

OS ATACAREJOS NO CONTEXTO DO VAREJO ALIMENTÍCIO BRASILEIRO¹

Lucas Ariel Cunha Bortoluzzi², Renata Rogowski Pozzo³, Carolina Ana Silveira Brenner⁴

¹ Vinculado ao projeto “Os Atacarejos e a fragmentação do tecido urbano: consequências cotidianas para o morador da Grande Florianópolis”.

² Acadêmico do Curso de Geografia – FAED – Bolsista PROBIC/UDESC

³ Orientadora, Departamento de Geografia – FAED renata.pozzo@udesc.br.

⁴ Acadêmica do Curso de Arquitetura e Urbanismo – Bolsista PROBIC/UDESC

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar como os Atacarejos participam dos processos contemporâneos de fragmentação do território brasileiro. Através de pesquisas bibliográficas, dados estatísticos, análise espacial e entrevistas foi possível traçar um panorama geral sobre o tema. Os resultados da pesquisa, bem como as discussões feitas a partir dos resultados estão resumidos a seguir.

Foi a partir dos anos 1950 que as transformações na sociedade brasileira - socioeconômicas e espaciais impulsionaram uma grande mudança no contexto do varejo alimentício. A venda de balcão dos pequenos comércios, popularmente conhecidos como mercados de vizinhança, foram perdendo espaço para um varejo moderno, aquele das grandes empresas internacionais. Nos dias atuais o varejo é estruturado em duas categorias principais de análise, o varejo tradicional dos pequenos comerciantes e o varejo estruturado ou moderno, das grandes corporações organizadas em redes de filiais. Os varejos modernos possuem uma característica marcante - grandes estruturas físicas que se consolidam em pontos de atração, através das infraestruturas rodoviaristas e pela junção de serviços como lotéricas, caixas eletrônicos, entre outros.

Com aspectos de *self-service* (auto-serviço) e *cash and carry* (pague e leve), os atacarejos tornaram-se um novo modelo de varejo com a mescla entre estes dois sistemas já conhecidos. Não se sabe ao certo quando surgiram os primeiros modelos de atacarejos no Brasil como o conhecemos hoje, contudo, alguns autores consideram que a multinacional Makro em 1972 foi a propulsora da ideia no país. A grande maioria dos atacarejos no Brasil fazem parte de uma pequena parcela de empresas do ramo de supermercados e atacados, obtendo, portanto, o monopólio do setor alimentício, dividindo seus investimentos dentro do perímetro central das cidades com supermercados, e distantes dos centros, próximos a rodovias com os atacados.

A expansão do modelo de atacarejo foi notoriamente percebida a partir dos anos 2000, com a “euforia de consumo” dos governos Lula, além dos investimentos feitos pelo BNDES para este setor, que impulsionou o crescimento de empresas já consolidadas no mercado ampliando o monopólio destas corporações. Alguns autores definem o atacarejo como um modelo tipicamente brasileiro, pois se aproveita das fragilidades brasileiras – pobreza, insegurança alimentar e o isolamento das periferias nas grandes capitais. A localização destas redes em pontos estratégicos e adensados, confirma o fato de que o modelo é um fragmentador do tecido urbano local, forçando os pequenos comércios a se adequarem as novas dinâmicas impostas.

Durante a pesquisa buscou-se entender quais as principais características deste novo modelo de varejo, portanto, como ponto de partida para a caracterização foi preciso constatar qual seria a classificação CNAE destas empresas, ou seja, como estavam cadastradas estas

corporações no Cadastro Nacional de Atividade Econômica. Foi descoberto que estas redes utilizam ambas as classificações em seus cadastros, o que possibilita usufruírem de vantagens tributárias.

Por fim, foram listados alguns dos principais aspectos relacionados aos atacarejos que explicam o paradoxo entre o preço baixo e o lucro alto. Dentre os principais aspectos, encontram-se: o baixo custo operacional através de um número reduzido de postos de trabalho, o uso intensivo das tecnologias da informação, a utilização de aspectos arquitetônicos expressivos, localização estratégica, perfil de cliente em transição, sortimento reduzido de produtos, promoções e financeirização.

Através da pesquisa realizada foi possível concluir que os atacarejos rompem o tecido urbano das cidades brasileiras, impactando principalmente os pequenos comércios, intensificando a utilização de automóveis e estimulando novos padrões de consumo. Estas constatações vão ao acordo com as perspectivas de alguns pesquisadores que apontam uma relação entre a instalação de redes de múltiplas filiais, supermercados, shopping centers, e o processo de reestruturação produtiva de acumulação flexível, causando modificações intra-urbanas marcadas por novas morfologias e paisagens fragmentadas, assim como a aglutinação e a formação de novas centralidades.

Palavras-chave: Atacarejo. Fragmentação do Território. Acumulação Flexível.

REVISTA ABAAS Associação Brasileira dos Atacados de Autosserviço. 2022. São Paulo: Abaas, n.13, mar.

REVISTA ABAAS Associação Brasileira dos Atacados de Autosserviço. 2018A. São Paulo: Abaas, n. 5, mar.