

## **PANORAMA DO SETOR SUPERMERCADISTA EM LONDRINA (PR) NA PERSPECTIVA DA TEORIA DOS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA<sup>1</sup>**

**Vinicius Biazotto GOMES**

Graduado em Geografia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) e aluno de mestrado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) - Presidente Prudente.

**Edilson Luis de OLIVEIRA**

Prof. Dr. Assistente do Departamento de Geociências da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

### **Resumo**

A atividade comercial é inerente à vida urbana. A partir dos anos 1930, a cidade de Londrina exerceu forte centralidade sobre a região Norte do Paraná, devido a seu comércio moderno e diversificado, dentre outras atividades terciárias. A centralidade de Londrina impulsionou a formação dos circuitos da economia urbana e sua consolidação após os processos de modernização regional nas décadas de 1960 e 1970. Desde então, observou-se uma lenta entrada de novas formas comerciais e capitais externos, adicionando forças exógenas ao desenvolvimento da cidade e da região. Esse processo, lento e restrito até o início da década de 1990, permitiu que o controle da atividade comercial supermercadista permanecesse com o circuito inferior, composto por grande quantidade de pequenas lojas pulverizadas na cidade. A chegada dos grupos Carrefour e Super Muffato, respectivamente em 1992 e 1995, promoveu uma reviravolta no setor supermercadista londrinense, ensejando a ascensão do circuito superior. Contudo, com base em sua função estrutural de suprir as necessidades de consumo dos pobres e valendo-se de adaptações, o circuito inferior londrinense sobreviveu à nova concorrência, consolidou-se e expandiu suas operações locais. Como resultado, na perspectiva da teoria dos circuitos, a economia urbana de Londrina tornou-se cada vez mais densa e diversificada.

**Palavras chave:** Circuitos da economia urbana, Londrina, Consumo, Supermercados, Coexistência competitiva.

## **PANORAMA GENERAL DEL SECTOR SUPERMERCADISTA EN LONDRINA (PR) EN VISTA DE LA TEORÍA DE CIRCUITO URBANO DE ECONOMÍA**

### **Resumen.**

La actividad comercial es inherente a la forma de vida urbana. Desde la década de 1930, la ciudad de Londrina tuvo una fuerte centralidad sobre la región norte del Paraná, debido a las actividades comerciales modernas y diversificadas, entre otras terciarias. La centralidad de Londrina impulsó la formación de los circuitos de la economía urbana y su consolidación después de los procesos de modernización regional en los años 1960 y 1970. Desde entonces, ha habido una entrada lenta de nuevas formas comerciales y de capital externo, adicionando fuerzas exógenas al proceso de desarrollo de la ciudad y región. En Londrina, hasta principios de 1990, este proceso lento y restringido ha permitido que el control del negocio de supermercados se quedase con el circuito inferior, compuesto por un montón de pequeñas tiendas rociado en la ciudad. El asentamiento de los grupos Carrefour y Super Muffato, respectivamente en 1992 y 1995, promovió un cambio real en el

---

\* Este artigo é resultante de um Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Geografia pela Universidade Estadual de Londrina. Sua referência é GOMES (2013).

sector de los supermercados en Londrina permitiendo la ascensión del circuito superior. Sin embargo, en base a su función estructural de abastecer las necesidades de consumo de los pobres y haciendo uso de adaptaciones, el circuito inferior de la ciudad de Londrina ha sobrevivido a la nueva competencia, se consolidado y ampliado sus operaciones locales. Como resultado, en la perspectiva de la teoría de circuitos, la economía urbana de Londrina se ha convertido cada vez más densa y diversa.

**Palabras clave:** Circuitos de la economía urbana, Londrina, Consumo, Supermercados, Coexistencia competitiva.

## **OVERVIEW OF THE SUPERMARKET SECTOR IN LONDRINA (PR) UNDER THE THEORY OF CIRCUIT OF URBAN ECONOMY**

### **Abstract.**

Commercial activity is inherent to the urban way of life. From the 1930s, the city of Londrina has had a strong centrality in northern region of Paraná State, due to its modern, diversified, commercial, among other tertiary activities. The centrality of Londrina boosted urban circuits formation and its consolidation after the processes of regional modernization in the 1960s and 1970s. Since then, there has been a slow entry of new commercial forms and external capital, adding exogenic forces to the development process of the city and the region. In Londrina, until the early 1990s, this slow and restricted process enabled the supermarket business control to remain with the lower circuit, which consists of lots of small shops spread in the city. The settlement of Carrefour and Super Muffato groups, respectively in 1992 and 1995, promoted a real turnaround in the supermarket sector of Londrina, allowing for the rise of the upper circuit. However, based on its structural function of supplying the consumption needs of the poor, and by means of adaptations, the lower circuit of Londrina has survived new competition, consolidated itself and expanded its local operations. As a result, from the circuit theory perspective, the urban economy of Londrina has become increasingly dense and diverse.

**Keywords:** Urban economy circuits, Londrina, Consumption, Supermarkets, Competitive coexistence.

### **1. Introdução.**

A atividade comercial é intrínseca à vida urbana, por ela são realizadas trocas fundamentais à manutenção da divisão do trabalho e ao modo de vida cidadão. Propiciadoras de encontros, acordos e trocas, as formas comerciais vêm se modificando com o avanço da urbanização e a disseminação do modo de produção capitalista, ganhando importância na alteração de práticas, anseios e valores individuais com a ascensão do consumo como estruturador das relações sociais. Os supermercados<sup>2</sup> são a expressão contemporânea da adequabilidade das formas comerciais às

---

<sup>2</sup> Tendo em vista a multiplicidade de definições nacionais e internacionais e também pelo fato de que o trabalho não foca a diferenciação entre super e hipermercados, nomeamos todos os estabelecimentos por nós analisados como supermercados.

demandas da sociedade, detendo grande importância na difusão de produtos para o consumidor, sobretudo em itens de primeira necessidade.

Dois são os períodos se destacam do cenário supermercadista, 1934 a 1990 e 1990 em diante. No primeiro, ocorre o desenvolvimento do formato no mundo e sua importação no Brasil. Esse período é caracterizado pela proeminência de alguns grupos que viriam a ser expoentes do circuito superior e principalmente por uma série de pequenas iniciativas locais/regionais que tiveram papel preponderante na sua difusão, já que nesse período não havia um agente de destaque com operações difusas no plano nacional.

A partir da década de 1990 ocorreram drásticas mudanças capitaneadas pelas ações da Cia. Brasileira de Distribuição (Pão de Açúcar), Carrefour Com. Ind. Ltda., e Walmart Brasil Ltda., acelerando os reflexos de um processo de internacionalização do setor supermercadista que se dava em nível mundial, com a uma rápida expansão destes e de outros grandes grupos em países desenvolvidos e subdesenvolvidos (REARDON; GULATI, 2008, p.5).

Esses três principais agentes também conduziram processos de concentração ao adquirir importantes grupos regionais. Com essas aquisições e por meio da abertura de novas lojas expandiram as suas operações no país, dando grande ênfase às cidades médias interioranas dos estados do Sul e do Sudeste, como Londrina (PR), Ribeirão Preto (SP) e São José do Rio Preto (SP), que de acordo com dados da RAIS/MTE (2014) tiveram um acréscimo de respectivamente 1100%, 550% e 450% no número de estabelecimentos com mais de 100 ocupados nos últimos 18 anos. Além disso, as cidades médias foram palco das ações de um emergente circuito superior regional, constituído de grupos como o Cia Zaffari Com. Ind., o Irmãos Muffato & Cia Ltda., e o Savegnago Superm. Ltda. A consolidação do setor perante o consumidor brasileiro nessa nova fase vem trazendo uma complexificação nas relações concorrenciais entre o circuito inferior estabelecido historicamente e esses novos agentes constituídos de lógicas espaciais e econômicas diferenciadas.

A difusão do setor supermercadista na cidade de Londrina é parte desse fenômeno. Principalmente nos últimos 20 anos a cidade vem sendo alvo dos anseios expansionistas do circuito superior que instala suas lojas em pontos dotados de intensos fluxos de pessoas e veículos e/ou dotados de centralidade, localizados quase sempre próximos a públicos de rendimentos médios e elevados. Esse circuito superior é caracterizado pelo seu poder seletivo e estranho às sociedades locais, residindo no topo da pirâmide da criação conjuntural e fundamentador da estrutura. Já no andar de baixo, como resposta a este, sobrevive o circuito inferior, constituído majoritariamente por uma série de pequenas e unilocalizadas empresas que possuíam até então o domínio quase total do

setor na cidade. Este, adaptando-se ao atual cenário, vem se concentrando nas porções periféricas e de menor rendimento.

Essa coexistência deve ser explicada pelas ações expansionistas e de racionalização do circuito superior e também pelas funções e reações do circuito inferior. Tendo em vista principalmente a recriação constante e ampliada da pobreza, o circuito inferior tem uma função estrutural no atendimento da demanda dos públicos abarcados apenas parcialmente pelo circuito superior. Além disso, ele constantemente se adapta aos novos cenários visando não se distanciar dos demais concorrentes.

Este trabalho se debruça sobre a leitura dos circuitos da economia urbana do setor supermercadista de Londrina com intuito de analisar as razões da coexistência competitiva entre o circuito inferior e o circuito superior a partir da rápida mudança no cenário concorrencial da década de 1990. A adoção da teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos se mostrou profícua à leitura desse cenário, ainda que requeridas algumas adaptações à teoria original em decorrência das especificidades espaciais, setoriais e de consumo da atual sociedade urbana londrinense, decorrentes de percepções obtidas ao longo de 16 trabalhos de campo nos supermercados de Londrina, bem como durante a revisão bibliográfica, contidas detalhadamente em Gomes (2013), bem como implícitas no texto que segue nos próximos tópicos.

## **2. Supermercados – A expressão atual da íntima relação cidade x formas comerciais.**

O consumo é uma prática que se realiza mediante a busca da satisfação de uma necessidade material ou imaterial por meio do uso de um objeto ou serviço, sendo fruto de uma relação dialética entre necessidade(s) e vaidade(s) estabelecidas em proporções distintas a cada relação entre sujeito x objeto de consumo, tornando tênue - se é que existente - a linha entre o utilitário e o conspícuo.

Tal como Bauman (2007, p. 37) coloca, é uma condição e um aspecto, permanente e irremovível dos seres humanos, não sendo algo novo e muito menos condenável por si só. Contudo, tal prática vem passando por modificações significativas nos últimos anos, principalmente com o aumento no uso e descarte de objetos, bem como pela mudança no seu significado social (BARBOSA, 2004, p.8), se tornando cada vez mais central frente a outros instrumentos e hábitos na determinação da forma pela qual o indivíduo é reconhecido na sociedade, visto sua grande potencialidade no intercâmbio de signos extraídos de objetos/serviços.

A divisão do trabalho e a sua complexificação que marcam de fato a transição para a cidade implica a divisão de tarefas entre seus membros. Alguns se dedicam à produção, outros à circulação

e terceiros às suas trocas. A partir do momento em que as relações sociais ganham volume e complexidade ao ponto de fundamentar a dedicação de indivíduos a atividades não relacionadas à obtenção de gêneros alimentícios, temos a necessidade da intensificação do intercâmbio do que é produzido em tal sociedade. Essa questão elementar vem se desdobrando com o desenrolar histórico em que a especialização, tornada palavra de ordem, serve de mola propulsora ao desenvolvimento das práticas comerciais, lhes dá um caráter de contínua renovação, e as torna cada vez mais indispensáveis à manutenção do cotidiano urbano.

A cidade é por excelência a negação do autoconsumo, bem como concentradora de uma infinidade e diversidade de pessoas, atividades e conseqüentemente demandas variadas de consumo. Cachinho (1999, p. 158) afirma que a prática consuntiva pode ser vista “[...] como um sistema dinâmico permanentemente moldado por um conjunto de agentes (os consumidores, os comerciantes, os produtores), objetos (mercadorias, estabelecimentos), lugares e relações”.

A evolução das relações e formas comerciais nas cidades dos séculos XII a XVIII apresentado por Braudel (2009) demonstram a profundidade da relação estabelecida entre a cidade e práticas mercantis que permitem a sua reprodução. Nelas, era possível perceber um profundo encaixe espaço-tempo (GIDDENS, 1991), na medida em que as atividades produtivas, as formas comerciais e o modo de vida da população circunscrita a um espaço constituíam uma estrutura rítmica coerente.

De forma conjunta ao desenvolvimento histórico das cidades, observa-se a modernização e o surgimento de novos agentes e estruturas basilares à manutenção desse espaço inquieto, representados por meio de novos sujeitos, profissões e relações sociais, bem como formas espaciais, atividades e instrumentos mediadores das trocas. Tanto a cidade, quanto a atividade comercial e, sobretudo a relação entre ambas, são complexificadas, tornando-se cada vez mais interdependentes quanto ao seu desenvolvimento.

Implicando em uma racionalização do cotidiano correspondente ao advento do capitalismo monopolista, os supermercados são a expressão contemporânea de um elo constituído pelas formas comerciais e pela cidade produzida sobre o modo capitalista de produção. Ao exercer em um mesmo tempo a função de difusão ampliada e acelerada de mercadorias e de renovação dos desejos consuntivos, com amplo potencial de modificação de tal hábito, são indispensáveis à realização da mais valia embutida nas mercadorias, o que marca sua importância na acumulação do capital industrial e do mercantil e os torna indissociáveis as lógicas da produção em massa e do consumo de massa. Nesse sentido Cleps (2005, p.83) afirma que “Pode-se, portanto, falar em uma cultura de consumo que tem como objetivo a expansão da produção capitalista de mercadorias a qual

proporciona a acumulação material de bens e de locais de compra e de consumo”.

Pintaudi (2010, p. 179) destaca a avidez com que o grande capital passa cada vez mais a voltar as suas atenções às atividades comerciais, ampliando com isso o seu controle sobre as etapas do ciclo de reprodução do capital.

O destaque que a esfera do consumo adquire no seio da produção geral de nossa sociedade nos últimos trinta anos, em particular, sob certas circunstâncias revela que este momento da produção social parece ter deixado de ser um ato corriqueiro e necessário para a reprodução da vida, passando a ser o seu motivo.

Além disso, em um trabalho anterior em que volta as suas atenções ao entendimento da função dos supermercados na cidade capitalista, a autora discute o papel das leis de acumulação de capital sob as formas comerciais, destacando que desde o século XVIII o comércio:

[...] constantemente se transforma com vistas a conseguir uma melhor distribuição da produção junto aos consumidores, condição para, além de obter uma maior rentabilidade do capital investido na empresa comercial, atender ao objetivo da produção capitalista, que não é em essência, o consumo e sim, a reprodução contínua e ilimitada do capital, o que implica numa ampliação da produção; a ampliação e a especialização continuadas da produção tornam necessária uma distribuição comercial condizente com a mesma, para que as mercadorias se realizem (PINTAUDI, 1984, p. 48).

No capitalismo essa necessidade de ampliação do escoamento e da adequação das formas comerciais à produção industrial decorrente de uma produção em constante mutação possui um caráter perpétuo, visto que de acordo com Giddens (1991, p. 16): “O caráter móvel, inquieto da modernidade é explicado como um resultado do ciclo de investimento-lucro-investimento que, combinado com a tendência geral da taxa de lucro a declinar, ocasiona uma disposição constante para o sistema se expandir”.

Esse papel de estruturação das práticas de consumo pelos supermercados se soma à íntima articulação que estabelece com a reprodução do cotidiano cidadão, em que a racionalidade no uso do tempo e do dinheiro se torna cada vez mais imperativa. Este tempo para o qual Braudel (1969, p. 72) cunha o termo “tempo imperioso do mundo”, “impõe [os sujeitos], os constrange, arrebatando seus tempos particulares de cores diversas”, sendo um dado histórico, referente a uma estrutura em permanente construção e reconstrução.

A concentração de uma infinidade de produtos e serviços, que supre o consumidor de itens necessários, como alimentação, vestuário, higiene etc., apropriados, a exemplo dos móveis/eletrônicos menores e alimentos congelados; e sedutores, com a ampliação das

possibilidades de diferenciação mediante a prática consuntiva (BAUDRILARD, 2005), é a expressão da força dessa articulação. Concordamos com Lefebvre (1972, p. 39), ao afirmar que: “Quem diz “produção” diz também “reprodução”, simultaneamente física e social: reprodução do modo de vida”.

Conforme Diniz (2012, p.1) os supermercados surgiram a partir de uma ideia de racionalização das operações de lojas que funcionavam no formato de armazém com atendimento em balcão, em que foram buscadas mudanças organizacionais permitindo a diminuição dos custos e o achatamento da margem de lucro por produto unitário. Essa redução dos custos e dos preços foi importante, principalmente tendo em vista a conjuntura econômica de seu surgimento, nos Estados Unidos da década de 1930. Outro elemento relevante foi a massificação do atendimento com a retirada de funções personalizadas, demonstrando uma adaptação à lógica taylorista/fordista, então vigente.

Visto a crescente hegemonia econômica e cultural que os Estados Unidos vinham galgando e a adequabilidade dessa forma comercial aos novos tempos em questões produtivas, culturais e de consumo inerentes ao cotidiano citadino que vinha paulatinamente se disseminando pelo mundo de forma relativamente homogênea, a sua difusão e assimilação nos demais contextos era uma questão de tempo, mas não sem expressar certa seletividade e adaptabilidade a cada contexto.

Os primeiros supermercados instalados no Brasil importavam um já alterado modelo de supermercado estadunidense, com uma maior quantidade de produtos e serviços, bem como uma maior sofisticação da área de venda, o que resultava em preços maiores do que nas formas comerciais concorrentes e deixava clara a sua opção por um público de rendimentos elevados (KNOKE, 1963). Essas características e opções implicavam uma apropriação seletiva das cidades e dos espaços urbanos, conforme exemplificado na abordagem de Pintaudi (1988) sobre os supermercados da cidade de São Paulo, culminando em uma difusão da atividade que por muito tempo continuou se dando de forma restrita, especialmente no que tange os maiores grupos do setor, a exemplo de que em 2002, 70,94% dos hipermercados do estado de São Paulo localizavam-se na Grande São Paulo. 46,2% só na capital paulista (SILVA, 2002, p.5).

Os supermercados passam a ganhar maior importância para o consumidor brasileiro somente na década de 1970, após sua institucionalização, o barateamento dos seus produtos e conseqüentemente maior com a difusão espacial da atividade. Tendo em vista a restrição espacial das atividades do Peg-Pag e do Pão de Açúcar que aos poucos consolidavam uma expansão ainda restrita às maiores cidades do Sul/Sudeste, destacamos a participação de uma série de pequenos grupos que constituíam um inicial circuito inferior na difusão dessa atividade supermercadista nas

regiões e cidades do país.

Aproveitando-se de uma população cada vez mais urbana e beneficiando-se de ações do poder público, tais como a normatização e institucionalização proporcionada pela Lei municipal nº 7208/68 promulgada em São Paulo e na obtenção de crédito a juros relativamente baixos como no Programa de Modernização e Reorganização da Comercialização (PMRC), de 1971, que prestava financiamentos a partir de recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) (CYRILLO Apud CLEPS, 2005, p. 98), alguns desses grupos expandiram suas atividades, principalmente nas cidades grandes, passando a fazer parte das primeiras empresas do circuito superior do setor supermercadista. Alguns desses importantes grupos regionais, oriundos ou que passaram por importantes reestruturações nas décadas de 1960 e 1970, são o Angeloni (SC), o Bom Preço (PE), o G.Barbosa (SE), o Super Muffato (PR), o Y.Yamada (PA) e o Zaffari & Bourbon (RS).

As diferenças temporais que marcam a expansão dessa forma comercial pelo país, mostram que existem espaços e consumidores que são atendidos, primeiramente, para a garantia de retorno dos investimentos, enquanto simultaneamente as bases para a expansão do serviço para algumas localidades e públicos tidos até então como demanda não solvável, pode vir a se constituir de carona neste processo. Essa nossa afirmação vai de encontro com o apontado por Oliveira (2011, p. 17), que afirma: “Em virtude da seletividade dos processos de modernização, o espaço nos países subdesenvolvidos é caracterizado por ser instável e descontínuo, com diferentes graus de difusão entre produção e consumo modernos”.

Até hoje, essa seletividade se expressa no âmbito da rede de cidades, visto que parte considerável dos grandes estabelecimentos dos grupos do circuito superior se concentra em cidades médias ou grandes, ao passo que as pequenas cidades continuam na maior parte dos casos sendo atendidas mais diretamente pelo circuito inferior e/ou superior marginal composto principalmente de capitais endógenos. No plano urbano, os grandes grupos comumente se apropriam de importantes porções de solo, preferencialmente já dotadas de alto nível de centralidade, circulação de pessoas e/ou acessibilidade para veículos.

A cidade de Londrina (PR) é um exemplo desses processos de concentração e restrição na difusão inicial da atividade, pois mesmo já sendo a partir de 1970 uma cidade média dotada de mais de 200.000 habitantes – além de considerável centralidade sobre as porções Norte do Paraná, Sul do Mato Grosso do Sul e Sul de São Paulo, praticamente não foi alvo de interesse do grande capital supermercadista até então, recebendo maiores iniciativas desses apenas na década de 1990.

### **3. Londrina – Circuitos da economia urbana e atividade supermercadista.**

Sede de um processo de colonização do Norte do Paraná, a cidade de Londrina constituiu desde o início da ocupação da porção em que está inserida uma centralidade calcada principalmente no diversificado e moderno setor terciário demandado pela produção agrícola e pelas necessidades de uma população regional marcada por profundas diferenças culturais e de níveis de renda. (LINARDI, 1995).

Essa extensa centralidade e a variada população regional abarcada são até a década de 1960 os principais itens de análise do que viriam a se tornar os circuitos da economia urbana da cidade. Enquanto o circuito superior foi lentamente moldado principalmente pela demanda de produtos e serviços modernos de uma parte da população composta pelos estratos médio-elevados, aquele que viria a se firmar como circuito inferior foi a quem coube desde o início da cidade o abastecimento da maior parte dos pequenos agricultores e da massa dos pobres urbanos.

A hipótese de que as condições para a formação do circuito inferior em Londrina ainda não estavam plenamente atuantes até os anos 1960 pode ser fundamentada não pela ausência de pessoas carentes, mas pela dispersão a que estavam submetidos e porque eles ainda não eram marcadamente urbanos. (OLIVEIRA, 2011, p. 68)

Na década de 1970 ocorreram processos que consolidaram os circuitos da economia urbana da cidade de Londrina. O êxodo rural da região Norte do Paraná, sobretudo dos trabalhadores do café, que alimentou a já grande massa de pobres urbanos, foi acompanhado por um processo de industrialização, impulsionando o rápido crescimento populacional e territorial já em marcha, aprofundando inclusive as diferenciações socioespacial e consuntiva na cidade. Ao mesmo tempo em que havia a entrada de importantes grupos comerciais de capital nacional (como os Supermercados Peg-Pag) e formas comerciais importadas (*Shopping Center Com - Tour*), que disputavam o atendimento das camadas de médios e elevados rendimentos com grupos locais também em vias de sofisticação, os pobres urbanos continuavam impelidos principalmente ao pequeno comércio próximo e as relações informais para o abastecimento. Quando a oferta destes não era suficiente, cabia à sua iniciativa inventiva empreendedora e destemida, característica daqueles que pouco ou nada tem a perder, para a criação de novas atividades do circuito inferior.

Na inexistência de supermercados, até este período o comércio varejista de alimentos da cidade era composto basicamente de formas comerciais como mercearias e armazéns com atendimento no balcão, feiras livres, vendedores ambulantes e um autosserviço em estágio inicial. A

partir de 1955 e principalmente após 1963, quando adota o autosserviço, começa a se destacar um dos mais importantes grupos supermercadistas da cidade, o Casa Viscardi S/A, que continuou sendo o grupo do setor de maior importância para Londrina até meados da década de 1990 quando possuía mais de uma dezena de lojas instaladas, principalmente na área central. Apesar da perda de participação no cenário atual, de acordo com Carvalho (2004 p. 163; 175), a rede Viscardi invoca um tipo de relacionamento de familiaridade e simplicidade com o consumidor, mostrando um relacionamento próximo e envolvente entre o consumidor londrinense e o grupo.

Além dele, a cidade viu a expansão e forneceu bases para a instalação de alguns grupos que chegaram a ter uma relativa importância no contexto londrinense, tais como o Casa Vila Real S/A., o Supermercados Montimó Ltda., e os Supermercados Pastorinho (Dias Pastorinho S/A Com & Ind.), constituídos de capital local ou regional e que possuíam um pequeno número de lojas (BLUM, 2006, p. 69). No entanto, os Supermercados Peg-Pag, aberto em 1973, bem como o Muffatão (Pedro Muffato & Cia Ltda.) são por muito tempo os únicos, que tendo em vista suas características organizacionais e tecnológicas, podem ser considerados representantes do circuito superior.

Apesar da proeminência desses atores individuais, a maior característica do setor supermercadista londrinense continuava sendo a grande quantidade de empresas do circuito inferior constituídas de iniciativas e capitais locais. Estas se localizavam principalmente em áreas tidas como periféricas e constituídas até então de pouca centralidade, sobretudo em porções de menores rendimentos e raramente escapavam à unilocalização implicada pelo seu limitado poder econômico. O pequeno raio de abrangência de suas atividades impresso pelas reduzidas dimensões da loja e pelo *mix* de produtos restritos a itens de alimentação, limpeza e higiene pessoal, assim como a relação mais próxima com os consumidores de sua redondeza e com fornecedores regionais, completam suas principais marcas.

Portanto, o circuito inferior do setor supermercadista, que tinha até o início da década de 1970 um cenário concorrencial restrito entre semelhantes, passou aos poucos a conviver com grupos de capitais e abrangência maiores, dotados de características operacionais e tecnológicas distintas e que se colocavam a favor de uma lógica diferenciada. Por outro lado, tendo em vista o caráter lento desse processo, bem como o rápido aumento da massa de consumidores – especialmente os pobres urbanos - esses movimentos não vieram causar impactos significativos sobre o seu imaginário concorrencial, bem como no que tange a sua sobrevivência.

Em um mundo cada vez mais integrado pelas redes de transportes, comunicações e finanças, o local dotado de condições e características atrativas para acolher o capital, como a presença de

trabalhadores, consumidores e densidades técnicas e normativas em quantidade e qualidade suficientes, acaba tendo o seu desenvolvimento cada vez mais produto de um embate entre forças endógenas e exógenas.

As duas categorias, objeto e ação, materialidade e evento, devem ser tratadas unitariamente. Os eventos, as ações não se geografizam indiferentemente. Há, em cada momento, uma relação entre valor da ação e o valor do lugar onde ela se realiza; sem isso, todos os lugares teriam o mesmo valor de uso e o mesmo valor de troca, valores que não seriam afetados pelo movimento da história [...] o valor do espaço não é independente das ações que ele é suscetível de acolher. (SANTOS, 2002, p. 86)

Tal afirmação de Santos ressalta a importância de uma análise que se ponha no entendimento das relações entre as escalas local e global. Dessa forma, não se dissocia a política concentradora e expansionista das maiores empresas do setor, revestida por novas bases técnicas da existência de políticas favoráveis e a concentração de maiores contingentes populacionais em áreas urbanas e das novas práticas consuntivas na constituição de demandas que passam a ser lidas como solváveis por parte dos grupos econômicos hegemônicos capazes de transformar essa demanda em fonte de lucro.

Alguns fatores que caracterizam a Londrina contemporânea e que vem impulsionando o interesse do circuito superior pelos seus consumidores é o seu considerável contingente populacional, de 543.003 habitantes em 2014 de acordo com a estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), o potencial de consumo de R\$ 10.71 Bilhões - 36º no ranking nacional em 2012 (iPC<sup>3</sup>, 2013), - inclusive com uma considerável parte da população de rendimentos médio-elevados, que caracterizam uma população e uma dinâmica econômica de expressão. Contudo, não podemos nos esquecer de que a centralidade constituída ao longo do seu desenvolvimento frente às porções Norte do Paraná, Sul de São Paulo e do Mato Grosso do Sul acresce uma importante massa de consumidores, fazendo com que Londrina funcione como um dreno de recursos em âmbito regional. Por último, como relatado pelos entrevistados nos trabalhos de campo (GOMES, 2013), a cidade é dotada de densidades técnicas suficientes para as atividades do setor.

Com a abertura de uma loja do Carrefour em conjunto com o *Shopping Center* Catuaí em 1992 e, sobretudo, após o ano de 1995, com a abertura de uma série de estabelecimentos do grupo

---

<sup>3</sup> O iPC é um índice que afere o montante potencial de consumo das diferentes classes econômicas de um município considerando uma série de categorias de despesas, como alimentação no domicílio, artigos de limpeza, mobiliários e artigos do lar, entre outros. Os dados encontram-se disponibilizados na forma de ranking permitindo a comparação entre os diferentes municípios brasileiros.

Irmãos Muffato & Cia Ltda., podemos demarcar uma nova fase no desenvolvimento dos circuitos da economia urbana do setor supermercadista londrinense. A inserção destes e de outras empresas do circuito superior (Quadro 1) construiu rapidamente um cenário concorrencial multifacetado com ampliadas descontinuidades organizacionais e tecnológicas.

**Quadro 1:** Estabelecimentos do circuito superior inaugurados a partir da segunda fase do circuito superior supermercadista em Londrina.

Empresa	Ano de inauguração	Localização
Carrefour	1992	Rod. Celso Garcia Cid - 377 (Catuaí Shopping Center)
Super Muffato	1995	Av. Quintino Bocaiúva - 1045
Super Muffato	1997	Av. Duque de Caxias - 1200
Mercadorama*	1999	Av. Juscelino Kubistcheck - 2606
Condor	2000	Rua Rio Grande do Sul - 50
Super Muffato	2000	Av. Saul Elkind - 2177
Super Muffato*	2004	Av. Tiradentes - 2200
Super Muffato	2007	Av. Madre Leônia Milito nº 1175
Cidade Canção*	2008	Av. Tiradentes (Shopping Com-Tour)
Cidade Canção*	2008	Av. Maringá - 830
Super Muffato*	2008	Av. Brasil - 533
Super Muffato	2009	Av. Robert Koch - 20
Angeloni	2012	Av. Américo Deolindo Garla (Londrina Norte Shopping)
Walmart	2013	Av. Theodoro Victorelli (Boulevard Londrina Shopping)

\* Estabelecimentos instalados em pontos onde já funcionaram supermercados de outros grupos.

**Fonte:** Sites institucionais e mídia online. **Org:** Autores.

Além da rápida e contínua entrada do circuito superior demonstrada no quadro 01, destacamos que a grande maioria (78,57%) dos estabelecimentos é de grupos de capital e abrangência regional, como o Angeloni (Criciúma – SC), o Cidade Canção (Maringá – PR), o Condor (Curitiba – PR) e o Super Muffato (Cascavel – PR). As operações do circuito superior de capital internacionalizado são mais restritas na cidade e a sua entrada se dá de forma ainda mais lenta, visto que o intervalo entre a entrada do Carrefour e a do Walmart, bem como a do CBD (com um atacarejo da bandeira Assaí Atacadista) se passaram mais de 20 anos. Em um futuro breve, esse cenário expansionista tende a continuar já que outros estabelecimentos desses grupos estão em fase de construção ou de obtenção de autorização para o início das obras junto ao poder público.

Ambos os circuitos da economia urbana são resultado dos mesmos processos de modernização, que vieram acompanhados de um - cada vez maior - alcance do capital em escala internacional. O circuito superior é o resultado planejado, o ideal da racionalidade capitalista, enquanto o circuito inferior é um resultado necessário e próprio da estrutura social desigual dos países capitalistas subdesenvolvidos, sendo a reação da parcela da sociedade excluída em diferentes graus das benesses da modernização e atingida fortemente pelos problemas causados e/ou

agravados pela disseminação do circuito superior. Desta forma, em decorrência das práticas do primeiro, temos a ampliação e o fortalecimento do segundo, pois o mercado do circuito inferior é em grande parte dos casos, produto direto ou indireto das ações de racionalidade do circuito superior (SANTOS, 2004).

Os pobres não tem acesso aos produtos modernos e os mais pobres dentre eles só podem proporcionar-se consumos correntes por intermédio de um sistema de distribuição particular freqüentemente completado por um aparelho de produção igualmente específico e que é uma resposta às condições de pobreza da grande massa da população. (SANTOS, 2004, p. 196)

O circuito superior existe, onde e quando tiver percepção de que o seu anseio de ampliação do capital será alcançado, que o faz se lançar ao encontro de novos espaços, justificando o alargamento de sua base topológica. Já o circuito inferior existe, pois as condições de pobreza absoluta e relativa são constantemente criadas e recriadas pela lógica do circuito superior, em todas as suas formas (SANTOS, 2004). A recriação estrutural destes traz consigo a recriação de formas comerciais próprias para o suprimento das suas demandas de consumo.

Esse elemento estrutural se soma ao conjunto de mudanças que vem sendo adotadas pelo circuito inferior de importância elementar na sua sobrevivência. De que forma os impactos decorrentes dessa massiva entrada do circuito superior incidiram sobre o circuito inferior existente? Quais foram essas estratégias adotadas para sua sobrevivência? Existem outros motivos que possam fundamentar a sua continuidade? Buscamos responder essas questões no próximo tópico, que destinamos à exposição dos resultados do nosso trabalho na leitura da expressão da teoria.

#### **4. A coexistência do circuito inferior da economia urbana do setor supermercadista em Londrina.**

Apesar de recentes avanços, no Brasil atual, a reprodução da pobreza das massas marcada por grandes diferenças de acesso a serviços e ao consumo mediante a extrema desigualdade social, continua sendo o principal combustível que mantém a importância do circuito inferior. Sua recriação estrutural coloca em cheque as ideias que apregoam que as grandes empresas tendem a dominar a totalidade dos mercados em qualquer situação a exemplo de Steindl (1945). Levá-la em conta é de suma importância, mas não podemos nos esquecer de que apesar de o circuito inferior não criar as conjunturas, ele é em essência adaptativo a elas, sobretudo em virtude das horizontalidades que estabelece, o que supõe a necessidade de mudanças de sua parte e suplanta

qualquer semente estática na análise, ao contrário da união vertical em que:

Os vetores de modernização são entrópicos. Eles trazem desordem aos subespaços em que se instalam e a ordem que criam é em seu próprio benefício. (...) mas os lugares também podem refortalecer-se horizontalmente, reconstruindo, a partir de ações localmente constituídas, uma base de vida que amplie a coesão da sociedade civil, a serviço do interesse coletivo (SANTOS, 2002, p. 287 – 288).

Proveniente das necessidades locais, as horizontalidades se estabelecem com uma organização interna coletiva e com restritas descontinuidades. Nela, os diferentes agentes atuam de forma complementar e por vezes cooperativa. O papel estrutural do circuito inferior acrescido da adaptabilidade às condições conjunturais influenciou na evolução do número de estabelecimentos do setor entre 1994 e 2012 em Londrina.

**Tabela 01:** Estabelecimentos do setor supermercadista em Londrina por número de ocupados.

	0 a 49		50 a 99		Acima de 100		Total
	Absoluto	% do total	Absoluto	% do total	Absoluto	% do total	
<b>1994</b>	52	91,23	1	1,75	4	7,02	57
<b>2003</b>	63	78,75	9	11,25	8	10,00	80
<b>2012</b>	71	67,62	16	15,24	18	17,14	105

**Fonte:** RAIS/MTE (2014) – **Org:** Autores.

Conforme tabela 01, no período 1994 – 2012 ocorreu o crescimento para todos os tamanhos de estabelecimento<sup>4</sup> do setor supermercadista londrinense, se destacando três processos:

1) A rápida entrada de grandes empresas do circuito superior na cidade, representado pelas ações de grupos de capital internacionalizado ou regional que foram responsáveis pelo aumento do número de estabelecimentos com mais de 100 ocupados (contextualizada no tópico anterior), fazendo com que o mesmo ganhasse participação rapidamente no mercado londrinense;

2) A sobrevivência e a expansão do circuito inferior, que possui a maioria das lojas entre 0 e 49 ocupados, mesmo frente aos novos concorrentes do circuito superior e de um proeminente circuito superior marginal;

3) A expansão de um circuito superior marginal compreendido majoritariamente pela classe entre 50 e 99 ocupados. Sua expansão compreende o fortalecimento do Viscardi e a entrada de novos grupos das cidades da região no mercado londrinense como o Superm. Luedgil (Almeida

<sup>4</sup>Nos trabalhos de campo realizados nos supermercados de Londrina verificamos uma nítida delimitação do número de trabalhadores por estabelecimento para cada circuito da economia urbana atualmente. As lojas do circuito inferior possuíam entre 0 e 49 ocupados, o superior marginal entre 50 e 99 e as com mais de 100 ocupados eram na maior parte dos casos do circuito superior.

Mercados), o Bruxelas Com. de Alim. Ltda. (SuperGolff), e o Sanches e Vecchiati Ltda. (Verona), sendo a classe de estabelecimentos que mais cresceu entre 1994 e 2012.

Essa sobrevivência e expansão do circuito inferior é decorrência de dois principais fatores:

1) Fatores que fazem parte da estrutura implicada pela coexistência dos circuitos da economia urbana, dentre os quais destacamos a sua correlação com os pobres e ao proporcionar maiores facilidades de abastecimento para as demais camadas atendidas em maior plenitude pelo circuito superior;

2) O segundo conjunto de fatores que explicam a sua coexistência, são aqueles que fazem parte do papel do circuito inferior na estrutura do modo de produção vigente. O principal é a proximidade locacional com os clientes, proporcionada pela dispersão de seus estabelecimentos e pelo pequeno raio de abrangência de cada um. Este ponto concentra o peso da recriação da pobreza como promotora de sua demanda, bem como as condições cerceadoras do meio construído, que restringem as possibilidades de atuação do pequeno capital a uma margem socioespacial não compreendida plenamente pelo grande capital.

Quanto ao primeiro fator, a adequação aos novos instrumentos de creditização, encontrados em todas as lojas pesquisadas vem se sobrepondo às relações informais de crédito e ganhando relevância no fluxo de vendas do estabelecimento. Os consumidores também estão mais exigentes quanto ao conforto e limpeza das lojas, demandando maiores cuidados visuais, bem como um ambiente climatizado e bem iluminado. Por último a crescente importação de hábitos de consumo fez com que itens nacionais ou importados de marcas famosas também sejam cada vez mais presentes no seu *mix* de produtos.

Algumas dessas alterações foram tomadas em cada estabelecimento individual, mas as ações tomadas de forma conjunta por meio da união de empresas do circuito inferior em redes horizontais vêm acelerando e aumentando a sua efetividade, especialmente no que tange a busca por uma redução dos preços dos produtos aos moldes do circuito superior. Essas redes reúnem empresários de uma atividade em uma central de compras permitindo a redução dos custos da aquisição de produtos com a diminuição/eliminação de intermediários e com o aumento da economia de escala, já que como Santos (2004, p. 86) coloca, "as relações vendedores-fornecedores são ditadas pela dimensão do estabelecimento comercial".

Além desses benefícios, as redes horizontais que hoje se multiplicaram pelo setor no país permitem a união das empresas em ações de marketing e comunicacional, gestão operacional e

financeira, serviços jurídicos, formação de marcas próprias para produtos e acesso a incentivos governamentais, entre outros, potencializando sua efetividade pela união de pequenas forças econômicas e políticas em prol de interesses conjuntos. A união de forças requerida com aquele que era até então concorrente eleva a coletividade face o individualismo, explicitando a busca pela reprodução do sustento familiar e do negócio próprio como fundamentos do circuito inferior.

Em 1992, após quatro anos de estudos, inclusive de modelos de gestão importados e com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) foi inaugurada a Associação Londrinense de Empresários Supermercadista (Rede ALES), primeira rede horizontal da região, exibindo traços de pioneirismo (CORRÊA, 2005). Em entrevista, um dos fundadores da rede ALES, que também possui uma loja do setor, apontou que os principais benefícios da associação foram o estreitamento dos laços com a indústria e o aumento de forças no enfrentamento da nova concorrência. A rede também possui cartão de crédito próprio e presta serviços jurídicos na defesa dos interesses da associação.

A formação da consciência das firmas começou a se formar já desde o início da ALES e após sua consolidação tornou-se notória e aceita pelos associados à dependência dos seus negócios do sucesso da ALES, como demonstrado anteriormente e o comprometimento com o empreendimento comum, na medida, em que poucos casos de oportunismo ocorrem, e quando ocorre, são de auto-interesse simples. (CORRÊA, 2005, p. 84 – 85).

Com seu sucesso e com a necessidade do enfrentamento de um mercado cada vez mais racionalizado, a Rede ALES serviu de modelo para a fundação de outras redes horizontais nos anos seguintes.

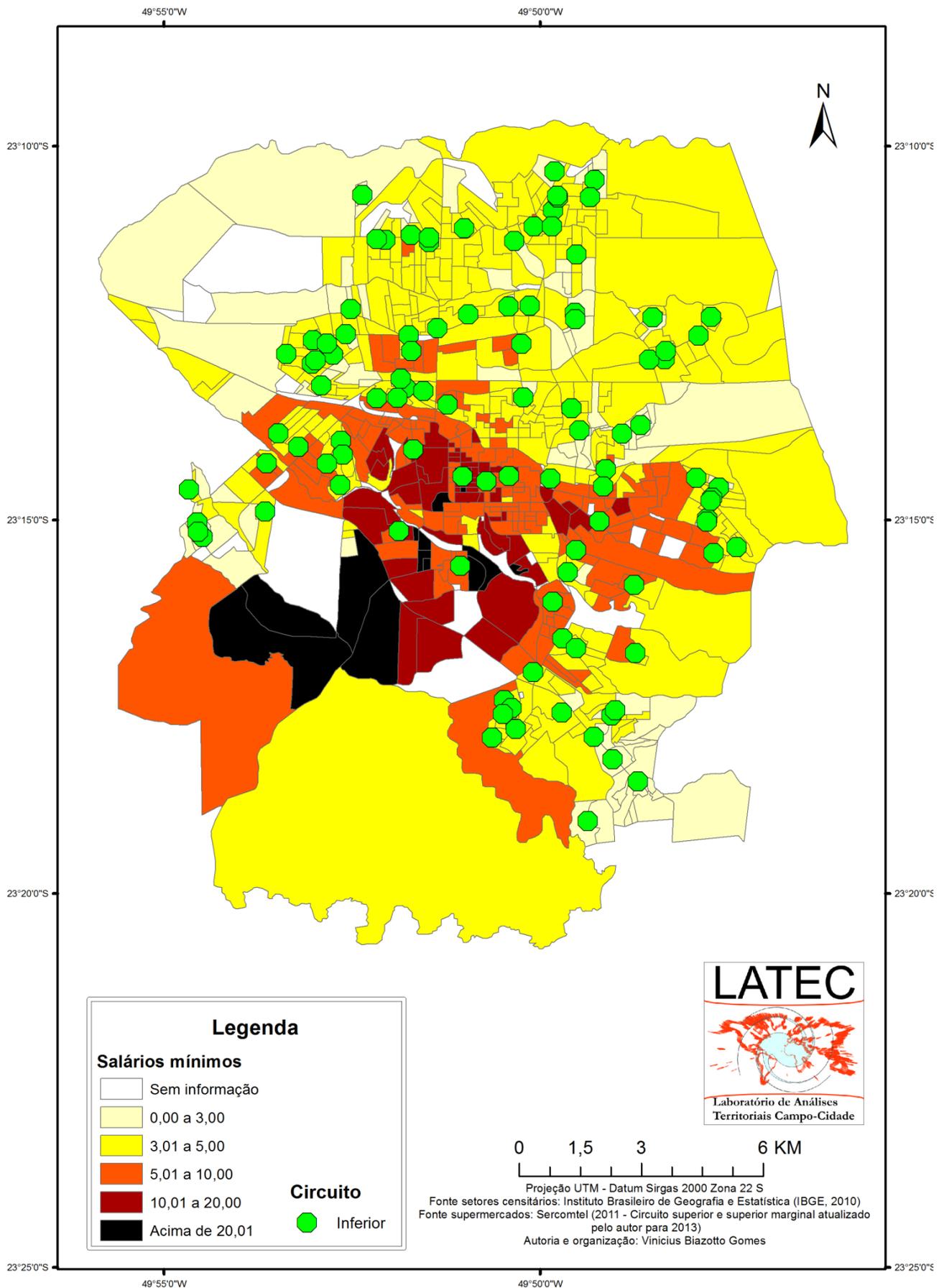
No segundo fator, o potencial pequeno capitalista tem as suas ações limitadas às áreas dotadas de menores níveis de centralidade e, sobretudo às porções periféricas. Isso se deve pela menor presença de áreas suficientemente grandes no centro da cidade, bem como o elevado custo de sua apropriação, pois ao contrário dos grupos do circuito superior dotados de amplas fontes de recursos e financiamentos que possuem um poder de seletividade espacial quase que irrestrito, o pequeno capital de que dispõe faz com que suas ações fiquem circunscritas a determinadas áreas.

Assim, resta-lhes atuação preferencial em porções dotadas de menor centralidade, em vias de menor hierarquia, bem como as recentemente ocupadas, mas quase que exclusivamente junto à população de menor renda. Nestes espaços em que consegue apropriar-se de porções de solo suficientes para a sua atividade, encontra uma grande quantidade de consumidores deixados de lado pelo circuito superior. Como resultado da restrição ao pequeno capitalista para a apropriação de determinadas porções de solo, bem como da condição geralmente periférica e de acessibilidade

reduzida impressa aos pobres, temos a união entre a pequena forma comercial e os pequenos potenciais de consumo, entre a oferta e a demanda do circuito inferior.

Conforme figura 1, em Londrina, o circuito inferior é praticamente a única forma próxima de abastecimento nos bairros de rendimentos entre 0 a 5 salários mínimos, raramente é encontrado em áreas com rendimento entre 5 a 10 e não se faz presente para os extratos superiores.

**Figura 1:** Circuito inferior do setor supermercadista e rendimentos domiciliares em Londrina (PR).



**Fonte:** Autores.

Conforme figura 01, quase todas as lojas do circuito inferior se especializam em uma espécie de "ferradura" periférica em que se concentram os menores rendimentos da cidade, delimitada pelas porções Sudeste, Leste, Nordeste, Norte, Nordeste e Oeste. A exceção dessa regra é o grupo Obara Miyamoto & Cia Ltda., possuidora da bandeira Musamar e detentora das únicas três lojas do circuito inferior no quadrilátero central. Em virtude de suas características organizacionais, tecnológicas e sua inserção no plano urbano o mesmo pode ser considerado um circuito inferior central. Para mais detalhes sobre, ver Santos (2004, p. 350).

Por outro lado, o circuito superior - exceto pela loja Super Muffato na Av. Saul Elkind - concentra-se nas áreas centrais e de rendimentos mais elevados. Além disso, podemos observar a relação proporcional entre o aumento da pobreza e da densidade do circuito inferior. Nas áreas de menor rendimento a presença do circuito inferior é tão intensa que por vezes encontram-se dois estabelecimentos vizinhos.

Em termos geográficos, a periferia não será definida pela distância física entre um ponto e as zonas tributárias, mas antes em termos de acessibilidade. Esta depende essencialmente da existência de vias e meios de transportes e da possibilidade efetiva de sua utilização pelos indivíduos, com o objetivo de satisfazer necessidades reais ou sentidas como tais. Mas a incapacidade de acesso aos bens e serviços, é em si mesma, um dado suficiente para repelir o indivíduo [...] a uma situação periférica. (SANTOS, 2004, p. 291).

Essa população pobre constitui-se somada como uma importante massa de necessidades e recursos. Conforme entrevistas realizadas nessas áreas (GOMES, 2013), com certa regularidade, os mais pobres fazem também as compras semanais e as de mês no circuito inferior, como no exemplo dos bairros União da Vitória I e II e Parque das Indústrias, na porção Sudeste da cidade. A longa distância (mais de 05 km) do circuito superior mais próximo, somado às condições de pobreza da sua população que servem de impeditivos à acessibilidade, acaba impondo a essa população a necessidade de abastecer-se no circuito inferior próximo.

A organização dos transportes urbanos e as diferenças da possibilidade de utilizar os transportes individuais são elementos importantes para a explicação das formas que podem assumir a complementaridade e a concorrência entre os comércios dos dois circuitos (SANTOS, 2004, p. 263).

Falta de acessibilidade é um elemento chave na reprodução do circuito inferior nas áreas

pobres das cidades. Ele se beneficia da imobilidade relativa, ao passo que o circuito superior beneficia-se da fluidez na cidade, bem como nos planos regional, nacional e internacional. Por outro lado, existem outros fatores de atratividade intrínsecos ao circuito inferior que são menos dependentes das situações de pobreza tendo em vista certas vantagens que o mesmo possui em relação aos grandes estabelecimentos do circuito superior, como oferecer maior praticidade e economia de tempo nas compras de emergência, em que o consumidor precisa de poucos produtos para uma satisfação imediata. Isso é garantido pela maior dispersão territorial e proximidade física com sua clientela, as menores dimensões das lojas, e a facilitação do acesso aos pedestres.

As menores dimensões de seus estabelecimentos são correlatas com os anseios por lucros menores, que ao menos propiciem a reprodução familiar. Trata-se de um híbrido, entre a reprodução de um capital e a reprodução da vida familiar e da ocupação de seus membros, com peso maior para o segundo. São valores perpetuados pela necessidade de sobrevivência, ainda que cada vez mais contaminados pela lógica da racionalidade hegemônica.

Destacamos também o papel que a relação mais íntima entre vendedor e comprador implica na superação do atendimento frio, rápido e estandardizado do circuito superior, promovendo a possibilidade de um "bate-papo" entre pessoas que em muitos casos compartilham vivências cotidianas semelhantes. Essa situação pode inclusive garantir a existência do circuito inferior, como no caso de um estabelecimento localizado a menos de 100 metros de um supermercado Cidade Canção em que o proprietário entrevistado destaca que sua loja se contrapõe ao circuito superior pelo atendimento personalizado e pelos produtos de maior qualidade, requeridos pelos consumidores das proximidades que neste caso específico possui rendimentos mais elevados.

Retornando a tabela 01, o terceiro destaque apontado recai sobre o circuito superior marginal. Este é composto em Londrina por empresas de capitais locais/regionais, em que coexistem práticas do circuito inferior e do circuito superior. Tendo em vista que a ambiguidade de características constitui-se como uma particularidade a essas empresas sendo empecilhos para o seu enquadramento nos circuitos inferior e superior, consideramos útil a aplicação do conceito de Circuito Superior Marginal, referente originalmente apenas às atividades de fabricação (SANTOS, 2004), para definir o seu tipo de operação.

Suas principais características organizacionais compartilhadas com o circuito superior são a necessidade de relações mais profundas e de maior abrangência para o controle do seu maior número de lojas - acima de sete - dispersas pela região, a operação centralizada em centros de negócio e compras e um maior faturamento (acima de R\$ 50 milhões/ano). Já as poucas semelhanças com o circuito superior no relacionamento com o consumidor são requeridas pela

dispersão de suas lojas e garantidos pela amplitude de seu faturamento, como no uso de mídias de maior alcance (TV. ou Rádio) e por vezes com a apropriação de espaços dotados de uma maior centralidade e/ou próximos a áreas de rendimentos médio-elevados.

Já no que se aplica à inserção de seus estabelecimentos na cidade e ao relacionamento com o consumidor, sua situação é em linhas gerais, muito mais próxima à do circuito inferior. As lojas de menores dimensões, possuidoras de uma menor variedade de produtos e serviços implicam em uma reduzida área de abrangência para cada estabelecimento. Nesses, há um maior uso do trabalho vivo em detrimento do capital constante, apresentando um nível tecnológico baixo/médio, não contemplando as últimas inovações tecnológicas experimentadas pelo circuito superior. Além disso, há uma maior presença de produtos de origem local e como diretriz das próprias empresas a seus funcionários é buscado um relacionamento mais próximo com os consumidores, com o gerente atuando diretamente no chão da loja.

Tais informações nos mostram que a sobrevivência – e ampliação – não se limita ao próprio circuito inferior frente aos novos e desafiadores concorrentes. Mais do que isso, indicam o sucesso de formas comerciais com determinadas táticas de inserção no plano urbano, detentoras de forças específicas nas relações concorrenciais e com os consumidores que são inerentes ao circuito inferior. Tal sucesso é tamanho que o circuito superior vem buscando deliberadamente emular tais características por meio de “novos” formatos de lojas. Uma expressão desse fenômeno é a aquisição e condução da expansão de grupos regionais que atuam com esse formato de loja pelos três maiores grupos do circuito superior na última década. Assim, temos hoje as bandeiras Todo Dia (Walmart), Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar (CBD) e Carrefour Bairro, que ainda não atuam em Londrina.

## **5. Conclusão.**

A cidade de Londrina possui em seu cenário atual, as marcas das diferentes temporalidades da difusão do setor supermercadista brasileiro. O circuito inferior que grande participação teve no abastecimento da população ao longo de sua história permanece com força, mesmo após a entrada abrupta de um circuito superior, demonstrando que não tende ao desaparecimento. Tal fato se fundamenta em dois componentes principais: a reprodução estrutural e sua característica adaptativa.

Esse circuito superior do setor supermercadista londrinense vem sendo constituído por grandes capitais hegemônicos externos à cidade desde o momento em que seu potencial de atratividade, acrescido de novas demandas e bases técnicas, fortaleceram o elo entre a economia

urbana londrinense cada vez mais internacionalizada e a busca pela reprodução ampliada do capital. Com isso, o circuito superior vem adicionando complexidade ao cenário concorrencial londrinense, instaurando novos limites superiores e distanciando-se dos inferiores, promovendo a ampliação nas descontinuidades tecnológicas e organizacionais no setor supermercadista.

A necessidade de suprimento dos anseios consuntivos, pelo comércio, se soma à evolução das formas comerciais do circuito superior que tendem - não apenas em Londrina - a direcionar pelo lado da oferta o acesso a seus bens e formas comerciais conforme os seus interesses, possuindo uma seletividade socioespacial bem demarcada. Populações tidas como não solváveis são deixadas de lado em suas ações, sendo atendidas na maior parte dos casos mais pelo seu desejo em consumir no circuito superior, do que das próprias empresas em atendê-los. Não tendo seus anseios plenamente contemplados por estas, resta-lhes a criação e uso de formas comerciais próprias.

Esses apontamentos se estendem para grande parte das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) brasileiras, que ao longo da última década vem se ampliando em números absolutos e se modernizando de forma contínua ao inserir-se no atendimento de demandas de consumo não atrativas às grandes empresas, mas suficientemente atrativas para o pequeno capital. No meio construído em que se instalam, estas vem se adaptando e ganhando competitividade ao realizar funções de abastecimento que na mesma medida em que são indispensáveis, são realizadas de forma incompleta pelo circuito superior, caracterizando uma função complementar de fundamental importância na reprodução do/no espaço urbano atual.

Quanto a essa característica adaptativa, destacamos que o circuito inferior londrinense vem por meio de iniciativas individuais ou coletivas - como as redes horizontais - lançando mão de novas tecnologias e melhorando seu serviço para o enfrentamento dos novos concorrentes. Um terceiro elemento emergente é a sua adequabilidade ao tempo cotidiano contemporâneo, característica essa que inclusive vem sendo alvo de imitações por parte do circuito superior e superior marginal no contexto nacional. Seria essa adequabilidade ao tempo imperioso do mundo contemporâneo, um elemento que vem se tornando estrutural na reprodução do circuito inferior?

## **6. Referências bibliográficas.**

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2004. 68 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo** – A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008. 199 p.

BRAUDEL, Fernand. **Escritos sobre a história**. São Paulo: Perspectiva. 1969. 294 p.

\_\_\_\_\_. **Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV e XVIII - Os jogos das trocas.** 2. Ed. São Paulo: WMF Martins Fontes. 2009. 579 p.

BLUM, Luciane. **Desenvolvimento da atividade comercial varejista: o caso de Londrina-PR.** 2006. 133 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

CACHINHO, Herculano. Geografias do consumo - Rotas exploradas e novas linhas de rumo. **Inforgo**, Lisboa, n. 14, p. 157-178. 1999.

CARVALHO, João Luiz Gilberto de. **Comportamento de compra e a percepção do consumidor em relação às marcas das redes de supermercado em Londrina.** 2004. 231 fls. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2004.

CLEPS. Geisa Daise Gumiero. **Estratégias de reprodução do capital e as novas espacialidades urbanas: o comércio de auto-serviço em uberlândia (MG).** 2005. 317 fls. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Rio Claro, 2005.

CORRÊA, Filipe Toscano de Brito Simões. **Confiança e relações interorganizacionais em redes locais: um estudo multicaso da formação da confiança interorganizacional e de suas implicações nas relações de cooperação de uma rede horizontal supermercadista da Região de Londrina e de um APL confeccionista do município de Goioerê.** 2005. 151 fls. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

DINIZ, Abílio. **O Brasil na era dos supermercados.** 2012. Disponível em: <<http://abiliodiniz.uol.com.br/eu-abilio/opiniaio/o-brasil-na-era-dos-supermercados.htm>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora Unesp. 1992. 178 p.

GOMES, Vinicius Biazotto. **A coexistência dos circuitos da economia urbana do setor supermercadista em Londrina (PR).** 2013. 200 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Geografia) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2013

IBGE. **IBGE Cidades.** 2014. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/index.php>>. Acesso em: 09 jun. 2014.

IPC. **Ranking IPC 2013.** 2013. Disponível em: [http://www.ipcbr.com/download/Ranking\\_IPC\\_2013\\_500\\_Maiores.pdf](http://www.ipcbr.com/download/Ranking_IPC_2013_500_Maiores.pdf). Acesso em: 15 mai. 2014.

KNOKE, William. O supermercado no Brasil e nos Estados Unidos: Confrontos e contrastes. **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 9, p. 91–103, out–dez. 1963.

LEFEBVRE, Henri. O pensamento marxista e a cidade. Lisboa: Ulisseia, 1972. 173 p.

LINARDI, Maria Cecília Nogueira. **Pioneirismo e Modernidade: o caso da urbanização de Londrina, PR.** 1995. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

OLIVEIRA, Edilson Luis de. **Divisão do trabalho e circuitos da economia urbana.** Londrina:

Eduel, 2011. 329 p.

PINTAUDI, Silvana Maria. Mudanças nas formas do comércio varejista e a implantação dos supermercados na grande São Paulo. **Boletim Paulista de Geografia**. São Paulo, v. 1, n. 66, p. 23–48, 1988.

\_\_\_\_\_. O lugar do supermercado na cidade capitalista. **Geografia**. Rio Claro, V. 9, n. 17-18, p. 37–54, 1984.

\_\_\_\_\_. Para uma leitura das formas de comércio varejista na cidade. **Cidades**. Presidente Prudente, v. 7, n. 11, p. 179-190, 2010.

RAIS/MTE. **Relação Anual de Informações Sociais** – Ministério do Trabalho e Emprego. 2014. Disponível em: <<http://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>>. Acesso em: 15 fev. 2014.

READRON, Thomas, GULATI, Ashok. The Rise of Supermarkets and Their Development Implications. 2008. Disponível em: <http://www.ifpri.org/sites/default/files/pubs/pubs/dp/ifpridp00752.pdf>. Acesso em 06 Jul 2014.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. Ed. São Paulo: Edusp, 2002. 367 p.

\_\_\_\_\_. **O Espaço Dividido**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2004. 433 p.

SÃO PAULO. Lei nº 7.208, de 13 de Novembro de 1968. Define e caracteriza supermercado, regulamenta seu funcionamento e dá outras providências. Disponível em:<<http://camaramunicipalsp.qaplaweb.com.br/iah/fulltext/leis/L7208.pdf>>>. Acesso em: 26 Jun. 2014

STEINDL, Josef. **Pequeno e Grande Capital: Problemas Econômicos do Tamanho das Empresas**. São Paulo: Hucitec. 1990.

SERCOMTEL. **Londrina e Região 2011**. Londrina: Sercomtel, 2011. 122p.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. As grandes empresas varejistas e suas estratégias locacionais na grande São Paulo. **Geografia**. Rio claro, v. 28, n.3, p. 379–396, 2003.

Recebido em: 06 de Julho de 2014

Aceito em: 16 de Janeiro de 2015