

MUDANÇAS NAS FORMAS DE COMÉRCIO VAREJISTA E A IMPLANTAÇÃO DOS SUPERMERCADOS NA GRANDE SÃO PAULO - SP - BRASIL

Silvana Maria Pintaudi*

Existe uma estreita vinculação entre a maneira como uma sociedade capitalista orienta sua produção e a maneira como o aparelho comercial se estrutura, tendo em vista a realização das mercadorias e, conseqüentemente, a acumulação do capital.

Na Grande São Paulo (SP, Brasil) podem ser identificados diferentes tipos de estabelecimentos de varejo que representam concretamente as transformações econômicas que ocorreram neste século. Vejamos quais são e em que momento surgiram.

Entre 1900 e 1930 aparecem as primeiras lojas varejistas de porte, que, na maior parte das vezes, eram filiais de grupos internacionais e trabalhavam como importadoras e exportadoras de mercadorias. Estas lojas eram organizadas em departamentos, embora não usassem técnicas de vendas em massa como suas matrizes no exterior. Estavam localizadas no centro da cidade e as compras eram feitas mediante o pagamento (o crédito ao consumidor era mais restrito). São desse período as lojas do Mappin Stores (1913) e Casa Alemã, que trabalhavam com produtos importados destinados a consumidores de altos rendimentos. Existiam também lojas que vendiam produtos alimentícios importados e pequenas lojas que comercializavam produtos nacionais e de artesanato (Lima Filho, 1975). Foi durante este período, mais precisamente em 1914, que se regularizou a comercialização através das feiras-livres, que, em 1915, eram em número de sete na cidade de São Paulo (Guimarães, 1969: 25).

Em termos de contingente populacional, a cidade de São Paulo, em 1907, tinha 286.000 indivíduos; em 1920 a população já era de 579.033, ou seja, dobrou em treze anos.

O fato é que, a partir da primeira década deste século, a indústria brasileira passou a se concentrar no Estado de São Paulo, conforme nos indicam os dados censitários, que seguem, referentes aos maiores centros industriais.

Em 1920 o Estado de São Paulo já possuía 4.145 estabelecimentos industriais, o que representava 31% das indústrias brasileiras naquela data (13.336 estabelecimentos).

Assim, no final do século passado e no início deste, presenciamos a entrada de capitais estrangeiros via Estado para a construção da infra-estrutura necessária ao escoamento da produção (no caso do café) e via filiais de empresas financeiras estrangeiras (também para obras de infra-estrutura).

* Professora do Depto. de Planejamento Regional - IGCE - UNESP - Campus de Rio Claro - São Paulo.

TABELA 1

NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS INDUSTRIAIS

	1907	1912
1. DISTRITO FEDERAL	652	642
2. SÃO PAULO	314	3.321
3. RIO GRANDE DO SUL	314	1.199
4. RIO DE JANEIRO	126	587
5. MINAS GERAIS	528	732
6. OUTROS ESTADOS	1.054	2.994
TOTAL	2.988	9.475

A orientação econômica então vigente era sustentada politicamente pelo Estado que defendia a classe dos fazendeiros. Segundo Dowbor (1977: 151 e 152):

"o controle do sector do café sobre o aparelho do Estado era favorecido, para além do próprio peso económico do sector, pela extrema concentração regional da cultura: a quase totalidade da produção encontrava-se nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e no Sul de Minas Gerais. O centro administrativo do país, tendo-se deslocado ainda durante a fase mineira do século XVIII para o sul, os grandes oligarcas do café ocupavam geograficamente a região dominante do ponto de vista político, o que contribuiu certamente para a sua presença política".

Mas este ciclo do café teria se desenvolvido e terminado como qualquer outro ciclo econômico no Brasil, se não coincidissem, como muito bem o lembra Dowbor (1977: 161), com a expansão dos capitais estrangeiros, característica da fase imperialista do capitalismo. Isso fez com que os investimentos e aperfeiçoamentos técnicos, tanto nacionais como estrangeiros, se concentrassem no setor dinâmico da economia que, geograficamente, estava, quase que na sua totalidade, em São Paulo.

No triângulo São Paulo, Rio e Minas, mas principalmente São Paulo, ocorreu uma concentração não só da infra-estrutura econômica, como também da mão-de-obra (não podemos esquecer a importância da imigração estrangeira subvencionada pelo Estado e com destino às lavouras de café) o que favoreceu a formação de um mercado consumidor interno, gerando, ainda que de forma rudimentar - dado que o nível de consumo era limitado pelos baixos salários - a necessidade de atividades econômicas complementares dirigidas para o abastecimento do mercado interno. Até o final da década de 1920, a indústria se constituía numa atividade complementar da agricultura e contava com capitais nacionais e estrangeiros; concentrava-se basicamente no eixo Rio-São Paulo, que servia de intermediário no comércio de matérias-primas entre o restante do Brasil e o exterior, em troca de capital e máquinas, bem como abastecia o interior do Brasil com produtos manufaturados em troca das matérias-primas para o seu consumo.

Quanto à agricultura de alimentos, mostrava-se insuficiente para o abastecimento do mercado interno, no período até 1930, e o Brasil importava alimentos. Por outro lado, segundo Linhares e Silva (1979), foi um período de carstia provocada pela inflação, pelo desaparecimento de gêneros alimentícios

do mercado (durante a guerra de 1914) e pelo monopólio da produção, comercialização e crédito por companhias e bancos estrangeiros, o que provocava um encarecimento dos gêneros alimentícios, bem como favorecia o controle dos monopólios sobre o abastecimento através da estocagem de produtos (o que os encarecia também). Segundo os autores supracitados, o Estado, diante das manifestações populares ocorridas em 1917, e mesmo antes, que se colocavam contra a alta de preços dos gêneros de primeira necessidade, se viu obrigado a intervir na esfera do abastecimento criando o Commissariado de Alimentação Pública, cujo objetivo era de regularizar preços e estoques. Tal intervenção se deu não com o intuito de satisfazer as necessidades, mas para garantir a reprodução das relações sociais de produção (Linhares e Silva, 1979: 45).

Porém, a reação por parte de comerciantes e proprietários agrícolas, que temiam pela realização de seus lucros, logo se fez sentir e, em 1920, o Commissariado foi substituído pela Superintendência do Abastecimento, cujo objetivo era mais o de fomentar a produção de gêneros alimentícios do que regular e controlar o seu abastecimento (Linhares e Silva, 1979: 52).

Com a crise de 29, que teve como resultante uma recessão na agricultura de exportação, ocorreram modificações na base econômica do país; nota-se que uma vez mais a "decisão" de modificar a produção nos foi imposta de fora. O fato é que a exportação do café não gerava mais divisas suficientes para o Brasil comprar, no exterior, os bens necessários.

A indústria brasileira, que vinha até então produzindo bens de consumo popular, vê-se de um momento para outro diante da crise mundial e da reorientação, do capitalismo, obrigada a voltar-se para a produção de bens que exigiam uma elevação da composição orgânica do capital, e isso redundou num aprofundamento dos laços de dependência do capital a nível internacional. A nível nacional vemos as relações de dependência das diferentes regiões brasileiras serem reforçadas no eixo Rio-São Paulo, para onde se transfere cada vez mais a taxa de lucro e onde se acumula o capital.

Quanto ao setor agrícola, baseado na agricultura de exportação, continuou sendo a fonte de divisas, que permitia a sustentação de importações necessárias à indústria.

Na esfera política ocorreu uma mudança na composição de forças no poder; a Revolução de 1930, segundo Ianni (1971: 13 e seguintes):

"cria condições para o desenvolvimento do Estado burguês e representa uma ruptura política e também econômica, social e cultural com o Estado oligárquico".

Contudo, segundo o autor, em 1937, com a instalação da ditadura de Vargas (Estado Novo), deu-se efetivamente o rompimento com o regime oligárquico. A partir de 1930, o Estado passa, então, a contribuir de maneira mais eficaz para a economia, através do fornecimento da infra-estrutura necessária à indústria e à agricultura. A intervenção do Estado na economia leva a criação de órgãos controladores.

Com relação ao abastecimento de gêneros alimentícios, o Estado tinha, em princípio, maior facilidade de controle. Contudo, apesar das crises de alimentos (a da farinha de trigo em 1936) e das respostas do Estado a elas através da criação de órgãos (a Comissão Reguladora do Tabelaamento, dedicada ao abastecimento) que tinham a capacidade de entender e responder os pro-

blemas, medidas efetivas não eram tomadas, isto porque, segundo Linhares e Silva (1979: 107):

"fazia-se o diagnóstico, mas tomavam-se cautelas contra medidas ousadas que pudessem alterar o precário equilíbrio entre agrários e industriais, forjado em 1930".

Quanto ao mercado consumidor brasileiro neste período, segundo Dowbor, vemos que:

"a extrema concentração da riqueza dá lugar a um mercado muito importante de bens de consumo de qualidade, ou de luxo. Por outro lado, esta mesma concentração implica que o mercado popular, apesar de abranger um grande número de consumidores, é pouco profundo, limitação decisiva à produção de bens de consumo popular". (1977: 234).

No caso de São Paulo, SP, o mercado de consumo interno se expandiu, dado o aumento de população que se verificou nessa cidade, estimulado pelo processo de industrialização que já se esboçava. Como se nota pelos dados da tabela 2, entre 1934 e 1950, a população urbana cresceu mais de 100%.

Assim sendo, a indústria brasileira se estruturou de modo a atender as exigências do mercado interno; uma parte da indústria nacional (setor tradicional) direcionou sua produção para atender ao mercado popular e outra parte (setor moderno), com capitais de origem nacional e estrangeira, foi dirigida para a produção de bens, cuja sofisticação implicou maiores investimentos de capital, para atender ao mercado composto pelos estratos sociais de maiores rendimentos.

TABELA 2 POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO E DA CIDADE DE SÃO PAULO

ANOS	POPULAÇÃO MUNICIPAL	POPULAÇÃO URBANA
1920	579.033	-
1934	1.060.120	1.046.530
1940	1.337.644	1.313.100
1950	2.198.096	2.116.721

Fonte: "A CIDADE DE SÃO PAULO", 1958, II.

Segundo Dowbor, o setor moderno da indústria adotou um modelo de acumulação de indiscutível coerência interna. Diz o autor que no plano do financiamento, este setor "preconiza o reforço da taxa de exploração e reprodução de relações existentes no setor agrícola, o que favorece a acumulação e permite financiar a importação de máquinas e de técnicas do centro; no plano da realização, orienta-se para a produção para o mercado rico, cujo poder de compra se encontra reforçado pela concentração da renda, enquanto o mercado popular se reduz. Ao contrário, a indústria tradicional, cujo traço significativo é a sua orientação para o mercado popular, vê-se presa numa contradição entre as suas necessidades de financiamento e de importação de bens de produção que exigem a reprodução da orientação extravertida da agricultura - e o seu modelo de realização - que exige a redistribuição dos rendimentos e o alargamento "horizontal" do mercado. (1977: 235).

Ora, esta indústria tradicional conseguiu manter a orientação para o mercado popular até o momento em que este garantisse a realização das mercadorias, conseqüentemente, do lucro. A capacidade de compra por parte do mercado popular foi se reduzindo no período, dada a forma de exploração da mais-valia, que se tornava cada vez maior. Houve um distanciamento cada vez mais acentuado entre a produtividade do trabalhador brasileiro e sua capacidade de compra. Enquanto a conjuntura nacional e internacional permitiu, por necessidade da própria reprodução do capital, este mercado garantiu a existência da indústria nacional (1913 a 1945). Contudo, com o término da 2ª Guerra Mundial houve um novo rearranjo da economia capitalista a nível internacional no sentido de um reforço do imperialismo, o que levou a burguesia nacional a se internacionalizar.

Como vimos, ocorreram mudanças na vida econômica e política do país a partir de 30, que alteraram também o equipamento comercial.

Neste período, de 1930 a 1945, surgem na cidade de São Paulo as "lojas populares", tais como as lojas Americanas, que introduzem uma técnica de venda - o auto-serviço.

Data também deste período, a popularização de grandes lojas como o Mappin e a Casa Alemã.

Estas transformações no comércio varejista são fruto de transformações que estavam ocorrendo na produção, ou seja, a indústria estava produzindo agora bens que anteriormente eram importados, e além disso, se aperfeiçoando e se expandindo.

Por outro lado, a expansão da metrópole paulista, até meados da década de 1940, não colocou em questão a localização do comércio no centro da cidade.

Até 1953, quando surge o primeiro supermercado, não se identifica nenhum tipo novo de loja, mas se presencia uma expansão do comércio, que procura se localizar principalmente no centro da cidade (exceção feita a Sears Roebuck, que nesse período se implanta a 4 km do centro da cidade), e uma acentuada departamentalização nas grandes lojas.

Essa expansão comercial tinha suas raízes na expansão industrial que se verifica então. Se em 1940, o censo indicava a presença de 14.225 estabelecimentos industriais no Estado (1) de São Paulo, o censo de 1950 nos mostrava a presença de 24.519 estabelecimentos. Nesses mesmos 10 anos, o número de estabelecimentos dedicados ao comércio varejista cresceu em quase 37% no Estado (de 36.396 para 49.830 lojas). A expansão do número de lojas aumentou a concorrência e implicou uma maior propaganda de preços, ao mesmo tempo que o sistema de crédito se expande facilitando a aquisição de mercadorias.

Em meados da década de 1950, ocorreram novas transformações no quadro político da nação brasileira, ou seja, a derrubada final do chamado **paternalismo getulista** em 1954, e a ascensão da burguesia industrial, que associada àquela internacional, procurou se consolidar no poder.

Entre 1954 e 1964, Estado e Economia aprofundaram suas relações, o que provocou um aceleração do desenvolvimento econômico, particular:

(1) Não dispomos de dados ao nível da cidade.

mente a industrialização (Ianni, 1971: 142), que implicou a reformulação das relações de dependência a nível internacional (a integração do setor industrial à economia mundial através das multinacionais) (Ianni, 1971: 168). Foi o período em que os investimentos de capital estrangeiro aumentaram consideravelmente no Brasil, como se pode notar pela tabela 3.

TABELA 3 ENTRADA DE CAPITAL PRIVADO NO BRASIL 1947-1961

ANOS	MILHÕES DE DÓLARES
1947	47
1948	80
1949	32
1950	28
1951	70
1952	118
1953	85
1954	75
1955	109
1956	248
1957	356
1958	230
1959	248
1960	176
1961	300

Fonte: DOWBOR, 1977: 262.

Quase 75% destes investimentos que, segundo se observa, aumentaram a partir de 1955/56, distribuíam-se, até o final da década de 50 pelos setores de máquinas e automóveis (53,90%), siderurgia e metalurgia (10,56%) e química e farmacêutica (10,49%). (Fonte Dowbor, 1977: 263).

Particularmente no Estado de São Paulo, o número de indústrias cresceu em 45,14% entre 1950 (24.519 estabelecimentos) e 1959 (com 35.588 estabelecimentos).

No caso da cidade de São Paulo as indústrias se localizaram principalmente junto às rodovias, que (a partir de 1947, quando foi inaugurada a Via Anchieta) passaram a contribuir para a integração de áreas até então não consideradas como pertencentes à metrópole.

Tanto quanto a industrialização, o processo de urbanização também se acentua. Entre 1950 e 1960 a população da cidade de São Paulo cresceu de 2.116.721 para 3.709.274 hab., ou seja, 57%.

É nesse período que as grandes lojas passaram a abrir filiais nos subcentros comerciais da Grande São Paulo. Tais subcentros (caso da Lapa, de Pinheiros) que, paulatinamente, foram sendo incorporados à cidade em sua expansão territorial, passaram a se constituir em concorrentes do comércio do centro da cidade e por isso esse movimento de abertura de filiais nos bairros onde o desenvolvimento do comércio se fazia.

O crescimento econômico permitiu que o setor varejista se ampliasse consideravelmente. Contudo, o período que vai de meados da década de 1950 até meados da década de 1960 correspondeu a um período de reorientação da economia brasileira, quando a indústria nacional tradicional perdeu terreno com relação aos novos ramos industriais, além da diminuição do poder aquisitivo do mercado consumidor que essa indústria atingia, e do aumento do custo de vida, que a partir de 1952 passa a subir vertiginosamente e a preocupar não só os consumidores, mas também políticos e administradores que, diante da pressão popular contra carestia, acabaram criando órgãos do governo que, ao invés de solucionar, tinham cada vez menos poder para tanto.

É nesse período, também, que surgem os primeiros supermercados (vide cartograma - Supermercados na Grande São Paulo). Sua primeira fase de implantação na cidade de São Paulo se estende de 1953 a 1963, e os estabelecimentos que iniciaram suas atividades nesse período representavam apenas 7,85% do total de estabelecimentos que se implantaram até 1974 (inclusive).

Nesta primeira fase de implantação de supermercados, nota-se que a maior parte dos estabelecimentos inaugurados estão nos subdistritos localizados a oeste do centro da cidade. A tendência geral é a localização em subdistritos da área mais central do município de São Paulo, cujos rendimentos familiares eram dos mais elevados, ou seja, Cerqueira César, Bela Vista, Perdizes, Jardim América, Jardim Paulista, Vila Mariana e Pinheiros.

O primeiro supermercado apareceu em 1953, denominado "Sirva-se" - no subdistrito de Cerqueira César - na confluência das Avenidas Paulista, Rebouças e Dr. Arnaldo e rua Consolação. Se por um lado ele foi fruto de uma iniciativa com grande dose de aventura (conforme depoimento de um de seus fundadores - Fernando Pacheco de Castro - que com tal objetivo foi aos Estados Unidos estudar de perto o funcionamento deste sistema de vendas), por outro lado, o local escolhido para sua implantação, naquele momento, não deixou de ser dos melhores; isso porque não só era um local de passagem, de acesso fácil, mas também de acesso fácil a consumidores de bairros residenciais, como o Pacaembú, Sumaré, Perdizes e Higienópolis, além do Jardim América e Jardim Paulista, enfim justamente onde se concentravam consumidores com poder aquisitivo suficientemente elevado, que dispunham já de um automóvel para transportar a mercadoria adquirida, e que podiam efetuar o pagamento no ato da compra. Enfim, o local era privilegiado (vide cartograma - "Renda Média Familiar" na Grande São Paulo - 1967).

Contudo, o momento de surgimento do Supermercado na Grande São Paulo não é só 1953, mas se estendeu até o início da década de 1960, quando a expansão desses estabelecimentos se dá de maneira efetiva na metrópole paulista.

Esta primeira fase coincide justamente com o momento em que a indústria se orienta para a produção de bens destinados aos consumidores cujos estratos de rendimentos são mais elevados, as chamadas "classes médias" (que são fruto da fase anterior de industrialização), já que a exploração, daqueles que vivem da venda de sua força de trabalho, aumenta em meados da década de 1950.

É o momento em que os investimentos de capital estrangeiro aumentam consideravelmente no Brasil (vide tabela 3) e o índice de custo de vida passa a subir significativamente a partir de meados da década de 1950.

Considerando que a indústria procurou, então, atingir como mercado os estratos de médios e altos rendimentos, num momento em que para cá se dirigiam capitais estrangeiros com objetivos de aumentar sua acumulação (o que não se dá sem o aumento da exploração da mais-valia), o aparecimento dos supermercados na década de 1950 estaria particularmente ligado ao abastecimento das "classes médias", e não ao da classe trabalhadora. Isto porque estes estabelecimentos naquele momento estão rompendo com uma estrutura de comércio já implantada e propondo inovações nos hábitos de compra. Com isso, o risco a correr com tal empreendimento era maior. A localização na Grande São Paulo, portanto, teria que se dar em locais de maior poder aquisitivo para, em princípio, garantir um mercado. Além disso, são empresas que, como qualquer outra sobre o capitalismo, visam o lucro, e a localização junto ao mercado consumidor é importante para que o lucro se dê.

Por outro lado, nesta primeira fase de implantação, o setor não interessou a grandes capitais. A maior rede no período é a dos supermercados Peg-Pag S/A, que em 1963 possuía nove lojas, todas no município de São Paulo, nos subdistritos de: Consolação, Jardim Paulista, Santa Cecília, Perdizes(2), Cambuci, Vila Mariana, Ibirapuera e Indianópolis. Os proprietários que integravam esta empresa não tinham vinculações anteriores com o setor, e o capital inicial da empresa, em 1954, foi de Cr\$ 8.000,00 (cruzeiros velhos).

As demais empresas que iniciaram suas atividades no período tinham poucas lojas como é o caso, por exemplo, do "Pão de Açúcar" com 1 loja, do "Sirva-se" com 3 lojas, do "Goonçalves-Sé" com 2 lojas.

Devemos lembrar que esta fase corresponde ao momento em que o mercado consumidor possibilita a implantação de novas indústrias no Brasil, bem como estas últimas acabam reforçando o mercado, criando novas necessidades, ao difundir um número maior de mercadorias que têm que ser realizadas.

É esse também o momento de experiência do supermercado que vinha "questionar" todo um aparelho comercial já existente, que implicava romper uma estrutura de comércio já implantada. Basta lembrarmos, como exemplo, a embalagem dos produtos que a partir daí sofreram uma grande transformação, não só em termos visuais (porque agora o consumidor ia vender para si mesmo), mas também em termos de segurança contra roubos (um produto de tamanho reduzido ganha maiores dimensões com uma embalagem, ou numa mesma embalagem são colocadas várias unidades de um mesmo produto).

A partir de 1964, inaugura-se uma nova fase de relações de dependência do capitalismo mundial, quando a internacionalização da economia brasileira, que já vinha se dando, passa a ser garantida por um Estado militar.

No que se refere a economia, o período se iniciou em meio a uma crise que durou de 63 a 67, expressa por uma desaceleração da economia que, segundo Reichstul e Goldenstein (1980: 42), deve ser atribuída fundamentalmente ao declínio do investimento industrial, que apresentou entre 62 e 67 uma taxa negativa de crescimento anual (-2,3%), acompanhado por uma inflação que chegou à casa dos 91,9% no ano de 64.

Como é sabido, nos momentos de crise do processo de acumulação de capital, a tendência é a concentração das empresas, e foi o que ocorreu no Brasil, quando da liquidação de inúmeras empresas pequenas e médias, que financeiramente não tinham condições de concorrência, e foi também um momento de desnacionalização bastante generalizada. A solução adotada então, no sentido de recuperar a economia, foi a de contenção dos gastos públicos,

aumento da tributação, restrição ao crédito e ao salário, reordenação do sistema financeiro, medidas de atração ao capital externo e incentivos à exportação (Reichstul e Goldenstein, 1980: 42).

Nesse período inaugura-se (em 1966) o primeiro Shopping Center, no subdistrito do Jardim América, que surgiu para atender uma clientela motorizada, cujos níveis de rendimentos eram altos, e não como solução geral para o equipamento comercial da cidade de São Paulo. Convém também lembrar que o Shopping Center é um empreendimento financeiro ligado ao setor da construção e os lucros com tais empreendimentos não se verificam apenas no setor comercial, mas também no setor de construção.

No que respeita a implantação de supermercados na cidade de São Paulo, o período que se estende de 1964 a 1967 é aquele em que se nota o primeiro grande impulso no sentido de sua expansão na metrópole e coincide com a política do Estado brasileiro de dar à COBAL (Companhia Brasileira de Alimentos, órgão criado na década de 1960), a incumbência de "financiar a modernização dos métodos de comercialização", porque vendiam a preços mais baixos, dado que compravam "sem intermediários".

Assim, contando com o apoio do Estado, o período de 1964 a 1967, que é marcado por uma crise na economia brasileira, assiste não só a expansão como também a centralização de empresas. Os estabelecimentos inaugurados nessa fase são em número de 148 no município de São Paulo e de 59 para os demais municípios, o que nos dá uma total de 207 lojas novas num período de 4 anos, ou seja, 23,23% das lojas que iniciaram suas atividades entre 1953 a 1974. Por outro lado, nesse momento, mais precisamente 1965, a empresa "Pão de Açúcar" adquire a rede de supermercados "Sirva-se" - pioneira no ramo e que em 1964 tinha inaugurado mais 4 lojas (nos subdistritos da Consolação, Bela Vista, Lapa e Perdizes) - e termina o ano com 9 lojas. Em 1966 a empresa inaugura mais 3 lojas (uma em março e duas em novembro) e em 1967 mais 5 lojas (sendo uma em maio, uma em julho e 3 em dezembro). Ao término do período 64 - 67 a empresa, que até 1963, tinha apenas uma loja, passa a operar com 17 lojas.

Entre 68 e 73, houve uma recuperação da economia, que se verificou no setor de bens duráveis, principalmente através do crescimento da indústria automobilística, o que foi possível graças ao crédito ao consumidor.

Além disso, reformas (fiscal e financeira) no setor público permitiram investimentos estatais no setor de energia elétrica e da construção civil pesada. Completado o quadro, o financiamento da habitação reativou a construção civil.

Essas medidas tiveram efeitos no restante da economia principalmente entre 1970 e 1973.

Todo o crescimento econômico verificado no período foi possível dada a política de distribuição de rendimentos que se estabeleceu no país naquele momento. Para a realização de mercadorias, como o automóvel (que era então muito pouco exportado), era preciso existir um mercado interno. Ora, incorporaram-se então ao mercado consumidor, os estratos "médios" da população que passaram a consumir automóveis, antes um privilégio dos estratos cujos rendimentos eram os mais elevados. Amplia-se o mercado, amplia-se a acumulação do capital e a exploração da mais-valia; sim, porque a realização das mercadorias foi possível através da transferência dos rendimentos dos estratos cujos níveis de rendimentos eram os mais baixos para os estratos médios da sociedade brasileira.

No quadro político, este mecanismo propiciou um reforço do poder da burguesia industrial, ligada a multinacionais, provenientes dos estratos médios da sociedade que foram "chamados" a partir do consumo (reforço que durou até 1974). A população de São Paulo em 1980 era de 5.924.615 hab.

Nesse período, observa-se a instalação de um maior número de lojas de departamentos nos bairros (processo que já estava em marcha desde 1955) e a expansão dos hipermercados. Como já foi dito, os estratos médios da sociedade brasileira foram "chamados" a participar do consumo, o que não implicou necessariamente em expansão do número de estabelecimentos de comércio varejista que no município de São Paulo, em 1960, eram em número de 22.918, em 1970 e 43.397 e em 1975, 43.269.

Ocorreu, por outro lado, uma diminuição sensível também no que concerne aos estabelecimentos ligados à venda de alimentos (não incluídos os supermercados) donde se pode depreender que o setor, já no período entre 70 e 75, começava a sofrer mais acentuadamente o processo de concentração. Já os supermercados, entre 1968 e 1974, continuam se expandindo.

Iniciaram suas atividades, nesse período, 426 estabelecimentos no município de São Paulo, e 131 estabelecimentos nos demais municípios da Grande São Paulo, somando então 557 novas lojas, ou seja, 62,51% do total de lojas inauguradas durante todo o período de 1953/1974.

Observou-se que durante a 2ª e 3ª fases de sua implantação, os supermercados procuram se localizar também junto ao mercado consumidor de rendimentos mais elevados. Contudo, durante essas fases, nota-se também para outros subdistritos e municípios a expansão. Principalmente as grandes redes de supermercados procuram os demais municípios da Grande São Paulo, por exemplo o ABC, e nestes casos sempre se localizam no ponto mais central, na área comercial mais importante e/ou de maior poder aquisitivo.

A 3ª fase de implantação dos supermercados corresponde ao período do chamado "milagre" na economia brasileira, que possibilita a ampliação do mercado consumidor (principalmente dos estratos econômicos mais altos) e uma retomada do crescimento industrial. Isso permite a expansão dos supermercados, bem como a concentração das empresas. É também nesse momento que o "Pão de Açúcar" torna-se empresa multinacional com lojas em Lisboa (que em 1978 eram em número de 19), em Angola e uma na Espanha.

A partir de 1974, porém, o quadro é novamente alterado com a crise econômica colocada não só ao nível nacional, como também do capitalismo a nível internacional.

Foi o "milagre econômico" que desembocou numa crise econômica em 74 e que foi se agravando até os primeiros anos da década de 1980. Esta crise, segundo Reichstul e Goldenstein (1980: 43), caracterizou-se por uma desaceleração da inflação e pela situação crítica do balanço de pagamentos. Segundo os autores,

"a partir de 73, o dinamismo das indústrias de bens duráveis de consumo e de não duráveis foi menor que o necessário para manter os níveis desejados de ocupação da crescente capacidade instalada no período imediatamente anterior. Isso levou a uma diminuição acelerada do investimento nesses setores, gerando efeitos desaceleradores para o conjunto da economia. (1980: 43).

que só não foi pior dados os elevados níveis de investimentos público, tanto por parte das empresas quanto do governo.

Enfim, por um lado, a crise do capitalismo a nível internacional, por outro, a crise do capitalismo a nível nacional, não consegue resolver os problemas da acumulação no mercado interno, dadas as condições de extrema penúria em que vivem extensas camadas da população, vítimas da política salarial e de emprego vigentes, que limita sua participação nos frutos da produção.

Com a crise econômica que teve "início" em 74, poderíamos pensar em acrescentar um último período que viria de 1975 até o início dos anos 80, onde se observariam principalmente a concentração de empresas comerciais, um grande número de falências, entre pequenos e médios empresários, em virtude do mercado consumidor - representado pelos estratos "médios" da sociedade - ter perdido uma parte do poder aquisitivo, e a situação de insolvência em que se encontrava este mercado como um todo.

O governo, por sua vez, quer a expansão das redes de supermercados e outros sistemas de auto-serviço nos principais centros urbanos, como o demonstra através do I Plano Nacional de Desenvolvimento (1972-1974).

Diante desse quadro, onde a Economia brasileira paulatinamente se internacionaliza, participa cada vez mais de uma divisão internacional do trabalho, onde o Estado garante a viabilização deste caminho da Economia, não se poderia esperar por parte desse Estado, outra atuação no tocante ao abastecimento dos gêneros alimentícios, que não fosse a de apenas intervir em situações de crise de alimentos que pudessem colocar em "risco" a reprodução da força de trabalho (não porque as pessoas tivessem fome, mas porque os salários precisavam continuar baixos para permitir a acumulação do capital). Deste modo, ainda que aparentemente o Estado tenha criado órgãos para "resolver" os problemas do abastecimento durante este século, no fundo eles foram se transformando cada vez mais em instrumentos que garantem a iniciativa privada.

Outra vez presenciamos o processo de centralização, que no âmbito dos supermercados, se traduz, por exemplo, pela aquisição da rede "Eletroradio-bras" em 26/03/1976, da rede "Superbom" do grupo Matarazzo (então com 22 lojas) em abril de 1978, e em junho de 1978, da rede "Peg-Pag" (então com 38 lojas entre São Paulo e Rio de Janeiro pertencente à "Souza Cruz" (subsidiária da British American Tobacco Co.), todas pelo Grupo "Pão de Açúcar". No caso do "Superbom", o patrimônio físico permaneceu com o grupo Matarazzo e as operações foram transferidas para o "Pão de Açúcar". No caso do "Peg-Pag" também foi vendido o controle acionário da empresa ao grupo "Pão de Açúcar". Para todas estas transações econômicas, o "Pão de Açúcar" contou com o apoio do Estado brasileiro, através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico. Por outro lado, é o momento em que esta empresa implanta lojas de grande porte, como os hipermercados que se localizam no âmbito da Grande São Paulo, preferencialmente em bairros mais distantes da área central da cidade e em municípios vizinhos como, Santo André, São Caetano e Guarulhos. Há que se considerar que tais tipos de lojas, que comercializam aproximadamente 50.000 itens diferentes, necessitam de espaço para sua implantação, o que as leva a não procurar terrenos na área central da cidade, dado o preço em face da escassez. Além disso, a difusão do uso do automóvel nesse momento aproxima cada vez mais vendedores e compradores, mas "exige" a existência de estacionamentos, que estes grandes hipermercados vão oferecer. Na grande São Paulo, o grupo "Pão de Açúcar" possuía, em 1978, 24 hipermercados.

As transformações que ocorrem com os supermercados não dizem respeito apenas à acumulação e centralização de capital por parte de algumas em-

presas, mas também pela concorrência que se estabeleceu no setor com a presença dos supermercados. É de se supor que, na área central da Grande São Paulo, tenha ocorrido o maior número de transformações no que diz respeito ao comércio varejista de alimentos: os pequenos estabelecimentos como quitanda, mercearia, etc., ou passaram a operar como supermercados, ou se sofisticaram, ou mudaram de lugar ou de ramo.

As quitandas, por exemplo, (segundo pesquisa realizada pelo Sindicato Varejista de Gêneros Alimentícios de São Paulo, publicada na Folha de São Paulo, em 3 de julho de 1977) que no início da década de 1970, na capital e em mais treze municípios vizinhos, somavam cerca de 5 a 6 mil, em 1977 eram apenas em número de 1780, não representando então 5% no abastecimento de hortifrutigrangeiros. Ainda na mesma reportagem, o secretário geral do Sindicato informava que com o impacto dos supermercados, só conseguiram deixar de sobreviver as quitandas **situadas em bons pontos ou as que se equiparam com instalações vistosas**. Previa, também, o secretário que só sobreviveriam futuramente as que se tornassem uma espécie de mercearia. Entrevistados, os quitandeiros apontavam como problema o preço pago por eles e por um supermercado. Por exemplo, pela mesma caixa de tomate, no mesmo entreposto, o quitandeiro paga mais caro, isso porque, comprando em pequena quantidade, ele não tem o mesmo poder de barganha do supermercado que, ao comprar grandes quantidades, permite que o capital do produtor tenha um retorno mais rápido, enquanto que para vender a muitos quitandeiros a mesma quantidade, ele gastaria um tempo maior para fazer retornar o seu capital.

Em contrapartida, as feiras-livres aumentaram em número, ainda que tenha diminuído o número de feirantes. Em 1964 o município de São Paulo tinha 452 feiras por semana e trabalhavam nelas cerca de 12.600 feirantes. Em 1976 as feiras eram em número de 563 por semana com 10.978 feirantes, num total de 59.464 barrac as/semanas (2). A pesquisa, efetuada pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo, revelou que 65% das barracas (das feiras-livres existentes em 1976) dedicavam-se ao comércio de gêneros alimentícios "in natura", 7% aos gêneros alimentícios semi-elaborados, 7% a alimentos industrializados e 21% aos produtos não-alimentícios. Como se vê, o forte da comercialização nas feiras é a de produtos perecíveis - que precisam ser comercializados, numa grande parte dos casos, no mesmo dia em que o feirante os adquiriu, isto porque eles não possuem equipamentos de conservação, o que os obriga a vender certas mercadorias altamente perecíveis por preços mais baixos, para que ele não perca por deterioração. Além disso, na feira-livre existe a possibilidade do consumidor comparar preços entre diferentes comerciantes da mesma mercadoria, o que influi no sentido de rebaixar o preço. Nesse caso, a feira-livre acaba competindo com o supermercado, porque preços mais acessíveis atraem o consumidor, além de alimentos mais frescos (sem contar que o supermercado neste caso tem despesas com os balcões frigoríficos para manter os alimentos frescos). Por outro lado, a pesquisa também revelou que as feiras-livres, em 1976, se realizaram em subdistritos da cidade onde o poder aquisitivo da população era menor, ou seja, justamente onde as grandes empresas de supermercados, pelo menos até o momento, não se faziam presentes e onde as feiras-livres podiam oferecer uma maior quantidade de produtos. Além disso, o volume de gêneros alimentícios comercializados nas feiras-livres era considerável, até 1976, conforme nos indica a tabela 4.

(2) Dados da Secretaria do Abastecimento e da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, publicados no Diário do Comércio e Indústria de 14 de março de 1978.

TABELA 4
PARTICIPAÇÃO DAS FEIRAS NO ABASTECIMENTO DE SÃO PAULO

GÊNEROS ALIMENTÍCIOS	FEIRAS-LIVRES	OUTROS EQUIPAMENTOS
Frutas	80 %	20 %
Verduras e Legumes	80 %	20 %
Pescados	60 %	40 %
Vísceras e Aves	38 %	62 %
Cereais Básicos	25 %	75 %
Batata e Cebola	50 %	50 %
Industrializados	10 %	90 %

Fonte: SECRETARIA DO ABASTECIMENTO - 1976.

A constatação da concentração dos supermercados (principalmente grandes redes) em locais onde o poder aquisitivo é o mais elevado, bem como a tendência para aí se instalarem, é confirmada também por uma pesquisa efetuada pelo DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos) - Família Assalariada: Padrão e Custo de Vida - publicada em 1974, onde se verifica que o supermercado não é o local de compra de gêneros alimentícios mais procurado pela classe trabalhadora. É o armazém que o trabalhador procura para se abastecer, e principalmente no que se refere a produtos de maior peso no orçamento doméstico (cereais, massas e farinhas, gorduras e condimentos, artigos de sobremesa), seguido pela feira, onde são adquiridos produtos de menor peso orçamentário (verduras, frutas, peixes, aves e ovos). Em terceiro lugar, o trabalhador procura efetuar seu abastecimento no supermercado.

Mas, o que os dados da pesquisa não revelavam é se a classe trabalhadora tinha acesso fácil ao supermercado, no sentido de localização deste último, e não se abastecia aí, porque o pagamento da compra era feito no ato da mesma, ou porque devia transportar a mercadoria até o local de consumo, ou qualquer outro motivo. Pode-se supor que o "sistema de caderneta" (pagamento da compra semanalmente, mensalmente) utilizado pelos armazéns, por exemplo, constituía ainda um dos elementos que levavam o trabalhador a procurar estes estabelecimentos para se abastecer, o que permite a sua permanência mesmo em face da concorrência imposta pelos supermercados. Infelizmente, não dispomos de dados para provar a suposição. O que pudemos observar é que a porção leste da metrópole paulista não apresentava grandes redes de supermercados até meados da década de 70 - justamente aí onde a renda média familiar era das mais baixas. Os supermercados aí existentes eram empreendimentos de apenas uma loja e/ou de redes de duas a cinco lojas, situadas principalmente ao longo de importantes vias de circulação.

Cabe ainda destacar que, dada a concentração de grandes redes de supermercados junto à "melhor fatia do mercado", a concorrência aliada à necessidade de uma grande rotatividade de produtos para uma maior acumulação do capital de cada uma das empresas, fizesse com que os preços das mercadorias dos supermercados fossem os mais baixos, justamente no lugar onde os rendimentos da população eram os mais elevados.

A localização favorável junto ao mercado consumidor permite que as grandes empresas de supermercados trabalhem com uma margem de lucro maior, já que isso é compensado por um volume muito grande de vendas.

Não podemos nos esquecer que a população da cidade de São Paulo, em 1980, chegava à casa dos 8.493.598 habitantes e a da região metropolitana era de 12.719.072 habitantes.

Por fim, é preciso lembrar que é a partir de meados da década de 1970 que a presença dos "shopping centers" se torna mais marcante na paisagem da cidade de São Paulo. Até então, a cidade contava apenas com o Shopping Center Iguatemi, inaugurado na década de 1960 no subdistrito do Jardim América e que atendia uma pequena parcela da população, principalmente das cercanias. Hoje, com suas instalações ampliadas, principalmente, no tocante ao parque do estacionamento, ele conta com outros concorrentes localizados no mesmo subdistrito ou em subdistritos próximos: Shopping Center Ibirapuera, inaugurado em 1976, no subdistrito Indianópolis; Shopping Center Eldorado, inaugurado em 1981, no subdistrito Jardim América; Shopping Center Morumbi, inaugurado em 1982, no subdistrito Ibirapuera. Todos eles localizados em áreas de alto poder aquisitivo, ou muito próximas a elas e de acesso fácil, já que se encontram muito próximos a vias de circulação rápida (Marginal do rio Pinheiros). Além desses, em 1984 é inaugurado o Shopping Center Norte, localizado junto à Marginal do rio Tietê e do Terminal Rodoviário da Cidade de São Paulo. Dois outros Shopping Centers, de menor porte, são o da Lapa e o Continental.

Verificamos, assim, que a partir de 1965, mas acentuando-se a partir de 1975, a característica principal do setor varejista do comércio é a concentração empresarial, financeira e territorial.

BIBLIOGRAFIA CITADA

- DIEESSE (1974) – Família Assalariada: padrão e custo de vida.** São Paulo. DIEESSE.
- DOWBOR, LADISLAU (1977) – A Formação do Capitalismo Dependente no Brasil.** Lisboa, Prelo.
- GUIMARÃES, OLMÁRIA (1969) – O papel das feiras-livres no abastecimento da cidade de São Paulo.** São Paulo, Inst. Geografia - USP
- IANNI, OCTÁVIO (1971) – Estado e Planejamento Econômico no Brasil (1930-1970).** Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- LIMA FILHO, ALBERTO DE OLIVEIRA (1975) – Distribuição espacial do comércio varejista da Grande São Paulo.** São Paulo, USP, Instituto de Geografia.
- LINHARES, MARIA YEDDA E SILVA, FRANCISCO C. T. (1979) – História Política do Abastecimento (1918-1974).** Brasília, Binagri.
- PINTAUDI, SILVANA M. (1981) – Os supermercados na Grande São Paulo.** Dissertação de Mestrado. USP - São Paulo.

REICHSTUL, HENRI - PHILIPPE E GOLDENSTEIN, LÍDIA (1980) – *Sessenta anos de economia - Do complexo cafeeiro à industrialização*. Gazeta Mercantil - pp. 37/45.

STILMAN, MEYER (1962) – *O comércio varejista e os supermercados na cidade de São Paulo*. Vol. I e II. São Paulo. Fac. de Ciências Econômicas e administrativas da USP.

VÁRIOS AUTORES (1958) – *A cidade de São Paulo*. São Paulo. Cia. Editora Nacional.

RESUMO

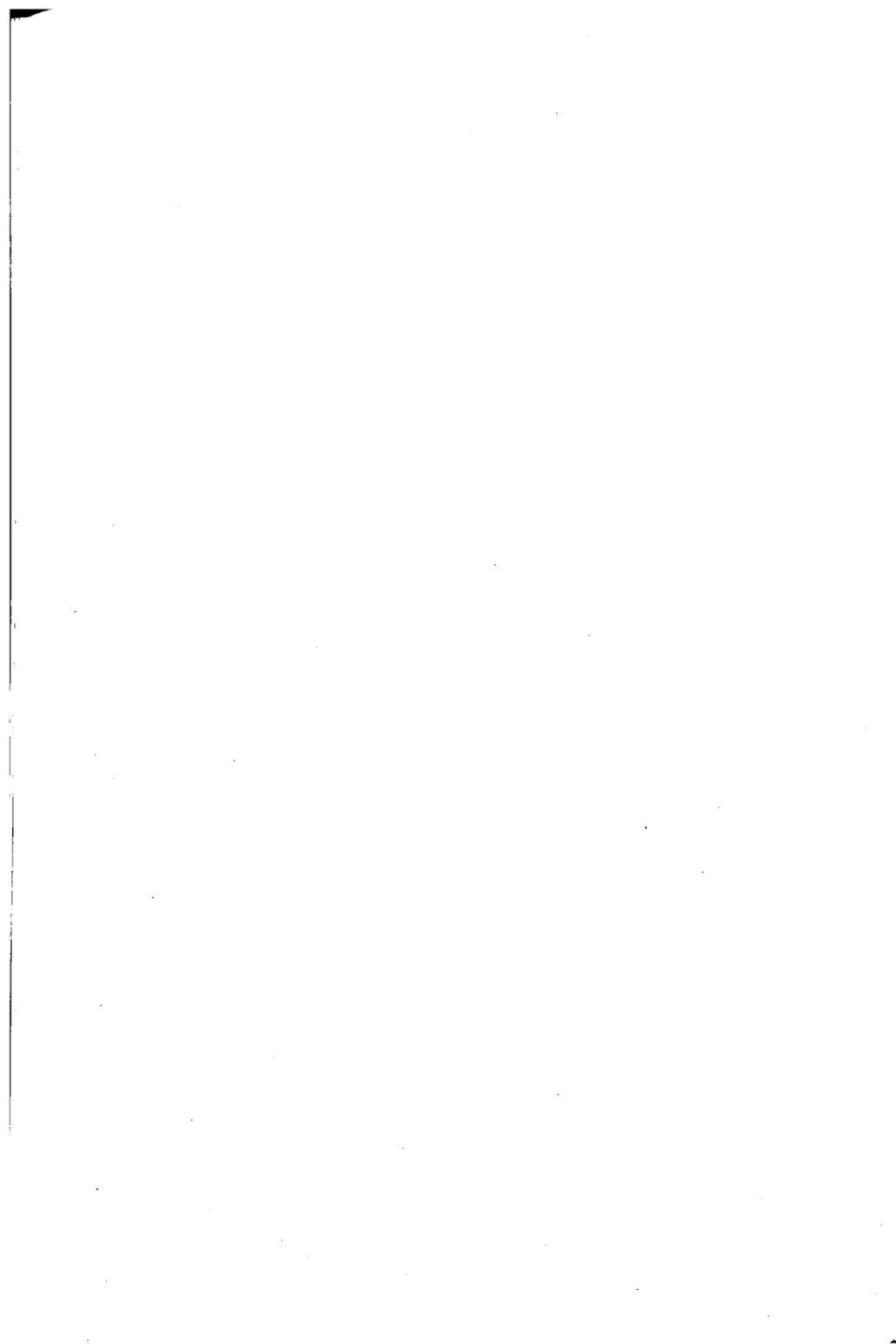
Neste artigo procura-se mostrar as determinações sócio-econômicas que atuam no processo de transformação do comércio varejista na Grande São Paulo. Destaca-se, particularmente, a implantação dos supermercados nesse espaço metropolitano.

RÉSUMÉ

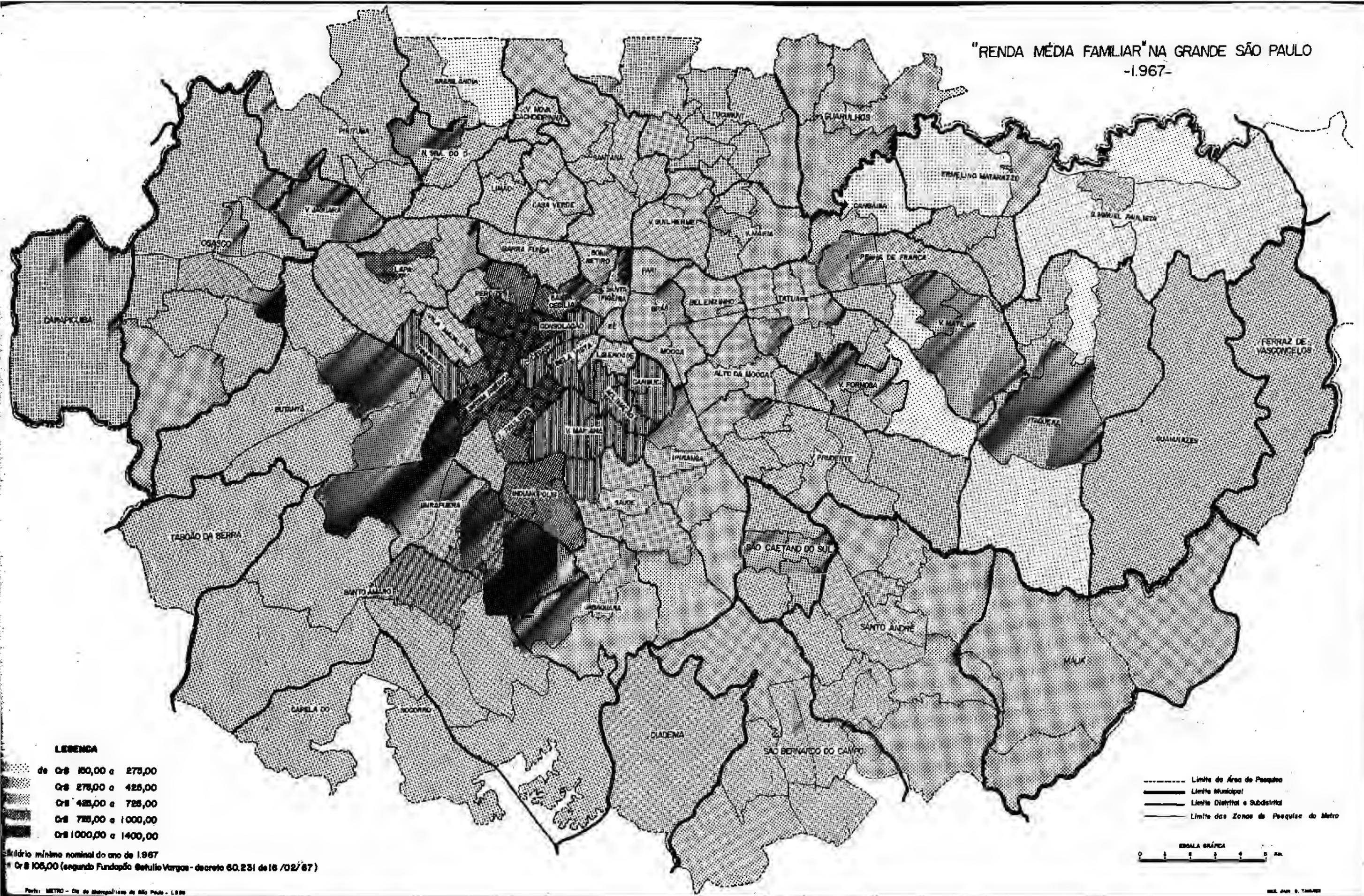
Dans cet article on cherche montrer les déterminations socio-économiques qui actuent dans les procès de transformation du commerce de détail dans la Grande São Paulo. Se détache, particulièrement, l'implantation du supermarché dans cet espace métropolitain.

ABSTRACT

In this article we search to show the social-economic determinations that acts on the transformation process of retail commerce at the Great São Paulo. We detach, particularly, the implantation of the supermarket at this metropolitan space.



"RENDA MÉDIA FAMILIAR" NA GRANDE SÃO PAULO
-1.967-



LEGENDA

de Cr\$ 100,00 a 275,00

Cr\$ 275,00 a 425,00

Cr\$ 425,00 a 725,00

Cr\$ 725,00 a 1000,00

Cr\$ 1000,00 a 1400,00

----- Limite da Área de Pesquisa

———— Limite Municipal

———— Limite Distrital e Subdistrital

———— Limite das Zonas de Pesquisa do Metro

ESCALA GRÁFICA

0 1 2 3 4 5 Km.

Salário mínimo nominal do ano de 1.967

Cr\$ 105,00 (segundo Fundação Getúlio Vargas - decreto 60.231 de 16/02/67)

