

DINÂMICA SOCIOESPACIAL DO RAMO SUPERMERCADISTA EM CAMPOS DOS GOYTACAZES (2011-2021).

Lucas da Silva Pessanha¹
Leandro Bruno Santos²

Resumo: Nos anos 1990, com a abertura da economia e uma maior internacionalização, capitais externos e também grandes empresas locais buscaram expandir sua atuação no ramo supermercadista brasileiro, acelerando o processo de centralização e concentração econômica. As cidades médias e de porte se tornaram locus de expansão desses capitais. Este artigo visa compreender as estratégias espaciais e as lógicas econômicas presentes no ramo supermercadista e hipermercadista que operam na cidade de Campos dos Goytacazes. A metodologia incluiu a revisão bibliográfica, a compilação e análise dos dados secundários, além do trabalho de campo. Os resultados evidenciam a importância econômica que o ramo desempenha na cidade e que suas estratégias variam de acordo com o porte dos estabelecimentos. As estratégias também variam de acordo com o porte, sobretudo entre os pequenos que aderem a outras formas organizacionais para fazer frente ao principal capital local e ao avanço das grandes redes.

Palavras-chave: Supermercados. Consumo. Cidade Média. Campos dos Goytacazes.

SOCIOESPACE DYNAMICS OF THE SUPERMARKETS BUSINESS IN CAMPOS DOS GOYTACAZES (2011-2021).

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal Fluminense Campos dos Goytacazes, Brasil. E-mail: silva_pessanha@id.uff.br

² Docente dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Campos dos Goytacazes, Brasil. Bolsista Produtividade do CNPq Nível 2. E-mail: leandrobruno@id.uff.br



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

ABSTRACT: In the 1990s, with the opening up of the economy and greater internationalisation, foreign capital as well as large local companies sought to expand their operations in the Brazilian supermarket sector, accelerating the process of economic centralisation and concentration. Medium-sized and large cities became the locus of this capital expansion. This article aims to understand the spatial strategies and economic logics present in the supermarket and hypermarket businesses operating in the city of Campos dos Goytacazes. The methodology included a literature review, the compilation and analysis of secondary data, as well as fieldwork. The results show the economic importance of the sector in the city and that its strategies vary according to the size of the establishments. Strategies also vary according to size, especially among the small ones, which have adopted other organisational forms to compete with the main local capital and the advance of the big chains.

Keywords: Supermarkets. Consumption. Medium-Sized City. Campos dos Goytacazes.

Estado, políticas públicas e desenvolvimento regional.

Introdução

Este texto reúne diversas reflexões no sentido de possibilitar a apreensão dos eventos e processos econômicos por trás da evolução da forma comercial popularmente conhecida como supermercados, evidenciando as práticas e estratégias dos atores que atuam nesse ramo econômico em diferentes escalas. Nos parece importante, ainda, realizar reflexões sobre os fenômenos de consumo e comércio, pois são de suma importância para a compreensão do desenvolvimento dos supermercados enquanto objeto de estudo na geografia.

O método de interpretação e de pesquisa escolhidos se baseiam em uma fundamentação teórica e empírica acerca do tema de consumo e comércio, além das estratégias que os pequenos, médios e grandes capitais de supermercados adotam, sejam elas para a expansão de seu capital, para aprimoramento de seus serviços ou mesmo para sobrevivência frente ao avanço dos capitais maiores (locais e extralocais).



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

O recorte espacial do trabalho é a cidade de Campos dos Goytacazes, um importante centro urbano do Norte Fluminense que possui vasta hinterlândia, abrangendo não só a sua região imediata, como ainda o Sul Capixaba (Batista; Santos, 2018). Campos dos Goytacazes reúne os elementos de uma cidade média listados por Corrêa (2007), porque, além de ter uma elite empreendedora que opta por empreendimentos locais em diversos setores e ramos (ceramista, consumo e comércio, agropecuária), é privilegiada pela sua localização relativa, o que lhe confere o papel de nó de grande fluxo de mercadorias, pessoas e serviços.

O método de pesquisa adotado para a elaboração deste trabalho abarcou levantamento e leitura bibliográficos, compilação de dados secundários (revistas especializadas do varejo, banco de dados oficiais etc)³, pesquisa de campo por meio da observação aleatória e sistemática dos equipamentos do varejo alimentício, elaboração e aplicação de entrevistas, sistematização dos dados (mapas e gráficos) e a sua análise segundo as referências.

O artigo está organizado em três partes, além desta introdução e das considerações finais. Na primeira é apresentada uma reflexão sobre as práticas de consumo e de comércio e como elas se dão pela ótica dos supermercados de modo geral, tendo como foco o aparecimento dos primeiros modelos de supermercados no mundo. O consumo se constitui como um elemento capaz de reestruturar o espaço onde ele se constitui. A segunda seção traz a discussão sobre as estratégias e lógicas espaciais preponderantes no ramo de supermercados e hipermercados. Na terceira parte são discutidas as estratégias que as pequenas, médias e grandes

³ Os dados secundários foram captados de duas fontes principais: a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e a Revista SuperHiper, uma publicação semestral da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

redes de supermercados adotam no sentido de se manter frente a um mercado caracterizado por rápida e intensa concentração econômica e espacial.

Consumo e comércio: uma análise a partir dos supermercados.

O comércio aqui é considerado como uma função urbana em que as mercadorias estão dentro de um sistema de trocas, quer dizer, tem sua origem ligada à própria formação da civilização. Cleps (2006. p.120), a esse respeito, afirma que

Ele surgiu e se desenvolveu a partir do momento em que passou a existir um excedente de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas, que levou ao sistema de trocas. Assim, o aperfeiçoamento efetuado nos meios de produção, gerado pelo aprimoramento de novas técnicas, aumentou a produção e, conseqüentemente, intensificou a atividade comercial (CLEPS, 2006, p. 120).

O comércio, então, deixa de ser uma etapa meramente distributiva dos produtos a partir do momento em que passa a interferir em todo o processo de consumo (Ortigoza, 1999). O comércio de alimentos reproduziu-se de diferentes maneiras ao longo do tempo (Cleps, 2004). Mas, com o avanço do processo industrial e também como consequência de uma das diversas crises cíclicas, surge, em 1912, o primeiro conceito de autosserviço (sistema onde as próprias pessoas efetuam a compra sem a necessidade de haver um intermediador durante o processo) na Califórnia, Estados Unidos. A esse assunto, Salgueiro (1989, p.155) diz que

O aparecimento das novas formas de actividade comercial é, no geral, visto no contexto das mudanças que afectam a procura e no das alterações inerentes ao próprio processo empresarial e de gestão das firmas (SALGUEIRO. 1989, p.155).



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

Essa forma comercial se expande de maneira mais acentuada após a Grande Depressão de 1929, por ofertar não só um melhor custo benefício, como também uma maior variedade de produtos para o público (Varotto, 2006). É em 1916, num cenário de crise do capitalismo, que surge, também nos Estados Unidos, um dos primeiros modelos de supermercados no mundo. Os supermercados emergem como um importante objeto espacial para atender as necessidades humanas que outrora eram oferecidos separadamente em diversas lojas como padarias, armazéns, mercadinhos e hortifrutigranjeiros. A esse respeito, Gomes (2022, p.21) comenta:

Dentre as principais iniciativas experimentadas antes do surgimento dos primeiros supermercados, algumas buscavam a ampliação das linhas de produtos oferecidos em uma única loja, ou a reorganização da exposição dos bens a partir da departamentalização. Outras, a exemplo do autosserviço, acompanhado de um conjunto de inovações que fundamentam a sua aplicação, como hoje a extinta “borboleta” na entrada das lojas, os checkouts, os carrinhos, complementados pela supressão dos serviços (GOMES, 2022, p.21).

Os primeiros supermercados surgem como uma nova forma de comércio de alimentos que aglutina, num único lugar, diversos produtos que antes encontravam-se dispersos e, ao mesmo tempo, trazem consigo um conjunto de inovações que marcam este “novo modelo” de comércio. Schoumaker (1983, p.64) conceitua essas formas comerciais como sendo lojas de alimentos, operadas em regime livre de autoatendimento, com áreas de vendas que preenchem um espaço de 400 a 2500m², onde é vendido toda a gama de produtos alimentícios.

A popularização dos supermercados no Brasil se dá apenas nos anos 1950. O Frigorífico Wilson, supermercado de capital americano que começou a operar na cidade de São Paulo em 1947, inaugurou as práticas de autosserviço. Dois anos

Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

depois, surge o Depósito Popular. Embora introduzisse a comercialização através do sistema de autoatendimento, nenhum deles obteve sucesso (Varotto, 2018, p. 435). Este autor entende que o Supermercado Sirva-se, cuja inauguração se deu em 1953 e sob influência das tendências aplicadas nas lojas mais sofisticadas dos Estados Unidos, é o marco da atividade supermercadista no país.

Sobre a instalação deste supermercado, a Folha da Noite (1953, p.5) noticia:

A organização Supermercados Sirvase S.A. já está instalando em São Paulo os primeiros "supermercados", tão perfeitos quanto os que hoje funcionam com absoluto êxito nos Estados Unidos. A esse respeito a reportagem da FOLHA DA NOITE ouviu o sr. Raul Pinto Borges, diretor daquela organização, que, antes de expor os planos que estão sendo estudados para a imediata instalação dos primeiros estabelecimentos daquele gênero, teceu considerações sobre as vantagens que terão os "supermercados" num país como o nosso, que se industrializava rapidamente, provocando grande afluxo humano nos centros comerciais e industriais, como São Paulo. - "Inicialmente - disse-nos o sr. Pinto Borges - vale a pena revelar, em linhas gerais, o que são os "supermercados" nos Estados Unidos. São amplos e imensos empórios previamente construídos, obedecendo a todas as exigências de higiene e asseio, nos quais a dona de casa, sob um mesmo teto e com uma única visita, poderá suprir-se de tudo - desde produtos alimentícios e domésticos, a verduras frescas, panelas ou artigos para limpeza, poupando, portanto, seu precioso tempo e dinheiro, pois os "supermercados" são concebidos para oferecer preços sempre uniformes (FOLHA DA NOITE, 1953, p.5).

Na sequência, surgem outros estabelecimentos, entre eles o Peg-Pag, fundado em 1954 e que se tornaria padrão de supermercado no que diz respeito à formatação e configuração das lojas, atendimento aos clientes e sistema de vendas; considerada por muitos a escola de supermercados pelo padrão estabelecido.

Durante os anos 1970, o ramo de supermercados passou por forte concentração e centralização econômica. O grande fator para que isso ocorresse se deu a partir da crise de 1970, quando os supermercados passaram a ofertar em um



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

só espaço, uma gama de produtos antes encontrados em formas de varejo alimentícios diferentes (Pintaudi, 1999).

Empresas como os supermercados Sirva-se, Peg-Pag e Mapps, que concentravam uma variedade de produtos em um só lugar, forçaram o fechamento dos mercadinhos, empórios e quitandas, alterando as formas comerciais existentes à época. É durante o milagre econômico do país que se instalaram as novas formas comerciais conhecidas como hipermercados, cuja área era superior ao dos supermercados e incorporam, em sua estrutura, não só o comércio de alimentos, mas também o de eletrodomésticos, restaurantes, artigos para presentes, lanchonetes, padarias, além de uma sofisticada variedade de itens (Varotto, 2006, p. 89-90).

Lógicas e dinâmicas socioespaciais do ramo supermercadista em múltiplas escalas.

A implementação do plano real e a abertura comercial do Brasil contribuíram para um cenário alvissareiro para empresas estrangeiras atuarem no país e também para a expansão dos grandes capitais nacionais pelo território nacional (Santos, 2005; Delgado; Oliveira, 2015). A maior internacionalização das empresas acirrou a concorrência e a reação estratégica de atores locais, culminando num incremento das fusões e aquisições (Delgado; Oliveira, 2015).

À proporção que empresas de grande porte, nacionais e internacionais adquirem uma maior capilaridade pelo território, há uma incorporação das pequenas e médias empresas locais, estratégia importante porque permite aproveitar toda a estrutura já existente (Delgado; Oliveira, 2015), com retornos mais



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

rápidos e redes já consolidadas no mercado local e regional. Esses processos de concentração e centralização econômica são os principais responsáveis pela alteração das estruturas comerciais de distribuição alimentícia. Kon (1994, p.48) conceitua estes fenômenos, respectivamente, como:

A concentração de capitais é explicada pelo crescimento dos capitais individuais, à medida que os meios sociais de produção e subsistência são transformados em propriedade privada de capitalistas [...] A centralização do capital, por outro lado, resulta da luta da concorrência em busca do desdobramento das mercadorias que, por sua vez, depende do aumento da escala de produção e da produtividade (Kon, 1994, p.48).

Na medida em que as empresas de varejo alimentício seguem as lógicas econômicas e espaciais, desenvolvem a capacidade de reafirmar a hierarquia ou a posição que as cidades ocupam na rede urbana, não como tamanho demográfico, mas como combinação entre situação geográfica e nível de complexidade de papéis e funções (Sposito; Sposito, 2017, p.467). Os autores afirmam que a centralização espacial do capital acompanha os processos de contração e centralização econômica, em que o comando das empresas pertencem a uma sociedade e muitas vezes a um capital internacional (Sposito; Sposito, 2017, p. 471).

Com o avanço de lógicas como as de concentração e centralização econômica, tem-se o resultado de um mercado cada vez mais monopolizado e circulando por um restrito grupo de empresas, no qual surgem combinações de capitais com o intuito de dominar a concorrência em múltiplas escalas. Frente ao alto nível de centralização, o resultado é um número reduzido de empresas em um determinado ramo, tornando vantajoso a combinação entre elas, dando surgimento ao que Kon (1994, p. 54) denomina de cartéis, trustes e fusões. Quando o processo abole a independência da empresa, recebe o nome de fusão onde as antigas

Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

empresas dão lugar a um só núcleo de decisões, surgindo então uma nova entidade comercial com uma unidade orgânica e direção única (Kon, 1994, p.55).

Sposito; Sposito (2017, p. 469) salientam que a lógica que orienta a concentração e centralização econômica não pode se dissociar do modo que as empresas passaram a se organizar no espaço, pois houve a ampliação espacial das empresas - sobretudo as de varejo -, por meio de um processo chamado de desconcentração espacial.

O processo de desconcentração espacial resulta em um aumento expressivo no número de estabelecimentos, dado as condições favoráveis que ela permite. A expansão das redes do varejo alimentício de grande porte ocorre não só em escala cartográfica pequena como também pode ser visto em uma escala maior, podendo ser compreendida também com estratégia tomada pelas pequenas empresas ao tentar sobreviver frente à expansão das grandes empresas.

Destacam-se as estratégias adotadas por empresas do Norte a Sul do Brasil, como o Walmart que buscou mercados regionais – sobretudo as cidades de porte médio mais importantes como exemplo das lógicas citadas acima; já o Pão de Açúcar reorganizou suas instalações e também já é perceptível a busca por cidades médias no estado de São Paulo. Além da expansão e mudanças locais das grandes redes, percebe-se também que a expansão das redes de capitais menores não só são importantes para a economia do país, como também altera os lugares onde se instalam.

Outras estratégias por que passam o ramo tem sido a formação de união ou alianças entre pequenos supermercados como forma de enfrentamento às grandes



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

redes locais e regionais. Com essa estratégia esses capitais alteram as dinâmicas de concorrência e organização do ramo

Por último, mas não menos importante, assiste-se à participação de fundos de investimentos na consolidação do ramo. É o caso por exemplo do fundo de investimentos Pátria, que atua em diversos segmentos no Brasil, inclusive em supermercados, ramo que atingiu o faturamento de cerca de R\$800 bilhões de reais. De 2022 até os dias de hoje, o fundo de investimentos fez a aquisição de inúmeras redes de supermercados pelo país, sendo a mais recente a compra da rede Amigão Supermercados, com aproximadamente 65 unidades espalhadas por São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul. Com isso, a Pátria chega a sua 12ª aquisição no ramo supermercadista no Brasil, evidenciando a força do ramo varejista de alimentos no país.

Importância econômica do ramo supermercadista em Campos dos Goytacazes

As cidades médias têm passado por mudanças na sua morfologia com a internacionalização das instâncias produtivas (produção, circulação, consumo). Para entender como se dá a internacionalização das instâncias produtivas é fundamental ter ciência que a produção de valor começa antes mesmo que a mercadoria seja produzida nas fábricas (Santos, 2008). Santos (2012) vai dizer que foi a partir do comércio especulativo que novas escalas de valores são introduzidas na produção.

Sposito; Sposito (2017) destacam os processos de formação de um sistema-mundo com a passagem do sistema feudal para o modelo de produção capitalista e de internacionalização da economia à medida que as empresas buscam



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

ampliar suas coberturas espaciais de extração de riquezas e de operação comercial. É nesse processo de internacionalização da produção onde inúmeras empresas de diversos segmentos - inclusive as empresas supermercadistas - desconcentraram seus capitais das grandes metrópoles para outros espaços que as cidades médias tornaram-se locais de interesse desses capitais.

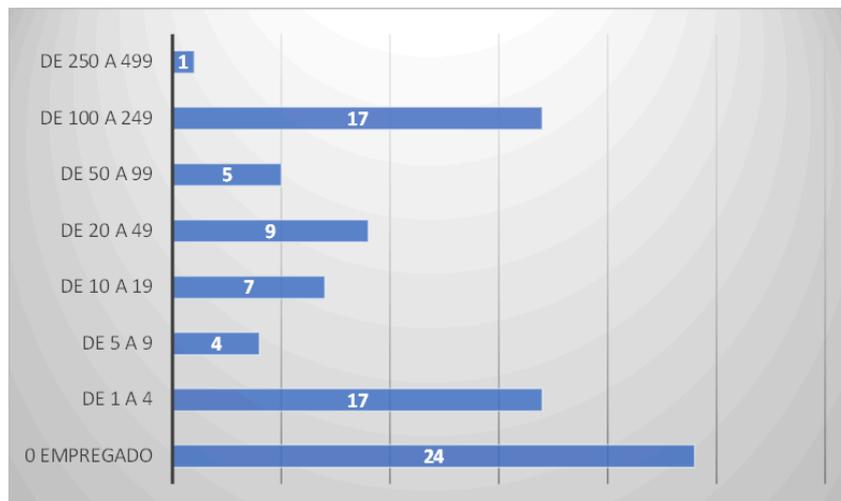
A cidade média de Campos dos Goytacazes é um exemplo disso, na medida em que se torna lócus de grandes investimentos tanto de grupos nacionais quanto de grupos internacionais do ramo supermercadista. Por meio sucessivos investimentos, o ramo supermercadista e hipermercadista se consolida como um dos mais relevantes para a economia local através da geração de empregos e a contribuição direta no Produto Interno Bruto (PIB). Ao mesmo tempo, com a dinâmica de consolidação do ramo nas mãos de um pequeno grupo de empresas, decorrente das aquisições, fusões e também encerramento das atividades de empresas menores, a dinâmica econômica e espacial tende a ser comandada por um pequeno grupo de empresas, em alguns casos o comando é alheio à escala da cidade.

Entender o comércio passa primeiro pela elucidação do consumo como prática que sustenta um sistema em cadeia entre produção-distribuição-consumo. A partir dos anos 1970, a reestruturação produtiva traz consigo fortes mudanças no campo do consumo (Fontenelle, 2014, p. 208). A alteração do consumo desencadeia uma série de outras alterações no espaço, transformando-o em um espaço de reprodução das atividades capitalistas e potencializando a reestruturação urbana.

A figura 1 evidencia a distribuição dos supermercados em Campos dos Goytacazes. Dos 84 estabelecimentos, a maioria é composta por aqueles que têm

zero empregados, que são supermercados de pequeno porte administrados por famílias. Em seguida, também há uma quantidade significativa de estabelecimentos com 1 a 4 empregados como pequenos. Por último, os supermercados de médio porte que empregam de 100 a 249 pessoas. Apesar dos 49% dos estabelecimentos na cidade serem supermercados de pequeno e médio porte, são os de grande porte que concentram os empregos e vendas do ramo.

Figura 1: Estabelecimentos supermercadistas em Campos dos Goytacazes, 2021, por tamanho.

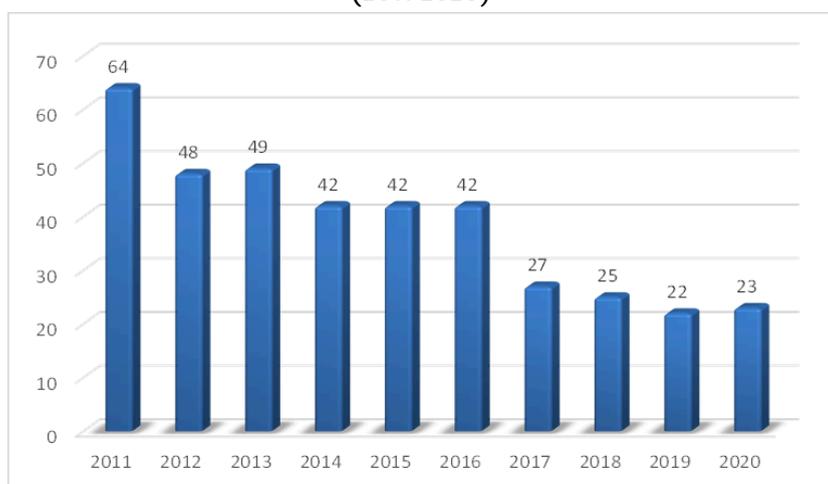


Fonte: RAIS/CAGED, 2022

A figura 2 ilustra a tendência de concentração econômica do ramo supermercadista em Campos dos Goytacazes. Desde 2011 o número de CNPJ registrado no CEMPRE caiu significativamente de 64 para 23 empresas, enquanto o número de estabelecimentos aumentou. Há, portanto, uma crescente concentração econômica, com grandes capitais se expandindo mais rapidamente e os capitais

menores enfrentando dificuldade ocasionando no fechamento ou readequação em suas operações. Assim, a entrada dos capitais nacionais e internacionais na cidade se dá às custas da redução das atividades de empresas locais e de pequeno porte.

Figura 2: Empresas atuantes no ramo supermercadista em Campos dos Goytacazes (2011-2020)



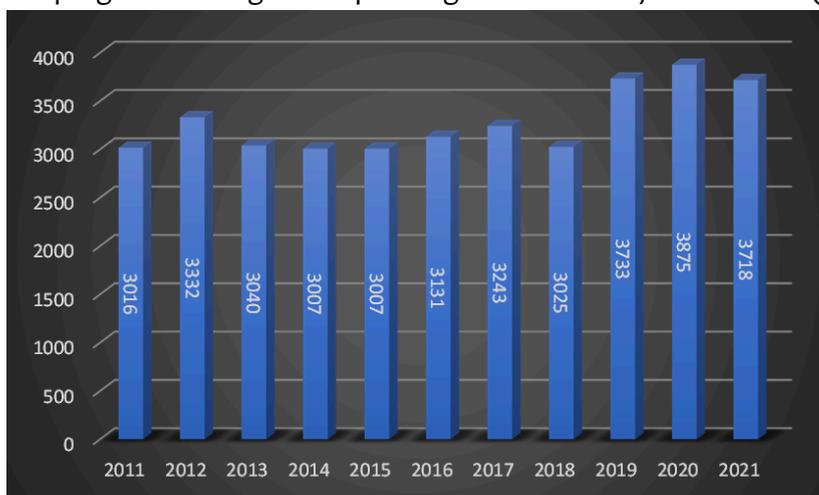
Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas, 2022.

Autores como Sposito; Sposito (2017, p. 469) frisam que a lógica que a concentração e centralização econômica não pode ser vista sem que leve em consideração o modo que essas empresas passaram a se organizar no espaço, levando em conta que a diminuição do número de empresas está relacionada com a expansão multiescalar e territorial dos grandes capitais em detrimento dos capitais locais. Se, por um lado, temos a dilatação dos grandes capitais pelo território, conformando diferentes pontos que se articulam por meio das redes técnicas e informacionais, por outro lado, os pequenos capitais são impelidos a encerrar suas

atividades ou a reorientar suas estratégias comerciais e espaciais de atuação (Sposito; Sposito, 2017, p. 469).

A dinâmica do mercado de trabalho difere da variação do número de empresas (figura 3).

Figura 3: Empregos formais gerados pelo segmento de varejo alimentício (2011-2021)



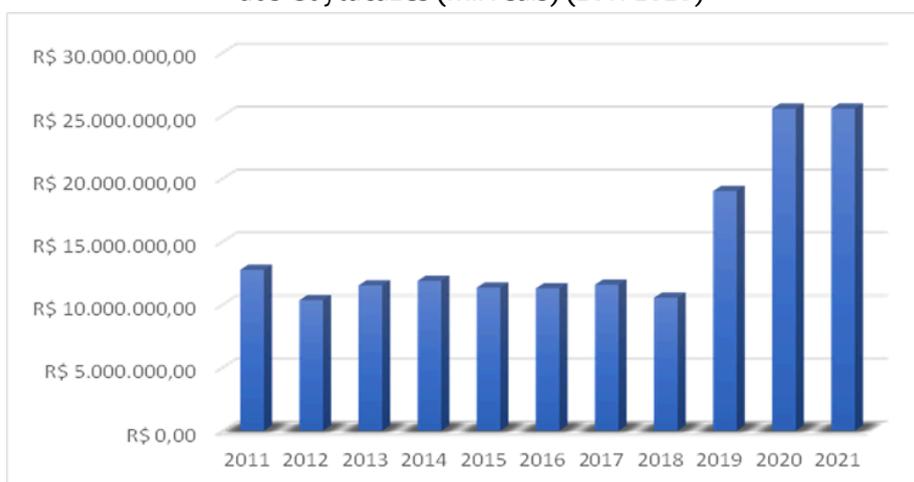
Fonte: RAIS/CAGED, 2022.

Desde 2011, o número de empregos gerados pelo varejo manteve-se relativamente estável. Mas, durante a pandemia de Covid-19, houve um aumento considerável no número de vínculos formais, superando os anos anteriores. Esse aumento foi estimulado pelo aumento do consumo doméstico e também de políticas públicas de incentivo implementadas pelo Estado como apoio para famílias que viviam em vulnerabilidade social.

Além de considerar o impacto dos supermercados no que diz respeito a empregos, estabelecimentos e número de empresas, é importante avaliar como o

segmento contribui para a economia local através da injeção direta de capital, como através de salários e outras remunerações. A figura 4 mostra que o segmento tem uma influência significativa na economia local.

Figura 4 - Salários e outras remunerações geradas pelo ramo supermercadista e Campos dos Goytacazes (mil reais) (2011-2020)*



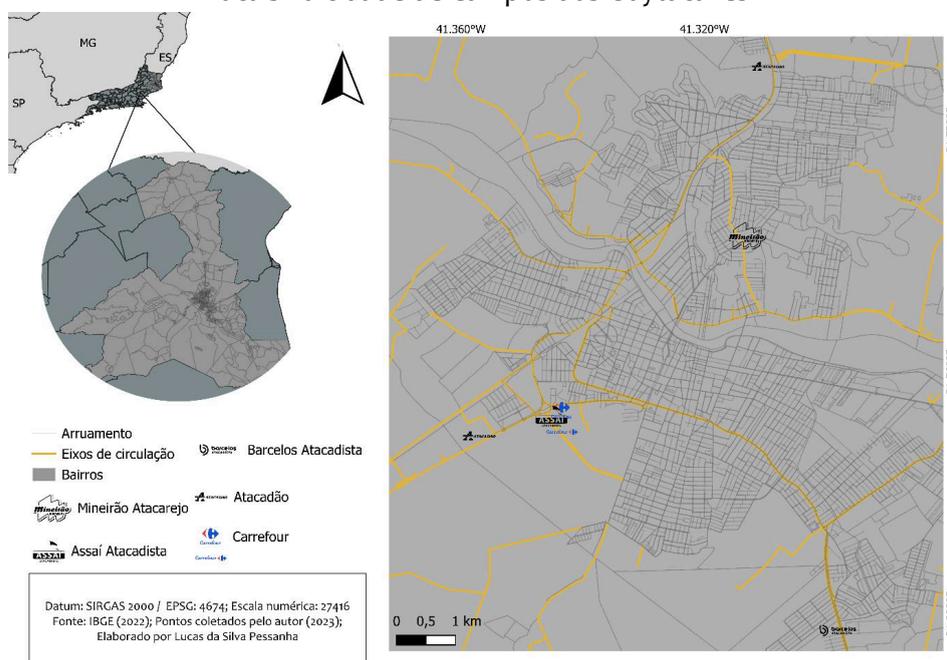
* Deflacionado pelo IPCA
Fonte: RAIS/CAGED, 2022.

Há aumento mais notável a partir do ano de 2019. Segundo Pessanha; Santos (2023), as empresas do ramo varejista supermercadista aumentaram o número de empregados formais para atender a crescente demanda, o que resultou no incremento da massa salarial. Os supermercados de Campos dos Goytacazes atingiram R\$15 milhões em massa salarial em 2018, um ano antes da pandemia; o que demonstra que o ramo supermercadista já vinha se expandindo, mas o crescimento mais acentuado se dá justamente em 2019.

Ao analisarmos as estratégias espaciais adotadas pelos supermercados na cidade, observamos diferentes formas de localização. É possível perceber que

todas essas grandes redes de hipermercados e atacarejos se localizam em vias de grande tráfego de veículos (figura 5), que funcionam como conectores entre os diferentes subespaços da cidade, especialmente em direção ao centro histórico e comercial

Figura 5 - Localização de redes supermercadista, hipermercadista atacadista extralocais e locais na cidade de Campos dos Goytacazes

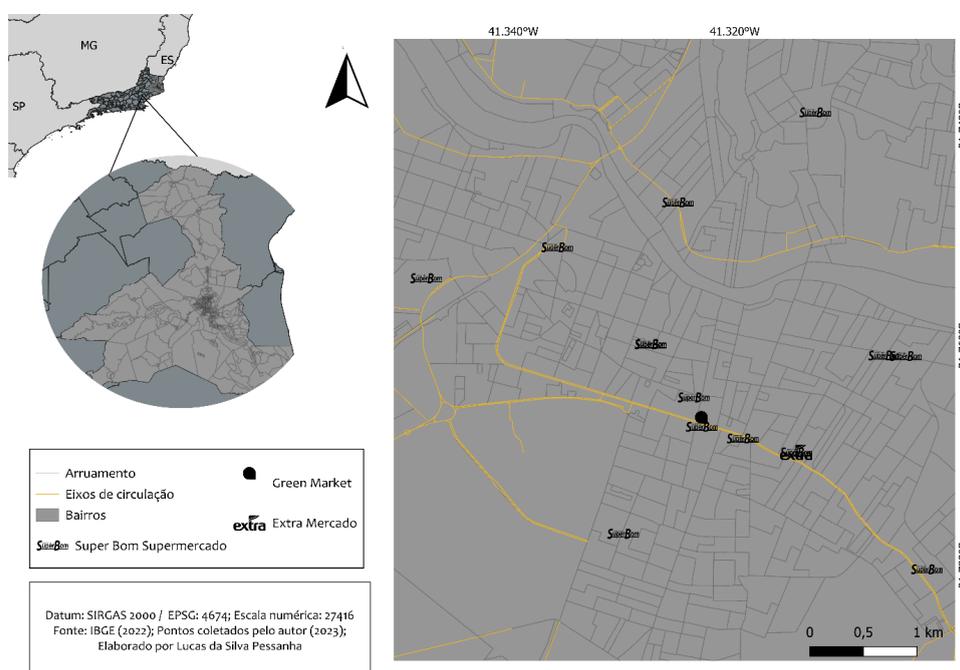


Elaboração: Lucas da Silva Pessanha, 2023.

A figura 6 mostra as estratégias de localização adotadas pelos supermercados geridos por capitais externos e pelo principal capital local da cidade (SuperBom). As unidades estão posicionadas de forma estratégica ao redor do centro histórico e em subcentros comerciais já estabelecidos. Além disso, estão situados em vias que conectam o centro aos bairros, o que resulta por empurrar os

capitais menores a se deslocarem ainda mais para a periferia. A maior parte desses estabelecimentos comerciais pode ser classificada de médio e grande porte, gerando mais de 100 empregados diretos e formais.

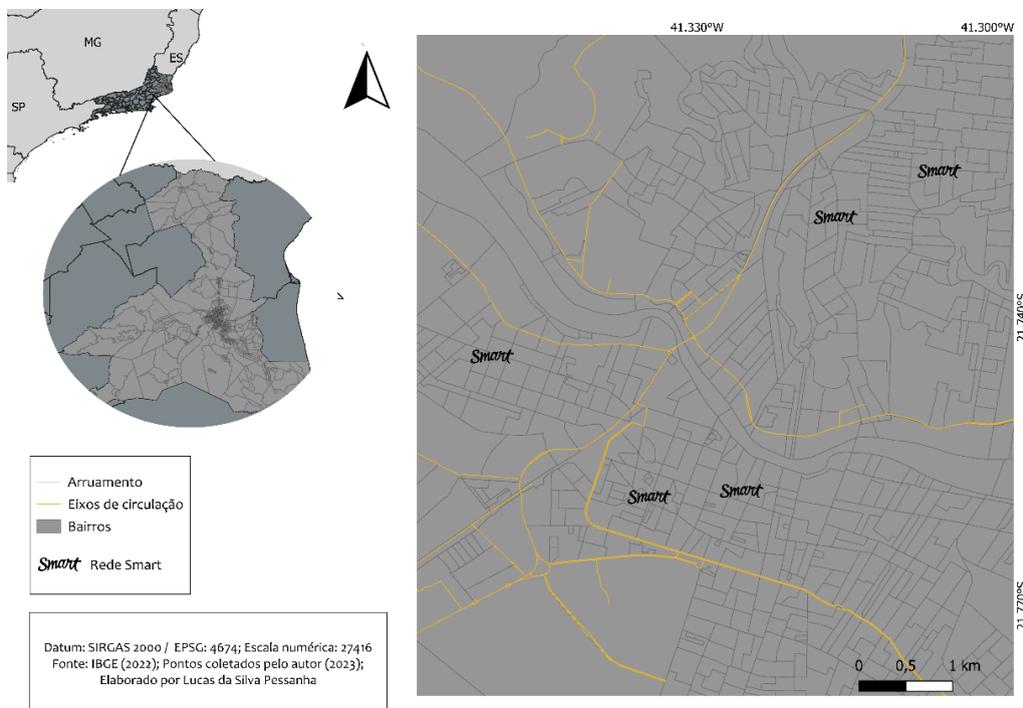
Figura 6 - Localização dos supermercados de médio e grande porte em Campos dos Goytacazes - RJ.



Elaboração: Lucas da Silva Pessanha, 2022.

Além da presença dos capitais de médio e grande porte, a figura 7 ilustra a localização e a articulação entre os supermercados de pequeno porte.

Figura 7 - Localização dos supermercados de pequeno porte da Rede Smart



Elaboração: Lucas da Silva Pessanha, 2023.

Ao contrário dos atacarejos, que frequentemente são geridos por empresas extralocais ou que estão fortemente ligados à lógica financeira, os pequenos capitais, em diversos casos, procuram enfrentar a competição por meio da realocação de sua área de atuação ou pela formação de associações e redes. É o caso da Rede Smart, que resulta da união de cinco supermercados que operam na cidade de Campos dos Goytacazes: Supermercado Ferreirão, Supermercado Econômico, Stock Supermercados, Supermercado Romão e Terra Cereais Supermercados.



Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

Embora o processo de fusão não seja comum entre os pequenos negócios comerciais, que geralmente buscam se reorganizar para competir com as redes maiores, o fenômeno observado na Rede Smart é o de união dos supermercados menores. Nesse caso, as empresas menores mantêm sua autonomia, o que não aconteceria caso houvesse uma fusão; a união comercial visa aumentar a competitividade frente a um cenário de intensificação da concorrência..

A rede surgiu da formação de uma outra rede local, que incluía até mais participantes. A Rede Economize Mais, incorporada pela Rede Smart, foi estabelecida como resposta à necessidade de competir com o principal capital local, os Supermercados Super Bom. O objetivo da união era de reforçar o poder de compra e negociação frente aos fornecedores, buscando, através disso, a redução de preço dos produtos. A associação passou por várias alterações desde a sua criação, chegando a configuração final com sete supermercados associados (incluindo os cinco da atual Rede Smart, e mais outros dois).

A partir de meados de 2022, a rede passou a se chamar Rede Smart, que pertence ao Grupo Martins, fundado no ano de 1953. O grupo atua na distribuição de produtos e na integração de pequenos supermercados espalhados em todo o Brasil por meio do Sistema Martins (SIM).

Considerações finais

As funções de consumo e comércio são constantemente reformuladas para atender as necessidades que o capitalismo impõe, o que resulta na criação de outras formas de reprodução. Supermercados e hipermercados são exemplos dessas novas formas e o setor de comércio e serviços desempenham um papel





Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

crucial para a economia do país. Os supermercados têm se tornado cada vez mais relevantes como formas de consumo e também pelas suas implicações nas dinâmicas socioespaciais.

O consumo por meio dos supermercados é um dos fatores que impulsionam a (re)estruturação do espaço urbano. Com o tempo, o ramo supermercadista tem sofrido significativas mudanças seguindo a tendência de produção do espaço e do capital. Enquanto as grandes corporações continuam a concentrar suas atividades e a expandir suas áreas de atuação, os pequenos negócios têm buscado estratégias alternativas para se manter e/ou até mesmo sobreviver ao crescimento das grandes redes locais e extralocais

As estratégias espaciais de localização dos supermercados que atuam no ramo de supermercados e hipermercados em Campos variam de acordo com o porte e origem das empresas. As grandes redes de atacarejos e supermercados controlados por capitais externos se situam em vias que atendem não só a área intraurbana como também o interurbano. Já os supermercados de médio porte se organizam no entorno do centro histórico, no subcentro (Goytacazes) e em vias de alta movimentação, para se aproveitar da acessibilidade. Por outro lado, as empresas de pequeno porte, com exceção de algumas localizadas em áreas nobres, estão sendo cada vez mais sendo deslocadas para a periferia.

Para fazer frente ao avanço destas grandes corporações e capitais de médio porte que atuam na cidade, algumas pequenas empresas têm buscado novas formas organizacionais que permitam aumentar o seu poder de compra dos produtos e insumos, aumentar suas margens de lucro e reduzir os preços dos produtos para atrair os segmentos C, D e E, que são os seus principais





Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

consumidores. A associação à Rede Smart de supermercados independentes foi uma resposta ao avanço do principal capital local e das redes extralocais na cidade.

Referências

AUTÊNTICOS “supermercados” funcionarão em São Paulo. Folha da Noite, São Paulo, p. 5, 23 abr. 1953.

BATISTA, Henrique Ferreira; SANTOS, Leandro Bruno. Campos dos Goytacazes: de uma cidade mononucleada à multi (poli) centralidade. *Brazilian Geographical Journal*, v. 9, n. 2, p. 4-24, 2018.

CLEPS, G. D. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. *Sociedade & Natureza*, [S. l.], v. 16, n. 30, 2006.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. *Sociedade & Natureza*, v. 16, n. 30, 2004.

CORRÊA, Roberto Lobato. Construindo o conceito de cidade média. *Cidades médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão popular, v. 1, p. 23-33, 2007.

DELGADO, F.; OLIVEIRA, J. C. Análise da evolução da concentração industrial no varejo supermercadista brasileiro entre 1998 e 2013. *Revista do CEPE*, n. 42, p. 43-62, jun./dez. 2015.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O estatuto do consumo na compreensão da lógica e das mutações do capitalismo. *Lua Nova*, São Paulo, 92: 207-240, 2014.

KON, Anita. Concentração e centralização do capital. In: KON, Anita. *Economia Industrial: teorias e estratégias*. São Paulo: Nobel, 1994. p. 46-65.

MERENNE-SCHOUMAKER, B. (1983), <Libre-service et centres commerciaux en Europe, *Bul. De la Soc. Géog. Liège*, n. 19, pp. 63-76.

MIYAZAKI, V. K. et al. *As lógicas econômicas e espaciais do ramo supermercadista*. Rio de Janeiro, Editora Consequência, 2022.





Os desafios do desenvolvimento socioambiental e as horizontalidades: Pontes entre região, o Estado e o cotidiano

Florianópolis (SC) – 2024

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. A Mundialização do Consumidor. In: VII Encontro de Geógrafos da América Latina, 7., 1999, Porto Rico. Anais [...] . Porto Rico: Unesp, 1999. p. 1-8.

PESSANHA, L. S.; SANTOS, L. B. Dinâmicas espaciais e econômicas das empresas supermercadistas em Campos dos Goytacazes. In: XXI Seminário de Integração Regional, 2023, Campos dos Goytacazes. Anais... XXI Seminário de Integração Regional, 2023.

PINTAUDI, S. M. A cidade e as formas de comércio. In: CARLOS, A. F. (Org). Novos caminhos da geografia. São Paulo: Contexto, 1999. SALGUEIRO, T. B. Novas formas de comércio. Finisterra, [S. l.], v. 24, n. 48, 1989. DOI: 10.18055/Finis1944.

RAIS. Relação anual de informações sociais. Rio de Janeiro: 2011-2021

SANTOS, M. O espaço total de nossos dias. In. Por uma geografia nova. São Paulo: Hucitec, 2012, p. 201-219.

SANTOS, Milton. Da indivisibilidade do espaço total e de sua análise através das instâncias produtivas. In. Espaço e Método. São Paulo: Edusp, 2008, p. 81-86.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SPOSITO, Eliseu Savério. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. GEOUSP Espaço e Tempo (Online), v. 21, n. 2, p. 462-479, 2017.

VAROTTO, L. F. História do varejo. GV executivo, v.5, n.1, p. 86-90, fev./abr. 2006.

VAROTTO, Luís Fernando. Varejo no Brasil - Resgate histórico e tendências. Revista Brasileira de Marketing, vol. 17, n. 3, 2018, p. 429-443

