

Considerações sobre a atividade comercial na América do Sul: O Sul do Brasil

José Messias Bastos

Professor Dr. do Departamento de Geociências da UFSC

Rua Bernardo Halfeld, 185 – bl B – apto 601

São José – Santa Catarina – Brasil

CEP 88110-695

jbastos@cfh.ufsc.br

A América do Sul nos últimos anos sofreu forte impacto da liberalização de suas economias domésticas no Sul do Brasil esse emaranhado de tipos de formatos, de tamanhos, de tradicional e moderno convivendo lado a lado nos mais variados centros urbanos, foco central da presente pesquisa teve como arcabouço teórico sistematizador para dar conta de sua complexidade a categoria marxista de formação sócio-espacial (M. Santos). Tal categoria permitiu não só conciliar as principais transformações tecnológicas e organizacionais ocorridas sobretudo na última década, como também verificar as relações de causa e efeito ocorridas na economia e na política nos vários níveis espaciais (Mundo, Brasil e Região Sul).

Percebe-se nitidamente que as empresas comerciais do Sul do Brasil não ficam para trás em termos tecnológicos, organizacionais e logísticos quando comparadas com empresas do *core* econômico do Brasil, daí explicação da fraca presença de capitais comerciais extra-regionais nos vários ramos do atacado e varejo. No entanto nos últimos cinco anos, com a continuidade do aprofundamento da crise econômica, constata-se o fortalecimento da presença de grandes redes, sobretudo, de São Paulo e estrangeiras no mercado regional (Casas Bahia, Magazine Luiza, Ponto Frio, Wall-Mart, Carrefour). Corroborando com a referida tese a Revista SuperHiper de dezembro de 2006 conclui que a “*...Região Sul, tem aproximadamente 20% do faturamento, cerca de 27%*

das lojas e 22% dos funcionários, no ramo de supermercado no Brasil... onde grandes redes regionais se fortalecem, como a Cia. Zaffari e Comercial Unidas, do Rio Grande Do Sul; Angeloni e Imperatriz, de Santa Catarina; Condor e Muffato , do Paraná, entre outras.” Como reação a forte concentração do setor surgiram inúmeras Associações de pequeno e médios supermercados onde a referida região participa com 23% do faturamento.

Diferentemente do que inúmeros intelectuais e consultores empresariais apregoam a administração familiar não se constituiu em entrave ao desenvolvimento das firmas varejistas do Sul do Brasil, pois os empresários sempre abertos as novidades promovem não só sólida preparação de seus herdeiros, colocando-os a trabalhar desde de tenra idade, como também investem naqueles funcionários que se sobressaem através de incentivos a realização de cursos de especialização e em seguida concedem promoção para que os mesmos assumam operações que exigem maior responsabilidade.

Por outro lado a forte modernização conservadora imposta pelo imperialismo financeiro do centro do sistema capitalista mundial verificada, sobretudo, nos últimos dez anos não só favoreceu o enquadramento da mão-de-obra como também ampliou as margens de lucro via arrocho salarial. Assim, as firmas varejista e atacadistas que operam no Sul do Brasil favorecidas pela conjuntura, tanto internas das redes de lojas como a externa as mesmas, trataram de tirar o máximo proveito da então sedimentada cultura de tolerância, obediência e dedicação ao trabalho dos trabalhadores do Sul o Brasil.

O Estado precocemente desenvolvimentista do Sul do Brasil foi outro aspecto que influenciou decisivamente na trajetória econômica da redes de múltiplas filiais da região, pois os capitais regionais sentiam-se relativamente seguros para continuar imprimir suas políticas de expansão e modernização. Uma vez que o poder público além de primar para

efetivar infra-estrutura que realmente atendesse as necessidades dos capitais regionais tratou também de promover inúmeros programas de incentivo ao desenvolvimento das forças produtivas.

Cabe também ressaltar que os capitais comerciais do Brasil meridional sempre buscaram manter uma estreita relação de reciprocidade com os consumidores e com os fornecedores, principalmente os regionais. Assim, esses apoios simultâneos criaram sinergias que se tornaram muito difíceis de ser combatidas pelos capitais extra-regionais. Daí vem à estratégia das grandes redes nacionais e estrangeiras de entrar na região via aquisições de redes regionais. O Pão de açúcar, maior rede de supermercados do Brasil não possui filiais no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e no interior do Paraná, apesar da difundida capacidade de consumo do mercado do Sul do Brasil. O Carrefour segunda maior rede do Brasil tem filiais nas capitais Porto Alegre e Curitiba e O Wall-Mart terceira maior do Brasil e maior rede do mundo entrou forte na região com a aquisição da rede Portuguesa Sonae que havia adquirido as redes regionais Real, Nacional, Extra-Econômico do Rio Grande do Sul e as paranaenses Mercadorama, Coletão e Muffatão.

Assim, através da abertura do mercado brasileiro, desde o Plano Real, criou-se no meio empresarial do setor varejista grande euforia em virtude do aumento de seu poder diante dos oligopólios industriais. Este contexto proporcionou não só generosas margens de lucro para o varejo, como também este último passou a negociar milimetricamente a colocação dos produtos nas gôndolas dos estabelecimentos comerciais e nas vitrines das lojas. Tais condições favoráveis aos compradores permitiram o avanço da modernização conservadora e a aceleração da concentração via aquisições, falências e fusões.

No entanto, a citada abertura comercial que veio acompanhada de juros muito elevados e de suicida sobrevalorização cambial promoveu

brutal recessão econômica e taxas de desemprego estratosféricas. Como não poderia deixar de ser as consequências sobre o mercado consumidor não tardaram a aparecer, a inadimplências chegou pela primeira vez na história econômica do Brasil industrial a casa dos dois dígitos, os ativos comerciais e industriais se desvalorizaram vigorosamente criando ambiente perfeito para os assédios das grandes corporações estrangeiras e nacionais, com de fato ocorreu. No setor comercial a liderança no processo de concentração foi levada a efeito pelo Sonae, Pão-de-açúcar, Carrefour, Royal Ahold, JC Penney. Leroy, Ponto Frio, Magazine Luiza, etc.). Neste sentido primeiro veio a bonança depois a merecida tempestade.

Nesta conjuntura de crise econômica e política (Ciclos Longos e Juglarianos brasileiro e Dualidade) o ambiente ficou nebuloso ficando difícil distinguir os adversários dos inimigos. O conflito doméstico entre compradores e vendedores contribuiu mais ainda para acelerar a divisão da já prejudicada coesão nacional, promovendo a regressão de vários setores da estrutura produtiva (uma apostasia segundo Rangel). Na verdade esse confronto interessa e é incentivado pelo imperialismo financeiro norte-americano o grande inimigo do desenvolvimento do capitalismo financeiro brasileiro.

Assim, mesmo diante da adversa conjuntura econômica depressiva do mundo e do Brasil, o Sul do Brasil mostrou forte resistência ao assédio das grande redes mundiais e brasileiras até data recente. Estas foram as conclusões que foram constadas na Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Geografia na FFLCH-USP.

Ora, a crise do setor comercial e da economia brasileira como um todo, só poderá ser enfrentada de fato pelo restabelecimento da coesão da sociedade brasileira através de um firme e necessário projeto nacional de desenvolvimento. Oxalá, tomemos consciência dessa emergente necessidade!

O trabalho foi significativamente simplificado partindo do caminho percorrido por I. Rangel ao tratar o Brasil no contexto internacional, mais precisamente nas suas principais reações e ações levado a efeito pelas forças vivas dos poderes públicos e privado da nação em sua brilhante trajetória desenvolvimentista, sobretudo a partir da Revolução de 30. O minucioso e singular tratamento dado pelo referido autor aos vários elementos integrantes de uma sociedade com diferentes geografias, como é o caso da brasileira e que, por sua vez, foram trabalhadas historicamente, considerando as múltiplas determinações, serviu de base teórica e empírica para explicar o estruturação da atividade comercial no Sul do Brasil (Teoria da Dualidade e dos Ciclos Econômicos).

Contando ainda as originais e criativas idéias de A. Mamigonian com sua interpretação geográfica e didática da formação geo-econômica do Sul Brasil permitiu, por seu turno, seguir um caminho baseado no levantamento de dados empíricos sobre o comércio de várias cidades, e assim obter resultado similar ao que este autor havia chegado em diversos estudos sobre o autônomo desenvolvimento das forças produtivas das áreas de pequena produção mercantil da referida região.

Sem dúvida que pequena produção mercantil base material do desenvolvimento industrial do Brasil Meridional é a explicação lógica para o seu desenvolvimento autônomo, diferentemente das regiões latifundiária de outras regiões brasileira como também de parte do Sul ligada a criação extensiva de gado na sua origem (Pampa gaúcho e os campos naturais do Planalto do Paraná, de Vacaria no Rio Grande do Sul até Sorocaba em São Paulo).

BIBLIOGRAFIA

Bastos, José Messias; ESPÍNDOLA, Carlos José. 2004. *Ignácio Rangel e a crise brasileira*. Revista Princípios, n. 76, p. 72-77, São Paulo, SP.

_____. 2004. *Transformações recentes no comércio varejista mundial e brasileiro*. Revista Ciência Geográfica, v. 10, p. 112-116, Bauru, São Paulo.

Mamigonian, Armen. 1966. *Vida Regional Em Santa Catarina*. ORIENTAÇÃO - U.S.P., São Paulo-SP.

_____. 2003. *Imperialismo, universidade e pensamento crítico*. Revista Princípios, n. 71, p. 70-72, 200, São Paulo, SP.

Rangel, Ignácio. 2005. *Obras Reunidas*, Vol. 1 e 2, ed. Contraponto, Rio de Janeiro, RJ.

Revista SuperHiper. 2006, Dezembro. ABRAS, p. 41, São Paulo-SP.

Santos, Milton. 1982. *Espaço e Sociedade*, ed. Vozes, São Paulo, SP.