

## **O IMPACTO DA SECA NO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DOS PEQUENOS NEGÓCIOS DO SEMIÁRIDO POTIGUAR**

Paulo Ricardo Cosme Bezerra <sup>1</sup>  
Cimone Rozendo de Souza <sup>2</sup>

### **INTRODUÇÃO**

O regionalismo brasileiro faz parte de nossa história política, econômica e social, tendo se manifestado, sobretudo, em vários movimentos regionais do século XIX, face ao agravamento do problema das secas do Nordeste. Porém, esse tema ganhou maior destaque na discussão política nacional em fins da década de 1950, no âmbito do discurso político e da tomada de decisões quanto as medidas de combate às secas do Nordeste (FURTADO, 2014).

Construída a partir das diretrizes da Agenda 21 Global e entregue à sociedade em 2002, a Agenda 21 Brasileira é um instrumento de planejamento participativo para o desenvolvimento sustentável do País. Sua elaboração foi coordenada pelo Ministério do Meio Ambiente – MMA e tem como base os seguintes temas: agricultura sustentável; cidades sustentáveis; infraestrutura e integração regional; gestão dos recursos naturais; redução das desigualdades sociais e ciência e tecnologia para o desenvolvimento.

O combate à pobreza na Agenda 21 sempre foi característica associada ao socorro público aos flagelados das secas no Nordeste brasileiro. A erradicação da pobreza e da fome, maior equidade na distribuição da renda e desenvolvimento de recursos humanos: esses desafios continuam sendo consideráveis em toda parte.

Como ações de governo a Agenda recomenda, entre outras, as seguintes ações: possibilidade de abrir linhas de crédito e outras facilidades para o setor informal; facilitar o acesso à terra para os pobres sem-terra, para que estes possam adquirir meios de produção e obtenham acesso seguro aos recursos naturais e economia social; promovendo a multiplicação do empreendedorismo popular (ARAÚJO e SANTOS, 2009; FURTADO, 2014).

Na visão de Amaral Filho (2010), o Nordeste brasileiro vem ocupando espaço na mídia nacional em razão do desempenho do seu crescimento econômico no lugar de notícias associadas aos efeitos devastadores das secas que, historicamente, acompanharam a região, e o mesmo ocorre para o estado do Rio Grande do Norte. As potencialidades do RN são abundantes e conhecidas, mas o crescimento econômico tem ficado aquém dessas potencialidades. Vasto litoral, em relação ao seu território, ventos constantes, sol, sal, terras adaptadas a culturas irrigadas, minerais abundantes, são exemplos de recursos que podem se transformar em atividades econômicas promissoras.

Dinamizar a economia do Rio Grande do Norte é um desafio crescente, agravado pela situação pela qual passa o país, mas plenamente possível, dependendo do fomento à atividade produtiva. Dentre os empreendimentos produtivos destacam-se os pequenos negócios, que por sua flexibilidade, rapidez na adaptação às mudanças e propensão à inovação adaptam-se às diversas situações no macro ambiente onde estão inseridas, entre elas a seca, um evento climático extremo que repercute na sociedade e no meio ambiente.

---

<sup>1</sup> Discente do Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente - PRODEMA da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, paulorbezerra@gmail.com;

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente - PRODEMA da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, cimone.rozendo@gmail.com

Há ainda no RN muitas atividades aptas à formação de arranjos produtivos que estreitem laços entre empresas e comercializem entre si, com benefícios mútuos. Cadeias produtivas também podem se formar em determinados segmentos, como: têxtil e confecções, petróleo e gás, energia eólica, mineração, cimento, leite e derivados, fruticultura, piscicultura e carcinicultura, dentre outras, possibilitando oportunidade para os pequenos negócios concomitantemente com a seca intrínseca na realidade local do semiárido, possibilitando a geração de recursos escassos, altos custos e crise econômica, gerando recessão, aumentando o desemprego e trazendo fragilidade para os pequenos negócios.

Para o SEBRAE (2016), os pequenos negócios podem ser divididos em quatro segmentos por faixa de faturamento, com exceção do pequeno produtor rural. Tal segmentação segue os critérios da Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006, que por definição classifica os pequenos negócios com base na receita bruta anual, também chamada de Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

Resumidamente, os pequenos negócios podem ser divididos da seguinte maneira:

- Microempreendedor Individual (MEI): receita bruta anual até R\$ 81 mil;
- Microempresa (ME): receita bruta anual entre R\$ 81 mil até R\$ 360 mil;
- Empresa de Pequeno Porte (EPP): receita bruta anual entre R\$ 480 mil até R\$ 3,6 milhões;
- Pequeno Produtor Rural: Possuir propriedade com até 4 módulos fiscais ou faturamento anual até R\$ 3,6 milhões.

De acordo com o IBGE e o SEBRAE, no Rio Grande do Norte, em 2016, havia 172 mil pessoas que trabalhavam no comando do seu próprio negócio, seja como empresário ou por conta própria. Desse total, cerca de 59 mil (34,5%) eram mulheres e 113 mil (65,2%) homens. Ainda, segundo a pesquisa “Os donos dos pequenos negócios no Brasil”, 23% têm entre 25 e 35 anos de idade; 46% têm ensino médio completo ou incompleto; 67% começaram a trabalhar com até 17 anos de idade e 51% são chefes do domicílio.

Diante desse contexto, este artigo colabora e orienta no atendimento às necessidades de mercado, aproveitamento de potencialidades e superação das dificuldades, buscando compreender a relação da seca, como evento climático extremo, com o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios do semiárido potiguar, respondendo a um questionamento central: Em que medida a seca interfere no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios do semiárido potiguar? Este artigo tem como objetivo geral avaliar o impacto da seca na promoção do desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios do semiárido do Rio Grande do Norte.

## **METODOLOGIA (OU MATERIAIS E MÉTODOS)**

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona os fatos sem manipulá-los e procura descobrir com maior precisão possível a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. É uma análise predominantemente quantitativa das informações por meio da utilização de questionários aplicados pela metodologia *survey*, que, após codificação e quantificação das informações coletadas, possibilitam análises quantitativas. As pesquisas do tipo *survey*, segundo Gil (1999) e Cerro, Bervian e Silva (2007), se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujos comportamentos se desejam conhecer e o método *survey* para obtenção de informações se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas sobre características demográficas, seu comportamento, intenções, atitudes, percepções, motivações etc. (MALHOTRA, 2001).

O público alvo da pesquisa é composto pelos pequenos negócios localizadas nos municípios de Afonso Bezerra (6), Almino Afonso (6), Alto do Rodrigues (12), Angicos (12), Apodi (26), Assú (43), Caicó (44), Campo Grande (6), Carnaúba dos Dantas (4), Currais Novos (36), Florânia (5), Ielmo Marinho (4), Ipanguaçu (8), Jandaíra (4), João Câmara (18),

Lagoa Nova (6), Lajes (6), Messias Targino (4), Nova Cruz (24), Parelhas (7), Patú (10), Pau dos Ferros (30), Pedro Alvelino (6), Pendências (8), Portalegre (4), Santana do Mato (6), São Tomé (6), Serra Negra (4), Touros (15) e Umarizal (9) no Estado do Rio Grande do Norte contemplando 404 empreendimentos urbanos a partir de uma amostra estratificada proporcional, com margem de erro de 5% e nível de confiança de 95%.

A pesquisa de campo ocorreu nos meses de maio a junho de 2019, por meio da aplicação direta de questionários com perguntas quantitativas e qualitativas com os proprietários dos empreendimentos (donos dos negócios), desenvolvidos para atender aos objetivos da pesquisa.

A tabulação é a padronização e a codificação das respostas de uma pesquisa, que de acordo com Samanta (2007) é a maneira ordenada de dispor os resultados numéricos para que a leitura e a análise sejam facilitadas a partir da base de dados da pesquisa *survey*.

Após a tabulação, foi realizada a apresentação dos dados em forma de tabelas e gráficos, constituindo a estatística descritiva que compreende o manejo dos dados para resumi-los ou descrevê-los. É ainda nesse momento que é realizado o cálculo de medidas estatísticas para descrever o conjunto de dados por meio de medidas de tendência central – média, mediana, valores mínimos e máximos com auxílio dos softwares *Statistica* (versão 10.0) e o *Microsoft Office Excel*.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra pesquisada contempla 57,9% dos empresários dos pequenos negócios são mulheres, com faixa etária de maior frequência nos intervalos de 26 a 35 anos de idade (28,0%) e 18 a 25 anos de idade (17,2%). Com relação ao estado civil 57,93% são casados e 31,74% são solteiros, com escolaridade predominando o nível médio com percentual de 61,1%.

Quanto ao tipo de atividade empresarial enquadrada para os pequenos negócios tem-se que 79,8% são do comércio, 17,5% da área de serviços e 2,7% indústrias. Predomina o faturamento de até R\$ 5.000,00 por mês em 47,7% dos empreendimentos, sendo que o faturamento de até R\$ 15.000,00 mensais engloba cerca de 75% das empresas. Para o tempo de atividade dos empreendimentos 42,7% destes têm até 5 anos de atividade, com maior frequência no intervalo de 2 a 5 anos (28,9%). Quanto ao tipo de imóvel 66,7% são alugados e 25,2% são próprios e o valor médio dos aluguéis é de R\$ 677,00, variando de R\$ 60,00 a R\$ 5.000,00. O número médio de funcionários por empresa é de 2,5 pessoas.

Para 69% dos empresários a seca causou impacto nas atividades desenvolvidas pelas empresas, prejudicando muito (29,7%) ou prejudicando parcialmente (39,3%).

Para os empresários das MPEs que informaram que a seca prejudicou muito ou prejudicou parcialmente as maiores dificuldades do período foram a diminuição das vendas (55,29%), diminuição de clientes (15,63%) e a obtenção de lucro reduzido (10,82%).

Do total de entrevistados, 63,92% não tentaram solucionar ou pelo menos amenizar os problemas enfrentados durante a seca. Quem se preocupou em amenizar esse problema fez promoções para aumentar as vendas (17,72%), ocorrendo ainda outras medidas em menor percentual sem muita representatividade.

Na hora da dificuldade 45,8% dos empresários não buscaram nenhum apoio ou suporte. 32,6% recorreram ao banco, 7,5% recorreram a um amigo ou parente e 12,6% buscaram outros meios de apoio (utilização de recursos próprios, recorreu a agiota ou fez antecipação de cartão). Em pequeno percentual ocorre ainda a busca de ajuda de entidades de apoio empresarial, à Prefeitura ou Governo e a outros empresários.

E mediante as dificuldades a empresa é a única fonte de renda para 65,9% dos empresários, enquanto outros 34,1% possuem outras fontes de renda.



Do percentual que possui outras fontes de renda destaca-se: possui outros empreendimentos (31,48%), tem aposentadoria (22,22%), é funcionário público (14,81%) e possui bens alugados (9,26%).

Em função da seca na região ocorreram os seguintes resultados para os indicadores dos pequenos negócios: diminuiu o faturamento (76,0%), diminuiu o número de clientes (58,6%), diminuiu o volume de produtos em estoque (40,4%), diminuiu a produção de bens ou serviços (36,4%), diminuiu o número de empregados (15,8%), aumentou o fiado na empresa (35,6%), aumentou o preço dos produtos (35,0%), aumentou o custo de produção (30,8%), aumentou as dívidas da empresa (22,1%).

Foi questionado o que poderia ser feito para resolver o problema da seca na região sendo apresentadas várias soluções, com destaque para a construção de poços, barragens, reservatórios, adutoras e cisternas (19,31%), ajuda dos governantes (12,96%), apoio ao agricultor (7,14%), geração de emprego (6,88%) e facilitar linhas de crédito (5,29%).

Há ainda empresários que não sabem o que fazer (19,04%) ou simplesmente deixam o tempo resolver informando que apenas a chuva (11,64%) ou só Deus (0,26%) vai resolver o problema da seca no semiárido potiguar.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A seca é uma realidade presente no cotidiano dos pequenos negócios do semiárido potiguar fazendo parte de nossa história política, econômica e social. Mediante essa realidade ela causa impacto nas atividades desenvolvidas pelas empresas prejudicando muito ou prejudicando parcialmente o dia a dia da atividade empresarial, acarretando diminuição das vendas, dos clientes, e por consequência, a obtenção de lucro reduzidos, principalmente nos municípios de Almino Afonso, Apodi, Florânia, Ipanguaçu, Lajes, Patu e Serra Negra do Norte.

O fator mais preocupante é que apesar da seca ser um processo histórico 63,92% dos empresários dos pequenos negócios não fizeram nada para tentar solucionar ou pelo menos amenizar os problemas enfrentados durante a seca e 45,8% não buscam nenhum apoio ou suporte para enfrentar esse momento de dificuldades, tornando os pequenos negócios são insustentáveis, tanto socialmente como economicamente, visto que em alguns momentos o agiota é a solução, ou ainda, buscam empréstimos nos bancos mediante as taxas de juros que compromete ainda mais a renda que já é escassa, sendo muitas vezes a única fonte de renda para a maioria dos empresários.

Em função da seca na região há redução do faturamento, dos clientes, do estoque já que não há capital de giro para abastecer a empresa, gerando um ciclo vicioso de queda na produção, geração de dívidas e aumento do desemprego, porque se não vende, não tem como pagar o salário dos funcionários.

Diante dessa triste realidade torna-se necessária a capacitação dos pequenos empresários inseridos na região e o aprimoramento de métodos científicos e tecnologias buscando a obtenção de novos conhecimentos, tornando-o apto a tomar decisões ao invés de manter-se inerte a realidade que permeia ao longo dos anos.

O uso de tecnologias sociais, é uma sugestão que pode ser trabalhada na região, sendo “um conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para a melhoria das condições de vida” que visa o desenvolvimento sustentável a partir de fatores importantes como protagonismo social, cuidado ambiental, solidariedade econômica, trabalho, renda e educação, podendo ainda maximizar as possibilidades de vida dos pequenos negócios e sua relação com o território.

## REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, J. do. O Nordeste que dá certo. **Cadernos do Desenvolvimento**. vol. 5, nº 7, p. 55 – 83, Outubro, 2010.

ARAÚJO, T. B. de; SANTOS, V. M. dos. Desigualdades regionais e nordeste em formação econômica do Brasil. **50 anos de formação econômica do Brasil: Ensaio sobre a obra clássica de Celso Furtado**. Rio de Janeiro: Ipea, 2009.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; Silva, R. da. *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FURTADO, W. C. A questão regional e a cultura itinerante no Brasil. **Cadernos de Desenvolvimento**, vol. 5, nº 7, p. 23-52, outubro, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SEBRAE. **Os donos do pequeno negócio no Brasil: distribuição por sexo**. Brasília, outubro, 2016.

SAMANTA, B. S. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.