pelos efeitos espaciais, usando dados em corte transversal ou em painel. Entretanto, na econometria espacial, as observações representam regiões, ou seja, bairros, distritos, setores censitários, regiões urbanas, zonas de tráfego, áreas de planejamento, municípios, microrregiões, mesorregiões, estados, países etc. Esse conjunto de técnicas econométricas surgiu no começo da década de setenta, e se desenvolveu rapidamente desde então.

O desenvolvimento das relações humanas, especialmente após a revolução industrial, criou no mundo moderno inúmeras interdependências. Unidades territoriais, sejam elas continentes, países, ou até municípios, relacionam-se com outras unidades territoriais, de alguma maneira. As relações de exportações e importações entre países seriam um exemplo destas interdependências.

Sobre isso, diz Mises (1979, p. 18):

Foram justamente aquelas primeiras fábricas que passaram a suprir, direta ou indiretamente, as necessidades de seus trabalhadores, através de exportação de manufaturados e da importação de alimentos e matérias-primas de outros países.

O comércio de manufaturas, matérias-primas e alimentos inicialmente ditava a maioria dessas relações. No entanto, na modernidade, essas relações tornaram-se um tanto quanto complexas. Entender geograficamente como a dinâmica está se dando é de suma importância para melhor compreender os fenômenos e seus comportamentos. É com este objetivo que surge a econometria espacial.

Segundo Almeida (2012), a evolução de qualquer ramo em econometria depende do desenvolvimento e convergência de três impulsos: o teórico, o metodológico e o tecnológico. É necessária teoria econômica que embase o estudo, de onde se possam formular hipóteses. São precisos também modelos econométricos, para especificar, estimar e verificar a teoria. E

é preciso, ainda, tecnologia e softwares estatísticos que sejam capazes de, com eficiência, processar modelos.

A evolução destes três impulsos, contudo, não se deu em períodos de tempo coincidentes. O impulso metodológico saiu na frente, já na década de 1970. O ano de 1979, no entanto, teve maior relevância. Foi nesse ano que Paelinck e Klaassen publicaram o livro *Spatial econometrics*, obra esta que define princípios e premissas que deveriam reger modelos econométricos espaciais. Ainda em 1979, Bartels e Ketellapper lançaram obras que abordam a análise exploratória de dados espaciais, mesmo ano em que Bennet trata sobre séries de tempo espaciais (ALMEIDA, 2012).

Embasado por esta evolução metodológica da econometria espacial, Luc Anselin defendeu sua tese de doutorado, em 1980, na Universidade de Cornell, sobre os métodos de estimação de modelos econométricos-espaciais. Oito anos mais tarde, o mesmo Anselin publicou o livro *Spatial econometrics: models and methods*. Esta obra acabou tornando-se um manual de econometria espacial, pois compilou sistematicamente conceitos e terminologias (ALMEIDA, 2012).

Os avanços teórico e tecnológico vão despontar na década de 1990. No campo das teorias cabe destaque para o trabalho de Paul Krugman, Masahisa Fujita e Anthony Venables. Publicado pela primeira vez no ano de 1999, a obra ‘Economia espacial’ traz uma abordagem da relação entre economia e espaço. A inserção da espacialidade no estudo de economias de escala ficou conhecida como “nova geografia econômica” (ALMEIDA, 2012).

A necessidade de tecnologia para a aplicação das teorias e dos modelos espaciais fez com que o desenvolvimento deste último impulso fosse acelerado dentro da década de 1990. Com a evolução tecnológica, aliado aos instrumentais teóricos e metodológicos, a econometria espacial despontou a partir do século XXI. Em 2006, foi criada a Associação de Econometria Espacial, que anualmente realiza uma conferência internacional.

A econometria espacial permite dimensionar geograficamente fenômenos como pobreza, desmatamento, homicídios, relações comerciais, serviços, imigrações, dentre inúmeros outros. Pode-se ainda realizar essa leitura ao longo de períodos de tempo, entendendo como se deu a evolução do que se esteja estudando no espaço e no tempo. Essa análise permite a constatação da presença ou não de dependência espacial entre regiões.

Um dos pressupostos da econometria convencional é a não presença de multicolinearidade, não podendo as variáveis manter relação entre si. A existência de correlação entre as variáveis enviesaria o modelo. No entanto, a econometria espacial não só

admite a presença de correlações entre as variáveis, como tem nessas correlações a fonte de seu estudo.

Um indicador referência nesse estudo é o índice de Moran. O I de Moran consiste em um coeficiente capaz de medir correlações espaciais. Este coeficiente é dado pela equação (1):

$$I = \frac{n \sum_i \sum_j W_{ij} Z_i Z_j}{S_0 \sum_{i=1}^n Z_i^2} \quad (1)$$

Onde o número de regiões geográficas que se esteja estudando é dado por n , enquanto z é o valor do coeficiente de uma região referência (número de empregos, por exemplo) e w representa os valores médios desta região referência para com seus vizinhos. Estes valores médios são obtidos por meio de uma matriz de ponderação, que indica não relação, concentração ou dispersão na variável estudada para determinada região e sua vizinhança. As Figuras 2 e 3 seguintes, explicam, geográfica e matematicamente, como são definidos os valores médios de uma região para com seus vizinhos.

Figura 2 – Fronteiras de uma região com seus vizinhos



Fonte: Elaboração própria.

Figura 3 – Matriz de autocorrelação espacial

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
B	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
C	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
D	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
E	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
F	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0
G	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
H	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0
I	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
J	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
K	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
L	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0
M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Fonte: Elaboração própria

No mapa, algumas regiões territoriais são nomeadas por letras. Essas regiões fazem fronteiras com outras regiões. A região *A*, por exemplo, é vizinha de *B, C, D, G* e *H*. A região *J*, é vizinha de *B* e *D*, e a lógica se estende dessa maneira para todo plano cartográfico. A matriz de autocorrelação espacial, demonstrada na Figura 3, consiste na disposição dessas relações de vizinhança em forma matricial. Valores correspondentes a 1 na matriz indicam que a região, posta na linha, é vizinha da outra região, posta na coluna. Valores correspondentes a 0 na matriz indicam que a região, posta na linha, não é vizinha da outra região, posta na coluna. Os quadros em laranja são onde as regiões se coincidem, ou seja, a região não pode fazer fronteira com ela mesma.

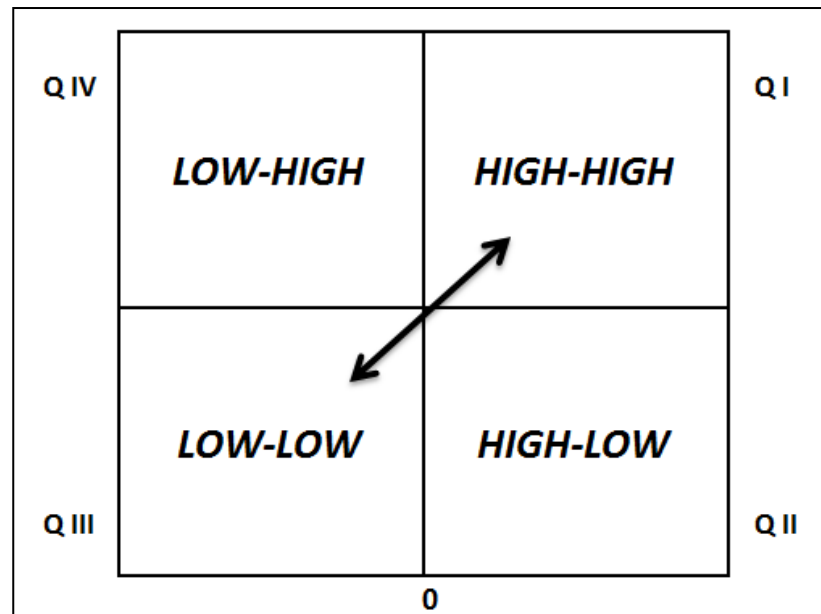
Nisto estão compostos os elementos espaciais de vizinhança. Na matriz, existem alguns espaços que demonstram concentração, onde os pontos 1 estão mais próximos uns dos outros. De maneira contrária, existem espaços onde não existe a presença do ponto 1. Isso significa dizer que a região não é vizinha de nenhuma outra. Isto é verificado nas linhas *E* e *M* da matriz, assim como na posição destas regiões no mapa. E existem ainda espaços que demonstram dispersão, onde ocorrem uma intercalação entre os pontos 1 e 0. A média extraída da resolução da matriz corresponde ao w da Equação (1), no cálculo do I de Moran.

Os resultados encontrados para o I de Moran variam entre -1 e 1. Valores positivos sinalizam autocorrelação espacial positiva, indicando que os dados estão concentrados através das regiões. Assim sendo, os valores dos coeficientes dos vizinhos variam juntamente com o da região. Valores negativos sinalizam autocorrelação espacial negativa, ou seja, nessa

circunstância os dados estão dispersos pelo plano, não existindo dependência dos vizinhos para com a região. Quanto mais próximo de 1, maior a concentração. Quanto mais próximo de -1, maior a dispersão. Valores iguais a zero sinalizam ausência de autocorrelação espacial (ALMEIDA, 2012).

Com base nos valores obtidos para o I de Moran, é estabelecido o diagrama de autocorrelação de Moran, como demonstra a Figura 4 abaixo:

Figura 4 – Diagrama de autocorrelação de Moran



Fonte: Elaboração própria.

O diagrama é disposto em quatro quadrantes, que respondem por:

- Em QI está alocada a classificação *High-High* (Alto-Alto). Pontos dentro deste quadrante significam que existe uma correlação espacial positiva entre as regiões, ou seja, ocorre uma concentração dos dados na região e nos seus vizinhos;
- Os resultados obtidos em QII, quadrante denominado *High-Low* (Alto-Baixo) demonstram regiões com alto valor para a variável analisada, porém cercada de vizinhos com baixo valor para esta variável;
- Em QIII encontra-se a classificação *Low-Low* (Baixo-Baixo), onde não existe correlação da região com seus vizinhos. Essa classificação é importante para entender regiões onde o que se estuda não se aplica com grande relevância;

- QIV é classificado como *Low-High* (Baixo-Alto). Nesse quadrante estão descritas regiões com baixo valor para a variável analisada, mas com vizinhos que apresentam alto valor para a variável;

Faltava, pois, dispor espacialmente as quatro classificações dadas pelo diagrama de autocorrelação de Moran em um plano cartográfico, uma vez classificadas as regiões (*High-High*; *High-Low*; *Low-Low* e *Low-High*). É esta a finalidade do Índice de Moran local. Nomeado como *Local Indicators of Spatial Association* (LISA) – Indicador Local de Associação Espacial –, que é dado pela equação (2):

$$I_i = z_i \sum_{j=1}^j w_{ij} z_j \quad (2)$$

Onde w a média encontrada na matriz de autocorrelação espacial desta região para com seus vizinhos e z o valor do coeficiente de uma região referência. A representação dos dados em álgebra da Equação (2) é a mesma da equação (1).

Os resultados obtidos no cálculo do I de Moran local (LISA) são classificados dentro dos quadrantes do diagrama de autocorrelação de Moran. Como cada quadrante corresponde a uma classificação diferente, é possível dispor espacialmente as classificações das regiões. O indicador LISA faz essa interação, entre o mapa e as classificações das regiões, cruzando os resultados obtidos no diagrama de autocorrelação e a disposição geográfica das regiões.

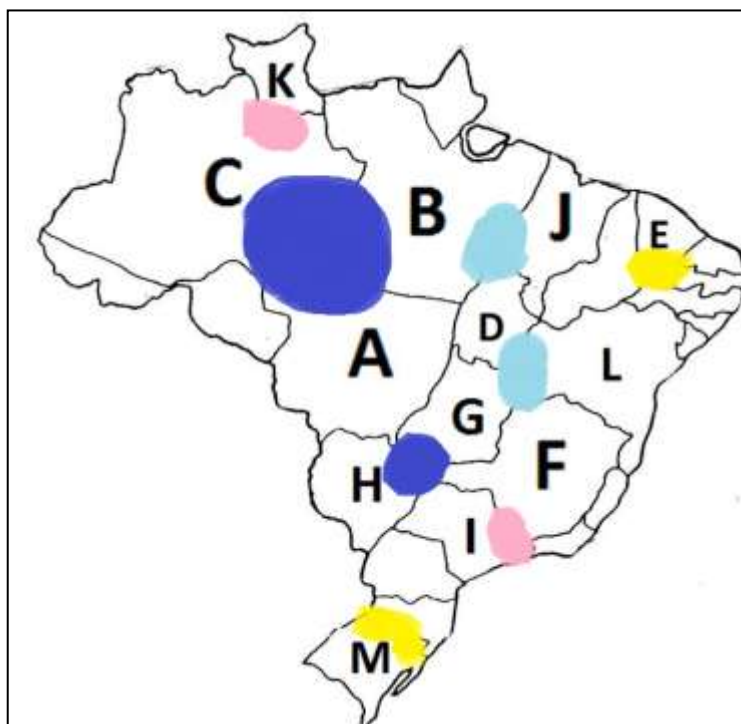
Esse mecanismo está disposto na Figura 5. Com a seguinte legenda para as cores: roxa – *High-High*, rosa – *High-Low*, amarelo – *Low-Low*, azul – *Low-High*.

Sobre a importância de distribuir espacialmente os resultados encontrados, Almeida (2012, p. 127) diz:

Como já foi visto, pode-se avaliar a associação linear espacial localizada pelo I de Moran local. Para cada observação é computado um I . Assim, obtemos n computações da estatística I e os seus respectivos níveis de significância. Essa copiosa quantidade de informação pode confundir o pesquisador, se colocada em tabelas. Uma forma mais eficiente de apresentar este conjunto de estatísticas é mapeá-las.

O texto a seguir deste trabalho apresentará os resultados obtidos conforme este instrumental econométrico, para o emprego no comércio (varejo e atacado) baiano, nos anos de 2000, 2005, 2010 e 2015.

Figura 5 – Fronteiras de uma região com seus vizinhos e níveis de concentração



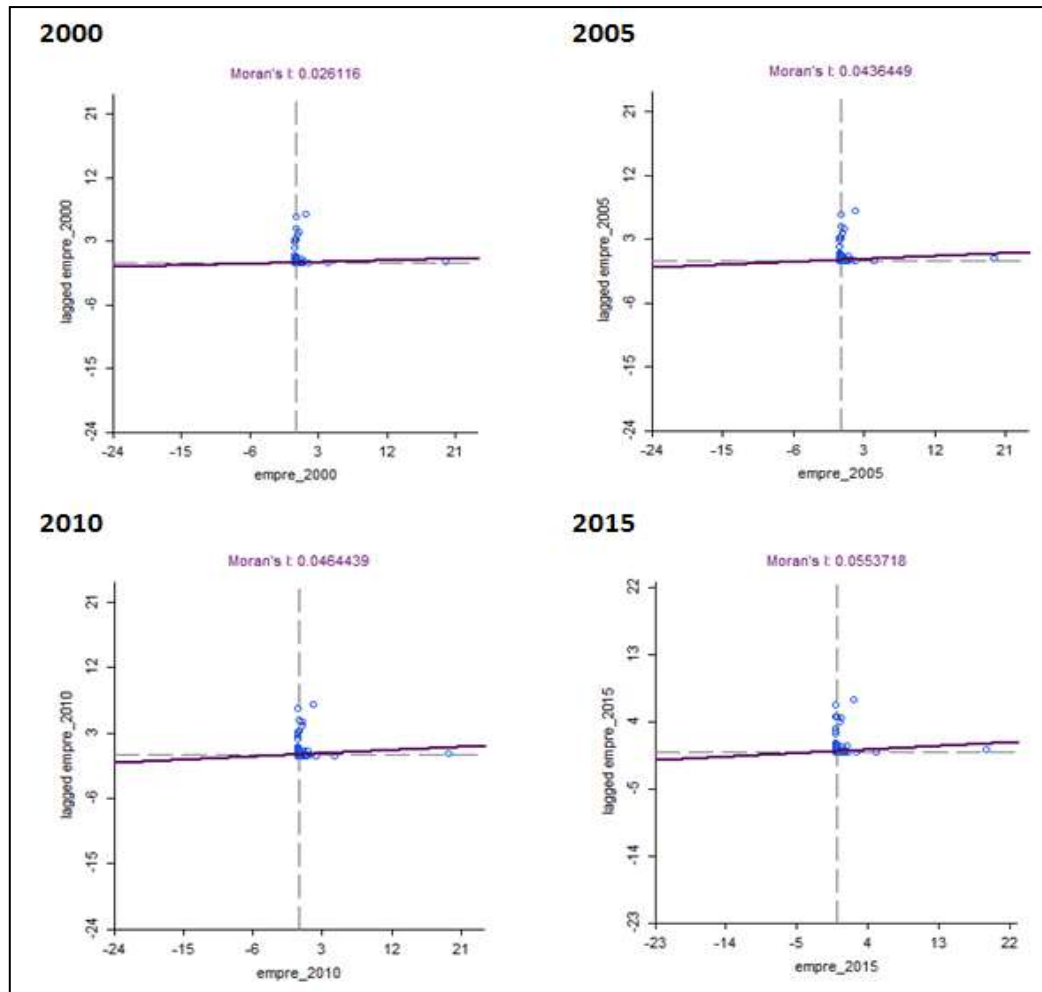
Fonte: Elaboração própria

3.2 Análise espacial do emprego no comércio da Bahia

Os dados das análises apresentada a seguir foram extraídos da Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho (MTE/RAIS, 2015), com base no número de empregos formais gerados pelo comércio nos anos de 2000, 2005, 2010 e 2015, nos 417 municípios do estado da Bahia. A leitura está dissociada em duas vertentes – comércio varejista e comércio atacadista –, observando as diferenças estruturais entre esses canais. A análise espacial foi realizada por intermédio do Software OpenGeoda.

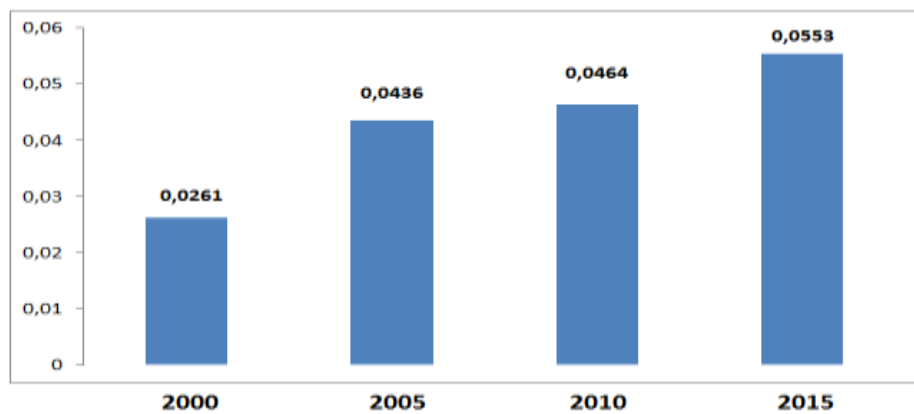
Para todos os anos da análise, os resultados obtidos para o *I* de Moran no canal do varejo ficaram bem próximos de zero, apesar de, no período 2000-2005, o indicador se elevar em mais de 50%, e em 2015 mais que dobrar com relação a 2000, quando chegou a 0,0553. Isso indica inexistência de autocorrelação espacial, demonstrando pouca interação entre os municípios, em nível estadual, quanto ao emprego no comércio varejista.

Figura 6 – Diagrama de autocorrelação espacial para o emprego no comércio varejista na Bahia – 2000-2015



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015)

Gráfico 6 – Índice de Moran para o comércio varejista na Bahia – 2000-2015



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015)

Apesar desse resultado, existem municípios do estado que impactaram efetivamente o emprego em vizinhos, como aponta as evidências demonstradas na Figura 6 e no gráfico 6, com a evolução do emprego formal no comércio varejista na Bahia no período 2000-2015.

Com base no indicador LISA, ilustrado adiante na Figura 7, verifica-se que, no Oeste do estado, os municípios de Barreiras e Luís Eduardo Magalhães se destacam, com ênfase maior para o segundo, que a partir do ano de 2005 assumiu maior relevância quando comparada à vizinha Barreiras. A região metropolitana da capital Salvador e sua vizinhança permanecem com a mesma pujança para os quatro anos da análise.

O município de Santo Antônio de Jesus, distante 108 quilômetros da capital, tem destaque a partir de 2010. Neste ano, assume classificação *High-Low*. Assim, mesmo estando cercado de municípios que não influenciem o emprego dos seus vizinhos no comércio varejista, o município impacta na geração de empregos nesse segmento nos seus adjacentes.

Situação idêntica é a de Seabra, na chapada diamantina. Até então classificada como *Low-Low*, a partir do ano de 2015 atinge a condição de *High-Low*, impactando nos empregos do comércio varejista de sua vizinhança.

Nos demais municípios não houve mudanças significativas. Regiões no sudoeste do estado, bem como as próximas à capital Salvador e também algumas do extremo sul permaneceram com suas classificações *Low-High*, tendo o comércio relativa expressão, mas não influenciando no emprego formal dos municípios vizinhos.

Os resultados obtidos para o comércio atacadista foram mais representativos estatisticamente que os do comércio varejista. Em 2000 o índice de Moran para o segmento era de 0,0321. Apenas cinco anos depois esse valor subiu para 0,0755, elevação de 135% em um curto espaço de tempo. Após uma década, em 2015, esse coeficiente chega a 0,1191, depois de ter alcançado 0,1197 em 2010.

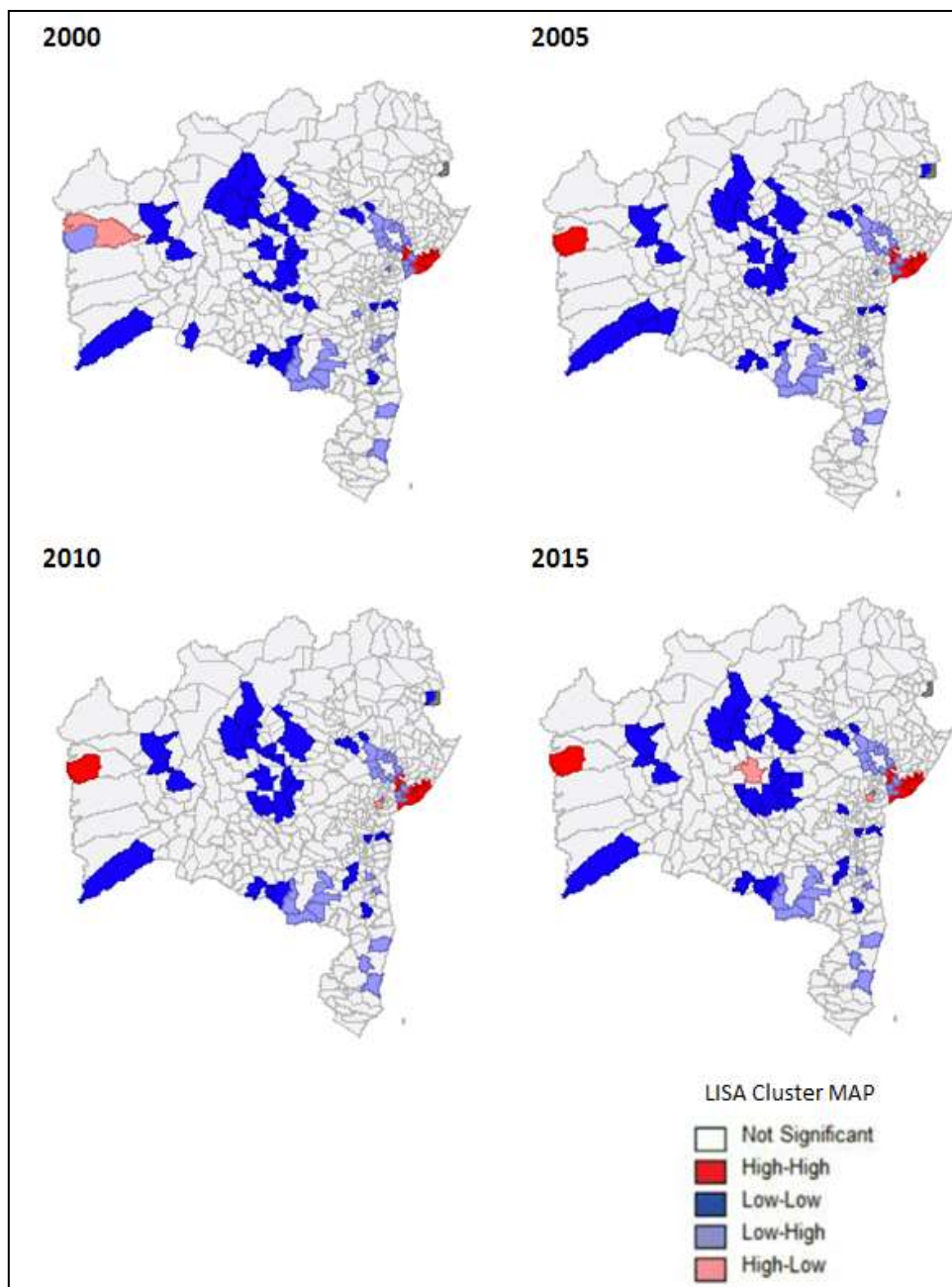
Em 2015, portanto, o comércio por atacado apresentou I de Moran = 0,1191, enquanto o comércio varejista teve I de Moran = 0,0553. O índice para o atacado é, assim, mais que o dobro do que o do varejo.

De igual modo ao varejo, as demonstrações estatísticas estão nas Figuras 8 e 9, que são, respectivamente, o diagrama de autocorrelação e distribuição espacial LISA, e no Gráfico 8, que consiste no gráfico da evolução do I de Moran para o atacado entre 2000 e 2015.

O município de Luís Eduardo Magalhães, no ano de 2000, detinha classificação de *Low-High*. Nos dos períodos seguintes, correspondentes aos anos de 2005 e 2010, seu status passou para *High-High*. Isto significa que, para o ano de 2000, o comércio atacadista do município não tinha influência na geração de empregos formais nos municípios vizinhos. Já a

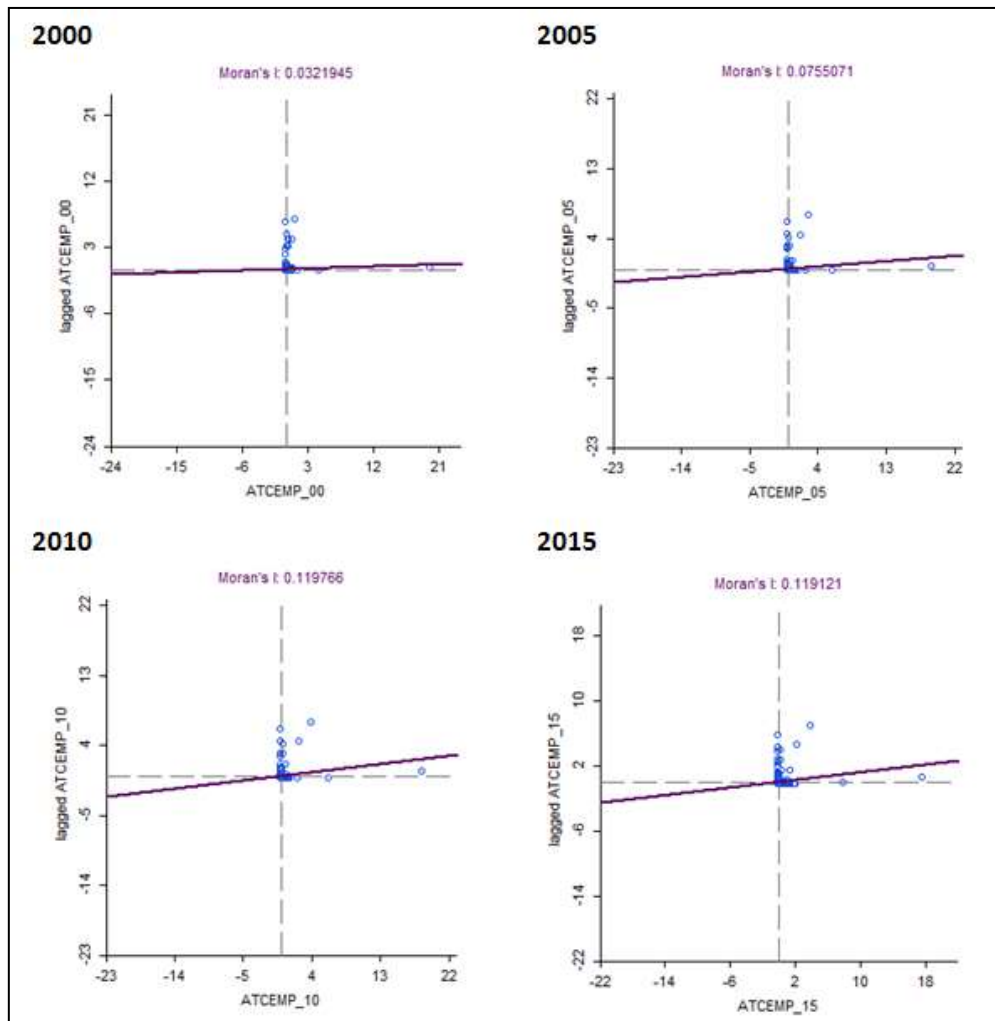
partir de 2005 esta realidade sofreu alteração. O comércio atacadista no município passou a empregar formalmente trabalhadores de sua vizinhança. No entanto, para 2015, último ano da análise, o município perdeu relevância para com os seus vizinhos.

Figura 7 – Índice local de Moran (LISA) para o número de empregos no comércio varejista na Bahia – 2000-2015



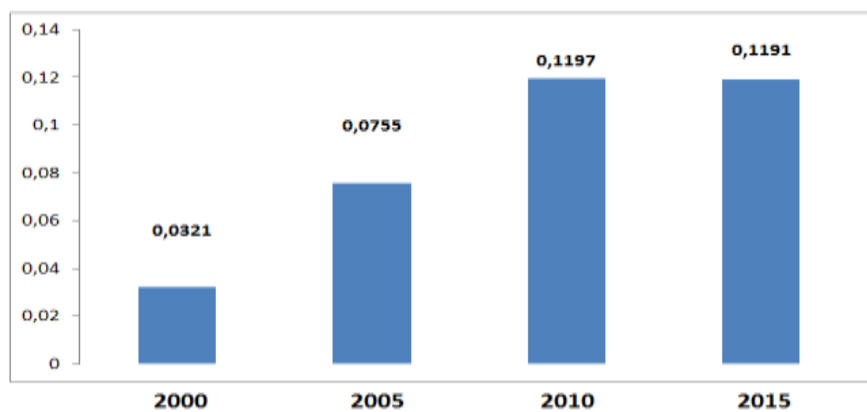
Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015)

Figura 8 – Diagrama de autocorrelação espacial para o emprego no comércio atacadista na Bahia – 2000-2015



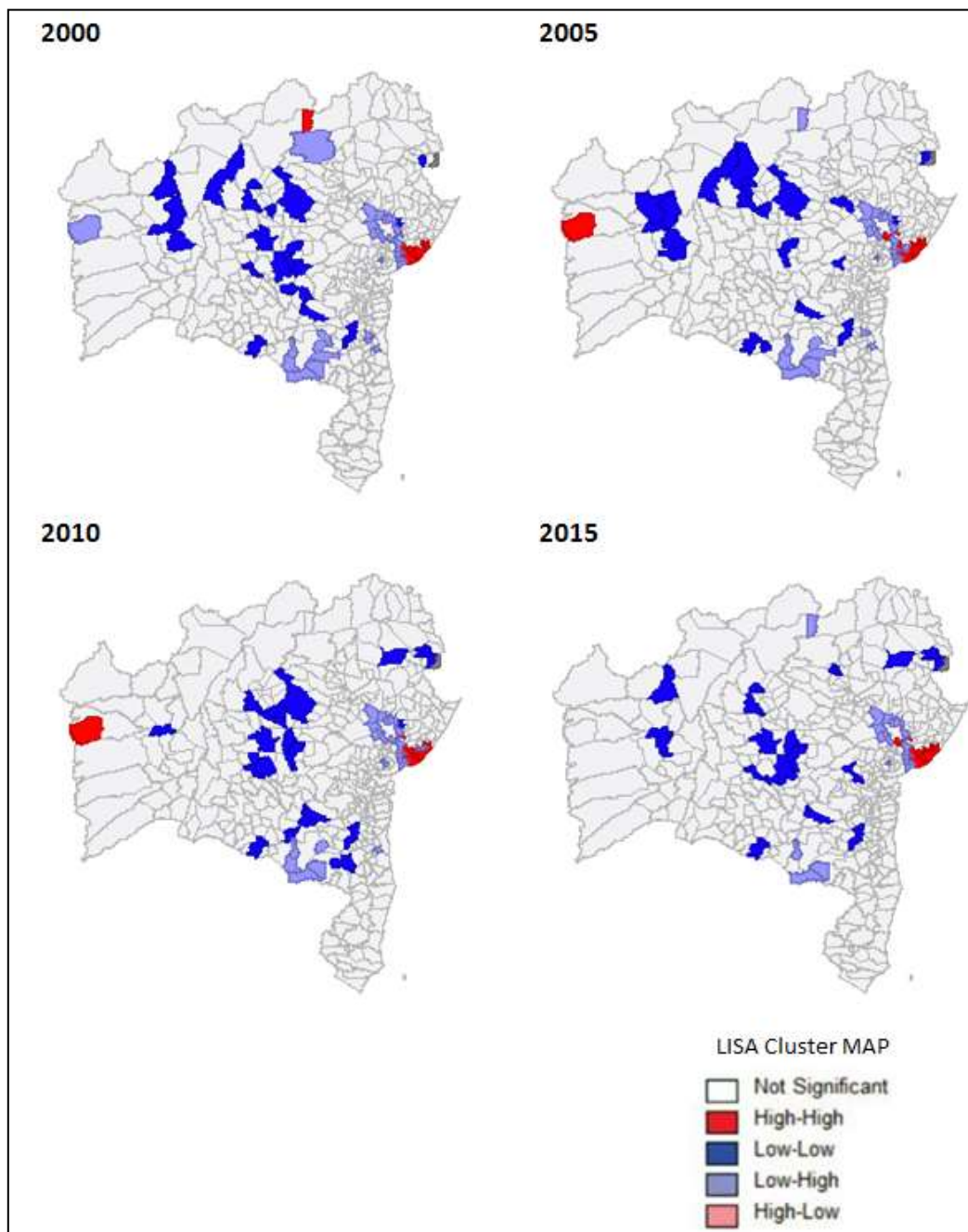
Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

Gráfico 7 – Índice de Moran para o comércio atacadista na Bahia - 2000/2015



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

Figura 9 – Índice local de Moran (LISA) para o número de empregos no comércio atacadista na Bahia – 2000-2015



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

O município é destaque também na geração de emprego no comércio varejista. Neste segmento, para o ano de 2000, Barreiras também despontava no mapa. A partir de 2005, Luís Eduardo Magalhães adquiriu relevância e passou a figurar como o maior destaque. Uma possibilidade é que parte dos atacadistas do município tenha migrado para o varejo, visto a

ausência de Luís Eduardo Magalhães no mapa do canal do atacado e sua consolidação no mapa do comércio varejista.

Salvador e região metropolitana, assim como no comércio varejista, figuram com extrema relevância para com a sua vizinhança para os quatro anos da análise. Esse cenário era esperado, visto a facilidade logística da capital, com opções de carga e descarga de mercadorias.

Na região Norte do estado um cenário chama a atenção. O município de Sobradinho, para o ano 2000, detinha classificação *High-High*. Para 2005 essa classificação passou a ser *Low-High* e para 2010 o município perdeu significância na análise espacial dos empregos formais no comércio atacadista.

Outro município que perdeu representatividade foi Campo Formoso, que faz fronteira com Sobradinho. Em 2000 detinha classificação *Low-High*, tendo o comércio por atacado, dentro do município, considerável importância na geração de empregos. A partir de 2005 esse município também perdeu significância estatística, permanecendo assim até 2015. Esses dois municípios juntos, detinham, segundo o IBGE, aproximadamente 100 mil habitantes em 2015, mas, no espaço de pouco mais de uma década, perderam sua expressão estatística no emprego no segmento atacadista.

Tal alteração chama a atenção, visto que, tanto para o comércio atacadista como para o comércio varejista, nos anos da análise, poucas foram as mudanças de classificação. E mesmo as mudanças existentes obedeciam a uma tendência, passando para quadrantes vizinhos no diagrama de autocorrelação. O município de Sobradinho ocupa três quadrantes diferentes entre 2000 e 2010, retornando em 2015 para a classificação que detinha em 2005. Cabe aqui uma análise um pouco mais sistêmica, mesmo não sendo este o objeto do estudo.

Os municípios de Juazeiro, na Bahia, e Petrolina, em Pernambuco, são cortados pelas águas do rio São Francisco. Esse privilégio hídrico proporciona, aos dois municípios, o desenvolvimento de práticas agrícolas, visto que, mesmo em períodos de seca, a irrigação de suas culturas é assegurada pela presença do rio São Francisco. Sobre isto, Bustamante (2009, p. 164) diz:

A região é conhecida em nível nacional por ter sediado projetos pioneiros de irrigação e ter recebido um grande volume de investimentos realizados pela companhia de desenvolvimento do Vale do São Francisco (Codevasf). A agricultura irrigada e, mais especificamente, a fruticultura irrigada, promoveram um grande dinamismo na economia e na estrutura urbana, tornando-se o aglomerado urbano mais próspero do Vale do São Francisco.

Em 2001, o então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso, através da lei complementar nº 113, de 19 de setembro de 2001, instituiu a Região Administrativa Integrada de Desenvolvimento do Polo Petrolina e Juazeiro. A região é composta por oito municípios, sendo quatro na Bahia (Casa Nova, Curaçá, Juazeiro e Sobradinho) e outros quatro em Pernambuco (Lagoa Grande, Orocó, Petrolina e Santa Maria da Boa Vista).

A produção de frutas na região não só gera empregos na atividade, como também no comércio, afinal a produção precisa ser comercializada. Estes impactos chegam também a municípios vizinhos, no que tange a geração de empregos formais. Conforme demonstra a Figura 5 (no capítulo anterior), caiu a relevância do comércio atacadista no norte do estado da Bahia, quanto à geração de empregos a partir do ano 2000. A Tabela 11 demonstra os empregos formais, no período 2000-2015, na Região Integrada Petrolina-Juazeiro.

Tabela 11 – Empregos no comércio atacadista na região integrada Petrolina-Juazeiro

MUNICÍPIO	UF	2000	2015	2000 vs 2015	GERADOS
Lagoa Grande	PE	6	7	17%	1
Orocó	PE	0	0	0%	0
Petrolina	PE	460	2361	413%	1901
Sta. M. da Boa Vista	PE	2	2	0%	0
Casa Nova	BA	11	156	1318%	145
Curucá	BA	10	7	-30%	-3
Juazeiro	BA	773	2345	203%	1572
Sobradinho	BA	555	21	-96%	-534
Área Pernambuco	PE	468	2370	406%	1902
Área Bahia	BA	1349	2529	87%	1180
Área Total	PE/BA	1817	4899	170%	3082

Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

Na região, no ano 2000, eram 1.817 empregos formais no canal atacado. Em 2015 esse total chegou a 4.899, crescimento de 170%. A integração da região fomentou fortemente o comércio por atacado. Mais de 3.000 postos de trabalho foram abertos no agregado dos oito municípios. No agregado de quatro municípios em cada estado, Bahia e Pernambuco registraram crescimento do emprego, não sendo o crescimento da região produto da expansão de somente um estado.

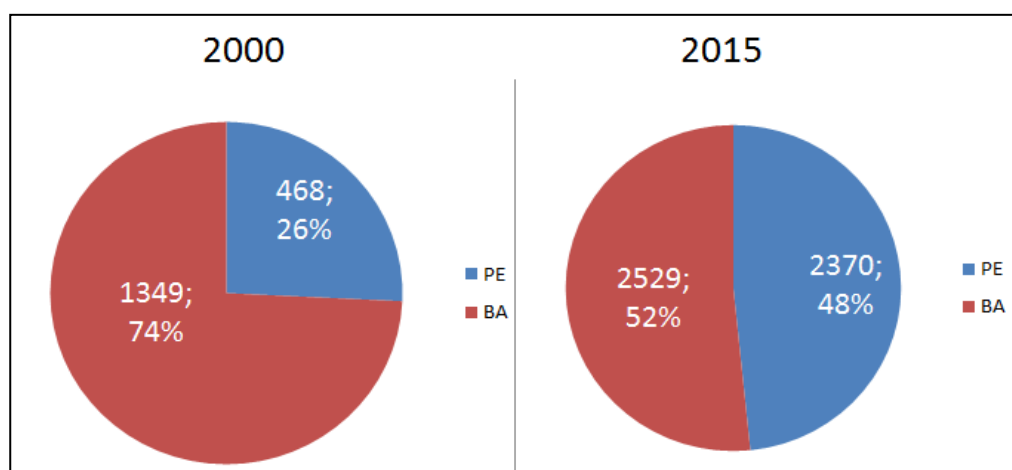
Os percentuais de crescimento entre os estados, no entanto, destoam em ampla proporção. No agregado os municípios baianos cresceram 87%. Quase que dobraram o número de empregos em 15 anos, crescimento bastante expressivo. Pernambuco, contudo, aumentou o seu total de empregos em incríveis 406% no total de seus respectivos quatro municípios. Em 2000 eram apenas 468 postos de trabalho formais, chegando a 2.370 em 2015.

Este crescimento esteve alocado na cidade eixo junto a Juazeiro. Petrolina cresceu seu quadro de empregos em 413%. Nos outros três municípios não houve aumento de emprego. Lagoa Grande teve aumento em um posto de trabalho. Na região pernambucana da integração nenhum município registrou retração do total de empregos do canal atacado.

A região integrada correspondente à Bahia, entretanto, apesar de crescer 87%, teve dois municípios com retração de empregos. Em Curaçá três postos de trabalho foram fechados. Já em Sobradinho, município que em 2000 empregava 555 pessoas, em 2015 registrou 21 postos, chegando a ter somente 2 em 2005 e 5 em 2010.

Em 2000 Sobradinho empregava mais pessoas que Petrolina no comércio atacadista. Apenas cinco anos depois a atividade atacadista no município foi praticamente extinta, estando longe de chegar a patamares anteriores. O município faz fronteira com o eixo Petrolina-Juazeiro, e também com o município baiano de Casa Nova, que teve aumento de 156 postos de trabalho na comparação 2000-2015. Muito provavelmente houve migração de boa parte desta mão de obra, ou para o eixo ou para Casa Nova. A evolução na participação do número total de empregos na área integrada é demonstrada no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Participação de Bahia e Pernambuco no emprego na Região Integrada



Fonte: Elaboração própria com base em dados da RAIS (2015).

A formação da Região Integrada Petrolina-Juazeiro fomentou a expansão destes dois centros, no que diz respeito ao comércio atacadista. As cidades vizinhas de menor porte, que estão integradas, não registraram crescimento no segmento com a integração feita em 2001. A retração de Sobradinho é destaque na análise do período. Um município que empregava internamente mais que Petrolina, teve seu comércio por atacado interno esvaído.

No âmbito Bahia, 24 foram os municípios em que o comércio foi a atividade que mais empregou ao término de 2015, como demonstrou a tabela 10 no capítulo anterior. No entanto, maioria destes 24 não apresentaram indicadores LISA com significância estatística, assim como sua vizinhança. Essas classificações estão dispostas na tabela 12:

Tabela 12 – Classificação do diagrama de Moran para os 24 municípios baianos onde o comércio foi a atividade que mais empregou, em 2015

MUNICÍPIO	VAREJO	VIZINHOS	ATACADO	VIZINHOS
Juazeiro	Sem significância	Sem significância	Sem significância	
Santo. A. de Jesus	High-Low	Low--High	Sem significância	Low-Low
T. de Freitas	Sem significância	Low-High	Sem significância	Sem significância
Jequié	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Eunápolis	Sem significância	Low-High	Sem significância	Sem significância
Luís E. Magalhães	High-High	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Cruz das Almas	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Irecê	Sem significância	Low-Low	Sem significância	Low-Low
Paulo Afonso	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Guanambi	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Valença	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Jacobina	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Brumado	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Senhor do Bonfim	Sem significância	Sem significância	Low-Low	Sem significância
Serrinha	Sem significância	Low-Low	Sem significância	Sem significância
Ipiaú	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Seabra	Low-Low	Low-Low	Low-Low	Sem significância
Capim Grosso	Sem significância	Low-Low	Sem significância	Sem significância
Caculé	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Gandu	Low-Low	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Ituberá	Low-Low	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Itatim	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
Paramirim	Sem significância	Sem significância	Sem significância	Sem significância
W. Guimarães	Sem significância	Low-Low	Sem significância	Sem significância

Fonte: Elaboração própria

Desses 24 municípios, para o emprego no comércio varejista em 2015, 19 não apresentaram significância estatística. Em 16 municípios ainda, a vizinhança, de igual forma, não apresentou significância. Para o comércio atacadista, foram 22 os municípios que não foram classificados dentre os quadrantes do diagrama de Moran, e em 21 sua vizinhança também não foi classificada.

Na grande maioria dos municípios, tanto para varejo quanto para atacado, mesmo sendo o comércio a atividade que mais empregou formalmente em 2015, não existiu influência no emprego para com seus vizinhos. As áreas de maior destaque foram Salvador e sua vizinhança, região mais desenvolvida da Bahia, e o município de Luís Eduardo Magalhães, que está dentro de uma região conhecida pelo seu desenvolvimento agrícola de grãos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar, especialmente, a distribuição dos empregos formais dentre os municípios baianos no comércio, nos canais de atacado e varejo, nos anos de 2000, 2005, 2005 e 2015, partindo da hipótese de que regiões mais desenvolvidas dentro do estado apresentariam maior pujança no comércio, uma vez que este é induzido pelo desenvolvimento. De maneira análoga, municípios com menor desenvolvimento teriam um comércio enfraquecido.

Uma maneira lúdica de visualizar os resultados deste trabalho é a contraposição entre o mapa 1 – de desenvolvimento econômico para determinadas atividades econômicas – e os resultados dados pelo indicador LISA. Para Bastos, Perobelli e Fernandes (2010), regiões desenvolvidas economicamente teriam um comércio fortalecido.

Tanto no âmbito do atacado quanto no do varejo, as áreas de maior significância estatística estão sobrepostas às de desenvolvimento econômico: Salvador e região metropolitana; Luís Eduardo Magalhães, na região oeste; Eunápolis e Teixeira de Freitas, no extremo sul; Vitória da Conquista e sua relevância para com os municípios vizinhos.

Mesmo nos 24 municípios em que o comércio foi a atividade que mais gerou empregos formais ao término de 2015, a exploração espacial dos dados mostrou baixa significância estatística. Ou seja, não ocorreram interações do município para com sua vizinhança em grau significativo, tanto no comércio atacadista quanto no varejista, para impactar em número total de empregos.

As poucas exceções são municípios que, mesmo tendo no comércio a atividade que mais emprega, apresentam alguma das atividades econômicas representadas no mapa 1, da SEI. É assim em Luís Eduardo Magalhães, no oeste do estado. A própria cultura agrícola propicia a relação comercial na região. Também é assim no extremo sul, com destaque para os municípios de Eunápolis e Teixeira de Freitas. Produção de feijão, rebanhos bovinos e o cultivo de celulose dinamizam o comércio entre estes municípios e seus vizinhos.

A capital Salvador e sua vizinhança são municípios que compõem uma área com mais de uma atividade dinamizadora na economia, com destaque para a indústria, a extração de petróleo e os serviços. Assim como no oeste e no extremo sul, a presença de atividades econômicas relevantes dá campo para o comércio se fortalecer, induzido pela presença de desenvolvimento econômico.

No mapa 1 as regiões mais desenvolvidas estão nos extremos do estado. O sertão baiano é caracterizado, com poucas exceções, como uma área em branco. Mesmo os

municípios localizados no sertão, em que o comércio se destacou frente outras atividades na geração de empregos, não apresentaram estatisticamente impactos nas suas vizinhanças. Ou seja, o comércio não foi indutor de desenvolvimento nos vizinhos dos municípios onde ele foi a atividade que mais empregou.

Estes resultados corroboram as conclusões de Bastos, Perobelli e Fernandes (2010), em sua classificação, onde o comércio é uma atividade induzida pelo desenvolvimento. Isto significa dizer que, em regiões onde o desenvolvimento econômico estiver presente, também será relevante a relação comercial.

Dessa forma, o desenvolvimento econômico precede o desenvolvimento do comércio. Assim, cabe analisar atividades econômicas propícias para o desenvolvimento econômico do sertão baiano, levando em consideração todas as suas características. Induzo pela presença dessas atividades, o comércio também se desenvolverá, não sendo ele capaz de ser o indutor do desenvolvimento.

Na leitura feita pela SEI (2017), as atividades econômicas de análise de desenvolvimento foram Indústria, extração de petróleo, mineração, serviços, grãos, feijão, cacau, café, frutas, silvicultura, caprinocultura e bovinocultura. Para estas atividades, a hipótese foi confirmada. Assim, regiões em que alguma destas atividades econômicas se destaca, há também um comércio mais forte, visto a significância estatística para o emprego formal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abastece BA. Ano VI. Nº 37. MAI/JUN 2017.

ALMAS, Rondinaldo Silva das; **Dinâmica das Atividades de Serviços na Bahia: Aplicação do método diferencial-estrutural para o período 2000-2010**. Salvador. 2013.

ALMEIDA, E. **Econometria espacial aplicada**. São Paulo. Editora Alinea. 2012.

ATLAS. **E-commerce radar: Resultados do mercado de E-commerce do Brasil**. 2017.

BATISTA, J. M. **A evolução da economia: Uma abordagem histórica sobre os principais modelos, teorias e pensadores**. 2012.

BASTOS, S.Q.A.;PEROBELLI, F.S.; FERNANDES, C.O. **Dinâmica dos serviços em Minas Gerais: uma análise diferencial-estrutural para os principais municípios 2003/2007**. Juiz de Fora. 2010.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação anual de informações sociais. (Rais)**. Brasília, 2015.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Cadastro geral de empregados e desempregados (CAGED)**. Brasília. 2015.

BRUE, S.L. **História do Pensamento Econômico**. São Paulo. Cengage Learning. 2011.

BUSTAMANTE, P. M. A. C. **A fruticultura no Brasil e no Vale do São Francisco: Vantagens e Desafios**. 2009.

CENSO DEMOGRÁFICO 2010. Resultados do universo. Bahia. IBGE. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/panorama>>. Acessado em 19 de novembro 2017.

COUGHLAN, A.T. **Canais de Marketing**. São Paulo. 2012.

EBIT. Números do E-Commerce no Brasil. Disponível em <http://www.profissionaldeecommerce.com.br/e-bit-numeros-do-e-commerce-no-brasil/>. Acessado em 1 de dezembro de 2017.

FALCON, Francisco José Calazans. **Mercantilismo e Transição**. Editora Brasiliense. 1996.

FUSFELD, Daniel R; **A Era do Economista**. São Paulo. Editora Saraiva. 2001.

JÚNIOR, G.S. **Apresentação_Economia Baiana**. Publicação Eletrônica. Mensagem recebida por <ceuesb2013@gmail.com> em 22 fev. 2017.

KEYNES, J.M. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. 1996

KON, Anita. **Atividades de Serviços como indutoras do desenvolvimento**. 2013.

KON, Anita; (2004) **Economia de Serviços: Teoria e Evolução no Brasil**. Rio de Janeiro. Editora Campus.

MARX, Karl. **O capital, crítica de economia política**. 1996.

MEIRELLES, D.S. **Estratégias Competitivas e Potencial de Barreiras de Entrada em Serviços: Uma Proposta de Abordagem Teórica**. Rio de Janeiro. 2010.

MENGER, C. **Princípios de economia política**. São Paulo. 1983.

MIRANDA, C.C. **E-produtos e variáveis comportamentais determinantes de compra no varejo virtual: Um estudo dos consumidores brasileiros**. 2004.

MESQUITA, Paulo Estivallet de; **A Organização Mundial do Comércio**. Brasília. 2013.

MISSELDEN, EDWARD. **The Cicle of commerce**. 1623.

MISSES, L.M. **Ação humana, um tratado de economia**. São Paulo. Instituto Ludwig von Mises Brasil. 2010.

NORONHA, Daniel. Philipp Wilhelm Von Hornick (1638-1712). Disponível em <<https://www.passeidireto.com/arquivo/11269870/hpe-ii---philipp-von-hornigk>>. Acesso em 19 de outubro de 2017.

PESQUISA ANUAL DO COMÉRCIO 2015. Bahia. IBGE. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html?edicao=17100&t=series-historicas>>. Acessado em 21 de novembro de 2017.

SMITH, A. **A riqueza das nações. Investigação sobre sua natureza e suas causas.** 1996. Editoria Nova cultural. São Paulo.

SOUZA, Tiago Alves de; **Análise dos Elementos da Estratégia de Marketing e dos aspectos de relacionamento no canal entre atacado distribuidor, indústria e pequeno varejo.** Sorocaba. 2016.

SUPRINYAK, C.A. **Moeda, Tesouro e Riqueza: Uma Anatomia Conceitual do Mercantilismo Britânico do Início do Século 17.** Est.Econ., São Paulo, V.39, N.3, P.571-596, Julho-Setembro 2009.