



Número 1 Fevereiro/2019

CAMINHOS ESTRATÉGICOS DE MERCADO

A ECONOMIA ALAGOANA EM 2018

CAMINHOS ESTRATÉGICOS DE MERCADO

A ECONOMIA ALAGOANA EM 2018

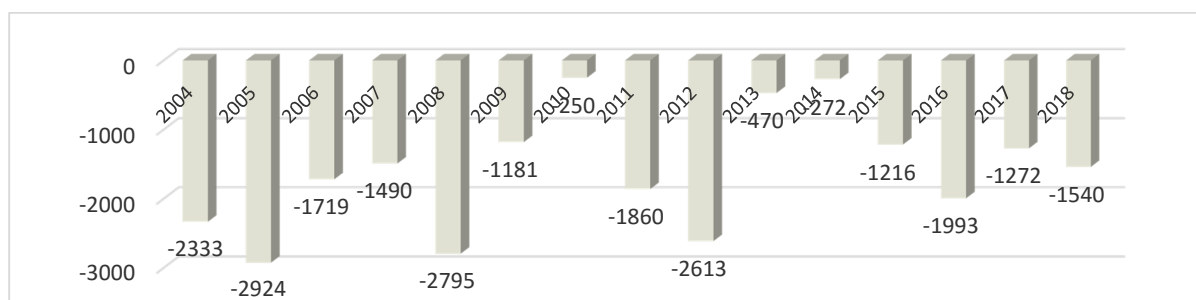
NESTA EDIÇÃO

- 1. Saldo de empregos*
- 2. Receitas Correntes Realizadas*
- 3. Balança Comercial*
- 4. Notícias Setoriais*
- 5. Artigo do Mês*
- 6. Painel Brasil*
- 7. Painel Alagoas. Um resumo da socioeconomia alagoana*
- 8. Expediente.*

Saldo de Emprego

Alagoas segue uma trilha de saldos negativos na geração de empregos formais há mais de uma década. Se pegarmos apenas o período mais recente, entre 2014 e 2018, quando a crise econômica brasileira se intensificou, podemos verificar uma inflamação neste índice. O ano de 2014 foi o de menor déficit de empregos formais segundo o CAGED (Mte), com a intensificação do índice para os anos subsequentes. Observando o fenômeno mês a mês, o Estado apresentou um leve superávit de 0,06% em novembro com relação a outubro de 2018, com a criação de 221 vagas formais de saldo. Porém, este número está longe do apresentado em 2014 – auge da crise – quando o Alagoas gerou 4.277 postos com carteira assinada. As vagas criadas continuam sendo nos setores de comércio e serviços e as maiores quedas acontecem no setor industrial, com o fechamento de várias fábricas, usinas de açúcar e outras unidades fabris. O ponto de inflexão para a retomada da geração de emprego no Estado, portanto, passa pela criação de novos postos nas áreas industriais e nas agroindústrias.

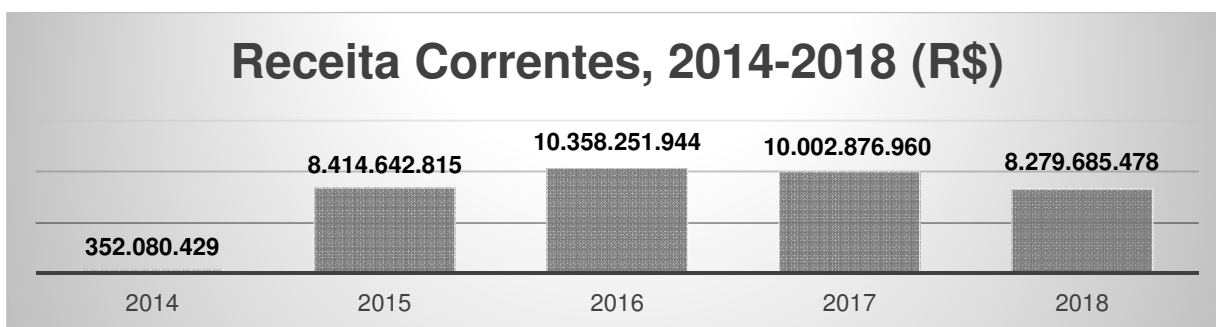
Alagoas – Saldo do emprego celetista – 2004 a 2018



Fonte: MTb/CAGED

Receitas Correntes Realizadas

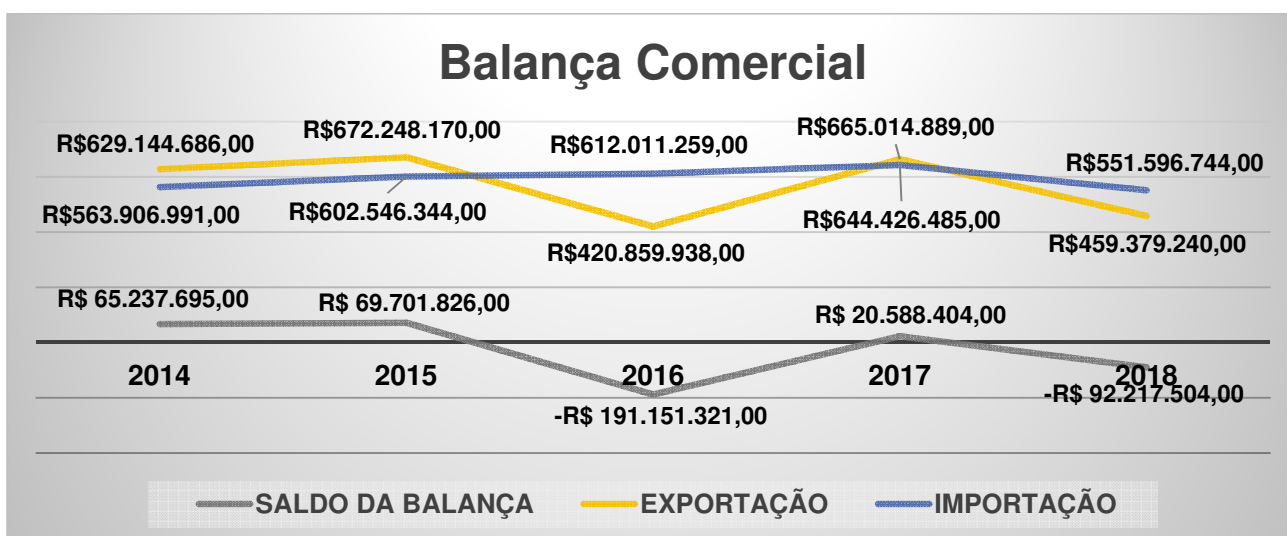
As receitas correntes do Estado observadas no período de 2014 a 2018 sinalizam um crescimento vigoroso desde então. Grande parte do resultado deste crescimento diz respeito ao incremento no nível dos tributos no início do primeiro mandato do atual governo. No entanto, o processo apresenta sinais de esgotamento para os anos vindouros. A maior variação observada ocorreu nos primeiros anos do atual governo, quando as receitas correntes realizadas atingiram um pico de R\$ 10,35 bi, contra R\$ 352 mi no ano de 2014. No ano passado, porém, observamos uma tendência de esgotamento na dinâmica de arrecadação do Estado, sinalizando um período de dificuldades no que diz respeito a novos investimentos para Alagoas. Novas estratégias como a captação de recursos financeiros por parte dos municípios, a atração de recursos internacionais e o fortalecimento de setores industriais podem mudar esta perspectiva.



Fonte: Portal da Transparência

Balança Comercial

A balança comercial de Alagoas apresenta uma tendência de queda preocupante nos últimos anos, tendo fechado 2018 com um déficit de mais de R\$ 92 milhões. Historicamente superavitário, o comércio exterior alagoano amarga os resultados do forte movimento de enxugamento do setor açucareiro, com tendência de aprofundamento da crise. O setor externo de Alagoas fechou 2018 com uma contribuição de apenas 0,2% nas exportações brasileiras e de 0,3 na pauta de importação. Dentre os principais produtos da pauta de exportações alagoanas, apenas 04 deles representam 95,5% de todos os valores enviados para outros países: açúcar (bruto e refinado): 82%; hidróxido de sódio: 6,0%; policloreto de vinila: 5,3%; pisos e revestimentos cerâmicos: 2,2%. Do lado das importações, 05 produtos representam 42,3% de tudo que os alagoanos compram: demais produtos manufaturados: 26%; ácidos carboxílicos: 5,4%; hidróxido de sódio: 4,0%; adubos ou fertilizantes: 3,6%; hidrocarbonetos e seus derivados: 3,3%.



Fonte: MDIC

Turismo de Negócios: uma grande força que se apresenta na economia alagoana

O número de passageiros que movimentaram o Aeroporto Zumbi dos Palmares, entre embarques e desembarques, nos últimos anos é bastante significativo para a economia de Alagoas. Em 2016, mais de 2,6 milhões de passageiros desembarcaram no Estado e em 2017 o aumento foi de 8,7% superior ao ano anterior, segundo dados da Infraero. O turismo de negócios movimentou em 2018 um volume aproximado de R\$ 69 milhões, com a participação de mais de 48,5 mil pessoas em aproximadamente 48 eventos. Essa pujança de negócios da cadeia do turismo injeta recursos preciosos na economia local, que por sua vez tem um vasto poder de irradiação pelos vários elos desta e de outras cadeias, impactando setores como: transportes; alimentação; prestação de serviços; entretenimento e diversão, etc. Somente na cidade de Maceió, o setor de comércio e serviços contribui com aproximadamente 58% do PIB, abrangendo 40% das empresas existentes; e em 2018, movimentou aproximadamente R\$ 7,5 bilhões em crédito para investimentos.

O crescimento da economia alagoana nos últimos anos

Apesar de ainda estarmos distantes de uma recuperação plena da crise político-econômico que tomou conta do país desde 2014, o Estado de Alagoas deu sinais de crescimento em 2017, que se confirmaram até o último trimestre de 2018 (os dados do fechamento do ano de 2018 ainda não foram divulgados). Em 2017, a economia do Estado cresceu 2,94% impulsionada, em grande parte, pelos setores de serviço e da agricultura. O valor adicionado para o agronegócio alagoano ficou em 19,9%, enquanto que para o país a mesma métrica ficou em 13%. Segundo levantamento da Secretaria do Planejamento do Estado, as principais culturas que mereceram destaque neste crescimento foram: laranja (20,53%); milho (454,43%); fumo (239,10%); abacaxi (119,04%) e feijão (118,98%). Além dessas culturas, outros segmentos também estão sendo estruturados com o apoio do SEBRAE/AL, como: bovinocultura de corte; grãos e a estruturação do projeto de silvicultura. Este último com perspectivas de atração de uma grande indústria de processamento de madeira para a construção civil.

Artigo do Mês

O Dilema da Inovação e a Adoção de Inovações de Ruptura: o Diálogo Gestão X Tecnologia

Fábio Leão (Economista, M.Sc., analista UGE)

O início dos anos 2000 trouxe à arena do mundo dos negócios um questionamento original: o que faz com que as empresas bem sucedidas fracassem, mesmo fazendo a coisa certa em termos de gestão e tecnologia? Por que decisões seguras tomadas por grandes administradores podem levar as empresas ao fracasso? Por que, de uma forma geral, a boa administração pode conduzir ao fracasso?

Clayton Christensen, Professor e Pesquisador de Harvard, realizou uma pesquisa em várias indústrias diferentes, como os fabricantes de disco rígido no setor de TI. Uma das constatações foi a de que o progresso tecnológico anda, frequentemente, mais depressa do que os fabricantes precisam. Com isso, em muitos casos é difícil “vender” uma ideia ou um projeto para alguém que não sente necessidade daquele novo produto! E se é assim com os fabricantes, o que dizer dos consumidores?

Christensen percebeu que, quando uma grande empresa fracassa ou é bem-sucedida, as razões são paradoxalmente as mesmas: elas ouviram atentamente seus clientes e investiram agressivamente em tecnologia, produtos e capacidade produtiva para satisfazer as necessidades da próxima geração da clientela.

E esse é justamente um dos dilemas do inovador: seguir cegamente a máxima de que bons gerentes devem manter-se perto de seus clientes! Esta atitude pode, algumas vezes, ser um erro fatal. O chamado erro fatal da certeza.

Em sua pesquisa, ele detectou que os fabricantes de produtos estabelecidos - digamos os discos de 14” - tinham capacidade de produzir os novos produtos, por exemplo, os drives de 8”. E por que não o fizeram com rapidez, antes que a nova tecnologia já estivesse no mercado, rompendo com o mercado antigo? Seu fracasso se deu justamente na demora em assumir o compromisso estratégico de entrar em um mercado emergente no qual, inicialmente, os novos drives poderiam ser vendidos. As entrevistas subsequentes com executivos de marketing e engenharia, sugeriram que os fabricantes dos produtos antigos eram mantidos cativos por seus consumidores. E aqui vem outra reflexão: até que ponto você está refém dos seus clientes atuais? Como fugir disso, de maneira sustentável?

Há uma grande preocupação do gerente médio de que as vendas dos novos produtos canibalizem as vendas dos produtos incrementais e atuais.

Empresas bem administradas são excelentes no desenvolvimento de tecnologias incrementais, que melhoram o desempenho de seus produtos nas formas que importam aos seus clientes. Isso ocorre porque suas práticas administrativas são baseadas em:

- Ouvir os clientes;
- Investir agressivamente em tecnologias que ofereçam àqueles clientes o que eles dizem que querem;
- Procurar margens mais altas;
- Focalizar os mercados maiores ao invés dos menores.

Gerentes executivos de empresas estabelecidas temem apoiar projetos novos de resultado incerto porque têm medo do fracasso e de manchar seus currículos no mercado. Principalmente, quando não contam com apoio de seus líderes imediatos e quando estes não compreendem a natureza do novo, que ainda é incerto. Todo este estado de coisas tendem a refrear as inovações de ruptura que provocam as transformações no mercado. Os dirigentes de empresas estabelecidas somente adotam

as novas tecnologias quando já é tarde demais: quando novas empresas penetram no mercado e destronam aquelas que se recusaram a entrar no início do processo de inovação.

Isso também é reforçado pelas características das inovações de ruptura:

- Elas são mais baratas que as atuais;
- Têm mercado incerto;
- Estão em mercado de crescimento lento;
- Faturam pouco no início.

Quando essas novas tecnologias sobem na curva da Disrupção, no entanto, já não dá mais tempo da retomada.

Ampliando a nossa reflexão para outras empresas, para além do setor de tecnologia, poderíamos questionar: As empresas em geral estariam preparadas para tomar a decisão de entrar em mercados desconhecidos? Como estão preparadas para encarar novos produtos que não conhecem? E o que dizer para os clientes atuais?

Vale a reflexão para o nosso planejamento dos próximos capítulos de nossas atividades!

PAINEL DE INDICADORES: BRASIL E ALAGOAS

Principais Indicadores Econômicos – Brasil

Descrição	2015	2016	2017	2018	Último Dado
I – Atividade Econômica					
PIB real (%)*	-3,8	-3,6	1	1,4	3º tri/2018
Produção industrial (%) *	-8,30%	-6,60%	2,50%	1,10%	dez/18
Comércio Varejista (var. volume vendas) *	-4,3	-6,2	2	2,6	nov/18
Taxa Desocupação (PNAD contínua)	9	12	11,8	11,6	out/nov/dez**
II – Inflação					
IPCA (%)*	10,7	6,3	3	3,8	dez/18
IGP-DI (%)*	10,7	7,2	-0,5	7,6	dez/18
III – Juros e Câmbio					
Selic (%)	14,25	13,75	7	6,5	dez/18
TJLP (%)	7	7,5	7	7,03	jan/fev/mar/19
R\$/US\$	3,9	3,25	3,3	3,72	08/02/2019
IV – Setor Externo					
Balança Comercial (US\$ bilhões)*	19,7	47,72	66,99	60,6	dez/18
Investimento Estrangeiro Direto (% PIB)*	4,2	4,4	3,4	4,7	dez/18
Reservas Internacionais (US\$ bilhões)	356,46	372,22	381,97	377,82	fev/19
V – Crédito (SFN)					
Taxa de Juros (% a.a.)	29,8	32	25,6	23,3	dez/18
Inadimplência (%)	3,4	3,7	3,2	2,9	dez/18

*Acumulado em 12 meses; ** Trimestre Móvel

Painel Alagoas

Indicador	Valor
Taxa de analfabetismo entre jovens e adultos (IBGE, PNADC, 2017)	18,20%
Escolaridade média da população adulta (IBGE, PNADC, 2017)	7,1 anos
Taxa de desemprego (IBGE, 2017)	17,20%
Renda domiciliar per capita	R\$ 658,00
Geração nem nem nem (nem trabalha, nem estuda, nem procura emprego) (IBGE, 2018)	26,35%
Índice de Gini* (IBGE, 2018)	0,46
PIB (bilhões) (IBGE, 2017)	R\$ 37.223
PIB per capita	R\$ 13.422
IDH-M** (IBGE, 2016)	0,667
IPC (junho/18) (Alagoas em Dados, 2018)	0,65%

Expediente Boletim Caminhos Estratégicos de Mercado – UGE

Presidente do Conselho Deliberativo

José da Silva Nogueira Filho

Diretor Superintendente

Marcos Antonio da Rocha Vieira

Diretor Técnico

Ronaldo de Moraes e Silva

Diretor de Administração e Finanças

José Roberval Cabral

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica – UGE

Fabírcia Carneiro Fernandes

Equipe UGE

Fábio Leão (conteúdo)

Isadora Barros

Geanne Daniella

Sandra Vilela

Júlio Enders

Colaboração

Gustavo Vieira (estagiário)

Mariana Cruz (estagiária)