

AS GRANDES REDES DE VAREJO NO MERCADO DE CASA E CONSTRUÇÃO E SUA ATUAÇÃO NO ESPAÇO REGIONAL GAÚCHO ATRAVÉS DO SETOR TERCIÁRIO

Anderson Müller Flores

Graduado em Geografia (UFRGS)

Mestrando em Geografia (UFRGS)

E-mail: anderson.mflores@gmail.com

RESUMO

A predominância do setor terciário, nos últimos anos, na economia do Rio Grande do Sul nos remete a considerar um dos seus componentes: em vários municípios do Estado ocorre a difusão comercial das grandes redes que atendem o mercado de casa e construção, através da inauguração de inúmeras filiais. A difusão em escala regional e a geração de empregos neste setor nos faz aludir sobre o papel do setor terciário no contexto gaúcho. De pequenos entrepostos comerciais familiares, à difusão em caráter estadual averiguam-se quais as complexidades que levaram estas redes a optarem pela escala regional e não somente a local. Através deste trabalho poderemos entender os motivos que fizeram propagar os inúmeros entrepostos comerciais presentes em muitos núcleos urbanos gaúchos, analisando o contexto das lojas: DeltaSul, Lebes, Quero-Quero, TaQi (Grupo Herval) e Obino. As análises contemplam a verificação dos *sites* das empresas, dados quantitativos de caráter socioeconômico que fomentam a distribuição em caráter regional destas redes. Este perfil de informações contrapõe o setor terciário, a urbanização e o pressuposto de ampliação esperado frente à implantação do programa federal: Cartão Reforma. Todas estas vertentes direcionam para a ideia de que o setor terciário, representado neste contexto pelo mercado de casa e construção, mostra-se intimamente estruturado pela evolução da urbanização e conta com uma grande expansão subsidiada por fatores como a flexibilização do capital e políticas de cunho econômico (Cartão Reforma).

101

PALAVRAS-CHAVE: Cartão Reforma, Difusão Regional, Mercado de Casa e Construção, Rio Grande do Sul (Brasil), Setor Terciário.

THE GREATEST RETAIL CHAINS IN THE HOME AND CONSTRUCTION MARKET AND ITS PERFORMANCE IN THE REGIONAL SPACE OF RIO GRANDE DO SUL THROUGH THE TERTIARY SECTOR

ABSTRACT

The predominance of the tertiary sector, in recent years, the economy of Rio Grande do Sul brings us to consider one of its components: in several municipalities in the state occurs the commercial broadcast networks that serve the home market and construction, through the opening of numerous subsidiaries. Dissemination at the regional scale and the generation of jobs in this sector makes us allude on the role of the tertiary sector in the context of Rio Grande do Sul. Small trading posts, the character investigating state broadcast what the complexities that led these networks to opt for regional scale and not just local. Through this work we can understand the reasons that have made numerous trading posts seed present in many urban centres, analyzing the context of shops: DeltaSul, Lebes, Quero-Quero, TaQi (Herval Group) and Obino. The analyses include verification of companies sites, quantitative socioeconomic character data that foster regional character of these distribution networks. This information profile contrasts the tertiary sector of the economy, urbanization and the assumption of expansion expected in front of the implementation of the federal

program: Reform Card. All these aspects direct to the idea that the tertiary sector, represented in this context by the market of House and building, shows closely structured by the evolution of urbanization and has a large subsidized expansion by factors such as the easing of capital and economic oriented policies (Reform Card).

KEYWORDS: Regional Diffusion, Reform Card, Home and Building Market, Rio Grande do Sul (Brazil), Tertiary Sector.

INTRODUÇÃO

O setor terciário abrange uma heterogeneidade de serviços e atividades comerciais: todo tipo de atividade econômica que o IBGE não inclui como agropecuária ou industrial é classificada como parte do setor terciário (CARDOSO e ALMEIDA, 2013). O mesmo é subdividido em vários segmentos: o comércio, serviços prestados às famílias, serviços de alimentação, serviços culturais e de lazer, serviços pessoais, serviços educacionais, serviços de transporte, serviços imobiliários e ademais atividades relacionadas com a oferta de serviços.

O comércio de varejo, no ramo de casa e construção, se tornou muito presente com seus inúmeros estabelecimentos nas avenidas mais movimentadas de muitas cidades do Rio Grande do Sul. Aqui será abordado o processo histórico de consolidação destas redes de varejo, associando à predominância do setor terciário ao processo de urbanização que o Rio Grande do Sul tem vivenciado.

Ao mesmo tempo será enfatizado como a lógica capitalista inferiu historicamente na expansão regional destas filiais, correlacionando com o processo de urbanização e com a influência econômica deste segmento no território gaúcho. Os principais argumentos derivam de que circunstâncias e fatores fizeram surgir este tipo de comércio e ao mesmo tempo estar atualmente (2017) presente em inúmeros núcleos urbanos de muitos dos municípios gaúchos.

OS PROCESSOS METODOLÓGICOS

A seguinte pesquisa será estruturada através da análise quantitativa dos estabelecimentos de cinco grandes redes de varejo do comércio de casa e construção presentes no Rio Grande do Sul e que atualmente participam do programa federal Cartão Reforma: DeltaSul, Lojas Lebes, Lojas Quero-Quero, Lojas TaQi (Grupo Herval) e Lojas Obino.

Soma-se a esta análise quantitativa a relação de dados apresentados pelo setor terciário, ao qual este tipo de comércio está inserido economicamente, conjuntamente a informações de urbanização. Ambos os citados, atuam nas lógicas de organização e produtividade espaciais.

Para concluir a análise quantitativa, será desdobrada uma análise histórica do processo de evolução deste tipo de comércio que somado aos dados coletados e usando uma escala geográfica em nível regional, permitirá expressar os resultados obtidos através desta metodologia.

A comparação dos dados quantitativos em sua abordagem histórica será interpretada em uma escala regional através dos COREDEs (Conselhos Regionais de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul). A importância de análise e escolha dessa escala parte das constatações de Cargnin (2011, p.23), ao qual define os COREDEs como instâncias que reúnem a participação social de forma organizada e participativa no processo de planejamento governamental; possuem o intuito de promover debates sobre o desenvolvimento de cada região e de alcançar um desenvolvimento mais equilibrado proporcionando a redução das desigualdades regionais no Estado.

Os COREDEs foram instituídos oficialmente por lei estadual do Rio Grande do Sul, em 1994, sob a lei 10.283. Atualmente são 28 regiões, sete a mais do que as estipuladas inicialmente.

Através desta regionalização podemos obter de forma mais detalhada como o setor terciário se torna presente historicamente na economia gaúcha e se realmente podemos verificar algum padrão de desenvolvimento desta matriz econômica, de forma a se identificar quais fatores favorecem a ampliação deste setor dentro do processo de urbanização no Estado. Por conseguinte, a distribuição das cinco grandes redes de lojas do mercado de casa e construção, aos quais participam do novo programa federal - o Cartão Reforma - será apresentada cartograficamente, de modo a conformar a análise de atuação deste mercado regionalmente pelo território gaúcho.

O AVANÇO DO SETOR TERCIÁRIO FRENTE A URBANIZAÇÃO NO TERRITÓRIO GAÚCHO: FATORES E CONTEXTO DETERMINANTES

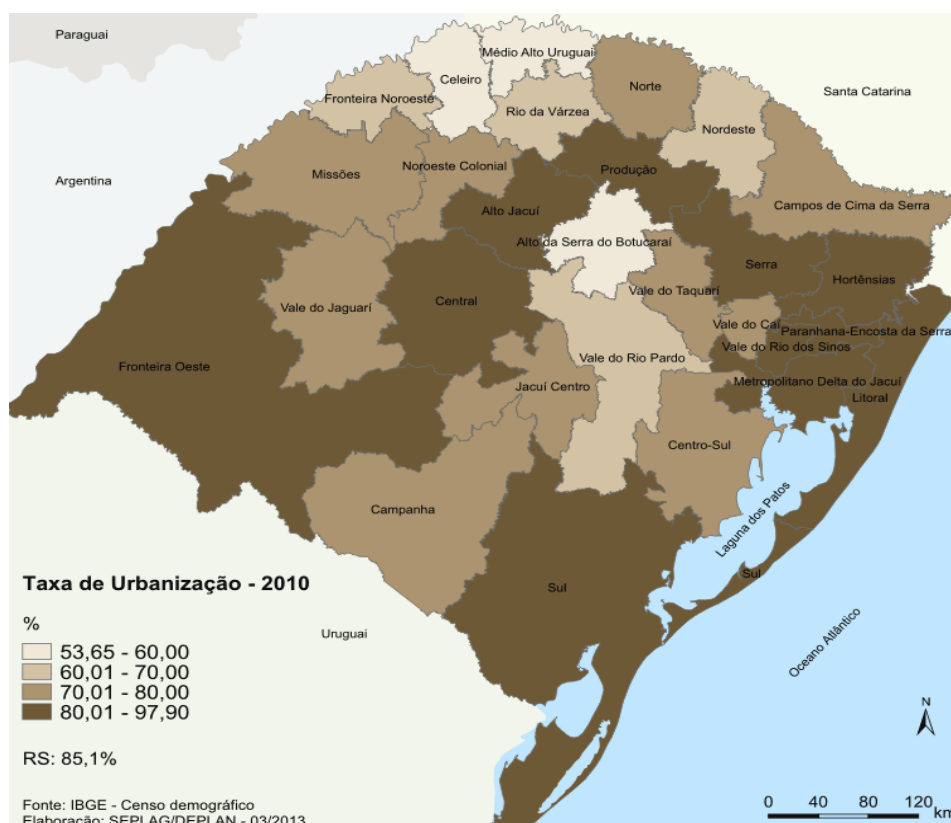
Baumol (1967) elucida o fato de que o setor terciário e a sua heterogeneidade de serviços são fatores de crescimento da produtividade econômica. Que aliados às novas forças tecnológicas e ao aumento progressivo e cumulativo do capital, corrobora a ideia de Messa Silva *et. al* (2006) de que este setor através do aumento de capital proporcionado pelo setor industrial e a maior demanda por serviços do consumidor final, gerou maior produtividade e empregos através da capacidade de inovação que foi alcançada através do emprego da tecnologia.

A acumulação do capital tornou-se mais flexível no setor produtivo do trabalho e até mesmo de consumo através do setor terciário (PIORE e SABEL, 1984). No Brasil, em 2003, o país contava com mais de 65% de sua economia formada pelo setor terciário e com os últimos dados obtidos em 2016 esse setor já supera os 73%.

A urbanização no Brasil, nos últimos 50 anos de acordo com o IBGE também se tornou preponderante: passou de 56% em 1970 para 84% em 2010. Assim, o setor terciário ao abranger e concentrar nas maiores cidades os serviços essenciais que muitas das regiões precisam e não conseguem produzir localmente, geram uma concentração de polos especializados em atividades comerciais e de serviços (SANTOS, 1979).

Em uma escala regional, o Rio Grande do Sul também apresentou um grande crescimento na taxa de urbanização em seu território: de 53% na década de 1970 para 85% em 2010. Por conseguinte, as regiões mais urbanizadas do Rio Grande do Sul também apresentam alta representatividade do setor terciário em sua economia, como mostra a comparação da figura 1 e da figura 2, a seguir.

Figura 1 – Taxa de urbanização no Rio Grande do Sul por COREDE

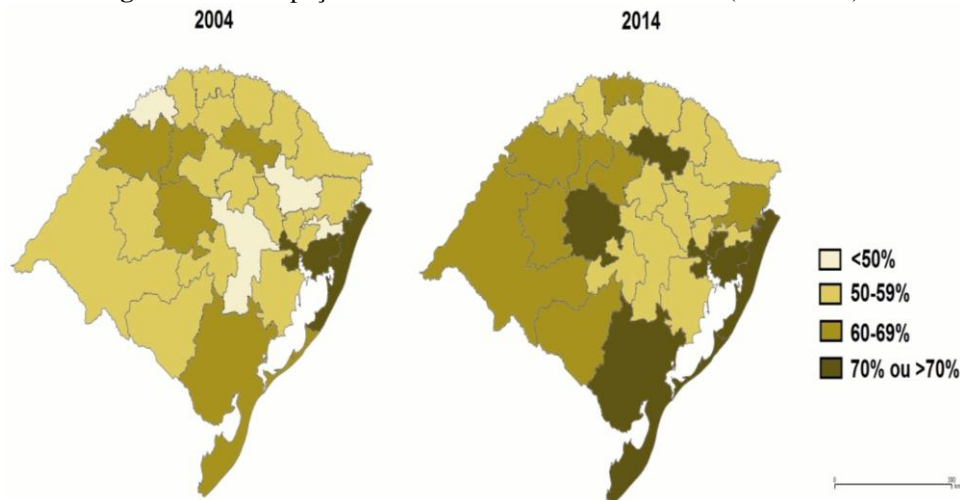


Fonte: IBGE, 2010. Elaboração: SEPLAG/DEPLAN – RS. 2013.

Como podemos verificar pela figura 1 todos os COREDEs, no ano de 2010, já apresentavam mais da metade de suas populações residindo em áreas urbanas; principalmente os COREDEs que situam as cidades mais populosas do Rio Grande do Sul. Ao mesmo tempo, são os mesmos COREDEs que apresentam alta representatividade do setor terciário: Central, Fronteira Oeste, Metropolitano, Produção, Serra, Sul e Vale do Rio dos Sinos. A figura 2 expressa a evolução do

setor terciário no período de 10 anos, mostrando claramente a afinidade existente entre as regiões com maiores taxas de urbanização e a relevância da evolução do setor terciário como predominante na sua matriz produtiva.

Figura 2 – Participação do Setor Terciário nos COREDEs (2004-2014)



Fonte: PIB municipal (2004-2014) /FEE-RS. Elaboração própria. 2017.

Em números houve um incremento de 7,5% na participação econômica gaúcha, de 2004 até 2014, nesse último ano chegando a representar 67,2% da economia. No contexto estadual, a partir dos anos 1990, a reestruturação produtiva também afeta o Rio Grande do Sul e reduz a importância do setor industrial; segundo ALONSO (2009, p.59).

A figura 2, também expressa que entre os anos de 2004 e 2014 houve uma mudança em vários COREDEs no aumento da representatividade do setor terciário na matriz econômica destas regiões. No ano de 2004, apenas dois COREDEs apresentavam mais de 70% de sua economia representada pelo setor terciário (Metropolitano Delta do Jacuí e Litoral) e, em 2014, mais quatro COREDEs já apresentavam esta participação significativa em sua economia (Central, Produção, Sul e Vale do Rio dos Sinos).

Em 2014, se verificou que nenhum dos COREDEs do Rio Grande do Sul apresentava menos que 50% de sua economia representada pelo setor terciário, ou seja, nestes últimos dez anos houve um desenvolvimento interno e regional de mudança da matriz econômica e também de expansão da urbanização que propiciou o avanço do setor terciário como preponderante na economia regional.

Portanto, através desta representatividade que o setor terciário vem apresentando na economia do Rio Grande do Sul, que cinco grandes redes de varejo do mercado de casa e construção foram escolhidas para esta análise.

O INCENTIVO FEDERAL FRENTE A MARCANTE EVOLUÇÃO DO MERCADO DE CASA E CONSTRUÇÃO

A escolha em analisar as cinco redes, não parte apenas de sua grande participação no mercado, mas também da relação destas empresas com o atual programa federal: Cartão Reforma. Estipulado no ano de 2017, pelo decreto lei de número 13.439, que visa beneficiar famílias de baixa renda por meio de um benefício subsidiado pelos recursos do orçamento federal e da seguridade social (de forma não cumulativa). O intuito é de que as famílias beneficiadas tenham direito de adquirir materiais de construção para o qual se reduza o déficit habitacional qualitativo, que atinge pelo menos oito milhões de residências no país (IBGE, 2010).

O repasse do benefício varia entre R\$2.500,00 e R\$7.500,00 para cada beneficiário e serão mais de 800 municípios que serão atendidos, de acordo com a metodologia do índice de melhoria habitacional. As famílias deverão obedecer alguns critérios, como possuir um aporte de renda de até três salários mínimos, e então o benefício será repassado junto às lojas conveniadas ao programa.

Outro objetivo do programa é a geração de empregos, ao passo que, com o repasse do benefício se estimularia o consumo e assim a demanda no ramo da construção civil, como também das lojas conveniadas. A partir disto, a escolha das cinco grandes redes de varejo que atuam no setor de manutenção dos lares no Rio Grande do Sul, será analisada desde seu histórico até a sua distribuição visualizada hoje no comércio gaúcho.

Recordamos que estas grandes redes de varejo estão correlacionadas ao setor terciário: com um grande número de filiais no comércio e prestando até mesmo outros tipos de serviços. Ademais, analisaremos a presença destas grandes redes nos COREDEs e a presença do setor terciário aliado às principais áreas urbanas do Rio Grande do Sul, correlacionando a presença física destas marcas com a sua distribuição de forma regional.

O DESTARTE DAS LOJAS DE VAREJO NO MERCADO DE CASA E CONSTRUÇÃO E O CONSUMO PROPICIADO PELA URBANIZAÇÃO (1950-1990)

A partir da década de 1950, as cinco redes de lojas analisadas surgem no território gaúcho: Obino (1950), DeltaSul (1952), Lebes (1956), Grupo Herval (1959) e mais tardiamente a Quero-Quero (1967). Através destas datas podemos perceber que houve algum tipo de evento que, em âmbito nacional, se torna incipiente o comércio de artigos voltados para o consumo familiar.

Giambiagi et.al. (2010, p.6) afirma que o Brasil passou por um processo de substituição de importações e houvera a estimulação da produção industrial interna, tanto de bens de consumo não duráveis, quanto duráveis (eletrodomésticos). Corrobora-se o fato de que estas redes começaram a

ganhar destaque com a implantação de um programa, que na política econômica do governo federal visou estimular não só a produção interna, como também o consumo interno que visava estimular esta estratégia político-econômica.

Consequentemente o surgimento do comércio voltado para artigos de consumo familiar e também o de materiais de construção são evidências diretas do processo de urbanização que o país estava experimentando naquele período. Esta evolução surge graças a uma nova classe média urbana, que pôde consumir e estimular a indústria interna de produção de bens duráveis. Na década de 1970, quando mais da metade da população brasileira já vivia em algum núcleo urbano (IBGE) estas redes de lojas que começaram como pequenos entrepostos comerciais familiares de “secos e molhados” – antigos armazéns – investiram na diversificação da oferta de produtos que atendesse essa clientela urbana: os eletrodomésticos, agregando principalmente os importados.

Ao passo que os espaços urbanos são concentradores da atividade comercial por excelência - segundo Cachinho e Salgueiro (2016) – e analisando o histórico apresentado no *site* das lojas, mostra-se que a partir desta mesma década, a entrada de capital estrangeiro conjuntamente a estabilidade nos estoques de capital fixo, propiciaram o consumo de eletrodomésticos que ao contrário dos automóveis mantiveram sua participação estável no mercado devido a se tornarem produtos mais acessíveis em termos de preço para a população (MORANDI, 1998).

Contudo é de se perceber que estas lojas aumentaram seu lucro com a demanda absorvida pelo crescimento do mercado urbano, conjuntamente com processos político-econômicos que favoreceram a demanda de novos produtos para o lar: os eletrodomésticos. No entanto, somente na década de 1990, que iremos constatar a entrada da tecnologia informacional e do sistema de crédito; os quais estas lojas começarão a aderir em suas matrizes organizacionais e administrativas, conforme as novas complexidades que o mercado neoliberal proporcionará para este tipo de comércio no fim do século XX.

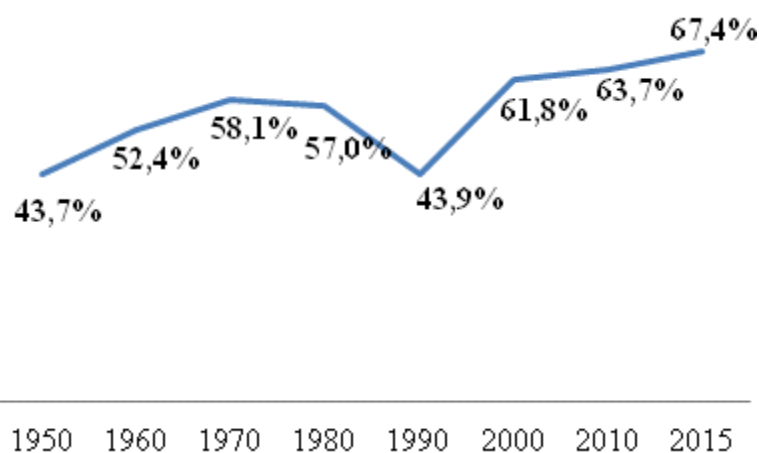
A INTRODUÇÃO DA TECNOLOGIA E DA CREDITIZAÇÃO NO COMÉRCIO – DO LOCAL AO REGIONAL (1990-2017).

Na década de 1990, segundo Rezende (2011), os planos de estabilização monetária como o sucesso do Plano Real e o aumento da demanda por produtos de linha branca a partir da baixa dos preços, fez com que muitas destas lojas acumulassem alguma reserva de lucro devido à procura em grande escala de seu comércio pela população. A introdução da tecnologia também possibilitou uma melhoria na administração dos recursos e na tomada de decisão, ao qual pudessem pelo seu

crescente êxito sair do local e abrir novos espaços em cidades mais urbanas e economicamente com melhor logística, assim reduzindo custos e aumentando diretamente a demanda de seus produtos.

A taxa de urbanização no Rio Grande do Sul, assim como no Brasil aumentou, alcançando nos anos 1990 e 2000 taxas superiores a três quartos da população do Estado de residentes em núcleos urbanos. Não somente a urbanização, mas também o setor terciário tornou-se preponderante na economia de muitos municípios do Rio Grande do Sul a partir dos anos 1990, como mostra na figura 3 a seguir.

Figura 3 – Evolução do setor terciário no Rio Grande do Sul (1950-2015)



Fonte: Série histórica/PIB Municipal – FEE. Elaboração própria, 2017.

As redes do mercado de casa e construção, representando o setor terciário como atividade comercial, demonstraram a partir dos anos 1990, um aumento considerável de sua participação na economia gaúcha. Os fatores que fizeram o setor terciário se tornar preponderante na economia foi a introdução da tecnologia e do sistema de crédito nesta matriz produtiva.

Neste período, o comércio varejista começou a adotar um sistema de banco de dados informatizado, o qual pudesse armazenar informações desde financeiras, administrativas e até mesmo de cadastro dos seus clientes e mercadorias. Praticamente muitos dos produtos que o mercado de casa e construção oferta, como: televisores; refrigeradores; condicionadores de ar; materiais para construção e tantos outros; são exemplos de mercadorias em que o valor monetário cobre totalmente ou até mesmo exacerba grande parte da renda média de quem os adquire.

A mercadoria é concebida como uma incorporação tanto do valor de uso quanto do valor de troca... Um valor de uso é "objeto da satisfação de um sistema qualquer de necessidades humanas" (HARVEY, 2013 p.56). Alguns itens de bens de consumo requerem um desembolso inicial tão grande que estão além dos meios de aquisição direta para todos, com exceção dos muito ricos... Torna-se essencial o aluguel ou o empréstimo de dinheiro... Quando o sistema de crédito vem em socorro, ele permite que alguns consumidores

economizem (em troca de juros) e que outros façam empréstimo e paguem tanto os juros quanto o principal durante um período de tempo estendido..., entretanto, o efeito imediato é integrar o uso de grande parte dos bens de consumo à circulação do capital que rende juros. O dinheiro é empregado em troca dos rendimentos futuros daqueles que usam o bem de consumo. O item atua como uma segurança para o empréstimo, o que significa que ele deve reter o seu caráter de mercadoria como um valor de uso material potencialmente comercializável. Se o mutuário falha nos pagamentos, o credor deve poder retomar a mercadoria e oferecê-la para venda no mercado. A formação de um mercado de segunda mão em muitos itens de bens de consumo é um corolário necessário ao financiamento da dívida da sua aquisição... O capital pode circular e circula dentro e através dos bens de consumo... as regras de circulação do capital nos bens de consumo tornam-se um aspecto importante para a circulação do capital em geral (ibidem, p.353-354).

O sistema de crédito oferece melhores opções de pagamento e atrai novos clientes - devido a esta nova modalidade de "empréstimo" - estes grupos de varejo utilizam do mecanismo de adiantamento de um determinado limite em dinheiro para o cliente então adquirir os seus produtos. Porém, tardiamente o comprador irá pagar a(s) mercadoria(s) que adquiriu através de valores parcelados e caso não haja o devido pagamento no contrato de venda entre cliente e empresa, o valor acordado será acrescido por uma taxa de juros diários.

Assim, David Harvey comenta que o sistema de crédito é um novo "cérebro" do capitalismo financeiro ao qual é uma atividade de cunho predatório e que possibilita que o capital se desloque temporalmente mais rápido pelo espaço. Esse sistema transmite a "sensação de alívio" não somente para as necessidades momentâneas do consumidor quanto a dos problemas de subconsumo nos ciclos econômicos do capitalismo financeiro moderno.

A adoção do sistema de crédito como forma de pagamento trouxe para os grupos deste nicho de mercado um maior acúmulo de mais-valia - um lucro excedente - através da geração de taxas de juros aplicados como multa por não pagamento em dia de um grande número de devedores. Com isto, observa-se que suas taxas de lucro marginal aumentaram com a adoção das práticas de crediário e novas oportunidades de investimentos – como a aplicação em uma maior difusão de filiais desses grupos varejistas - começa a se tornar realidade, ainda mais que, com a utilização do sistema informatizado em rede, estes grupos podem controlar todas as suas esferas econômicas através de qualquer lugar do espaço e a qualquer tempo.

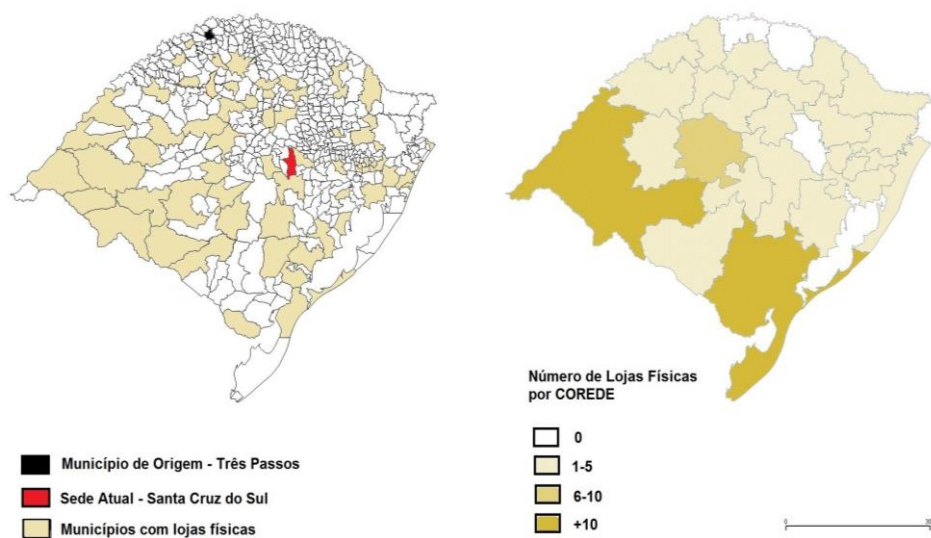
O fator de escolha de uma determinada localização é uma questão complexa, já que historicamente o desenvolvimento econômico e outros fatores como: a instalação dos meios de comunicação; o crescimento populacional; o crescimento das cidades e a indústria dos transportes são importantes e vantajosas considerações para a melhor alocação de empreendimentos (HARVEY, 2013). A importância para a propagação do capital e também das redes de varejo no mercado de casa e construção através de melhores fatores locais contribuíram para a escolha

de centros urbanos maiores (mercado consumidor), proximidade de instalação de infraestrutura de transportes (vencendo a distância para melhor circulação das mercadorias como, por exemplo, a utilização das rodovias) e a presença dos meios de comunicação informacionais (tomada de decisões das empresas).

Contudo, o sistema de logística se torna importante para a circulação de capital destas empresas. A inserção de tecnologia informatizada ajudou na tomada de decisão para a expansão destas redes, permitindo desvincular fisicamente de cada loja o seu poder administrativo, trazendo a este setor a administração em apenas uma sede. Com o controle do banco de dados, o setor administrativo pode controlar todo o sistema contábil, de vendas, das filiais, logístico e de suas mercadorias.

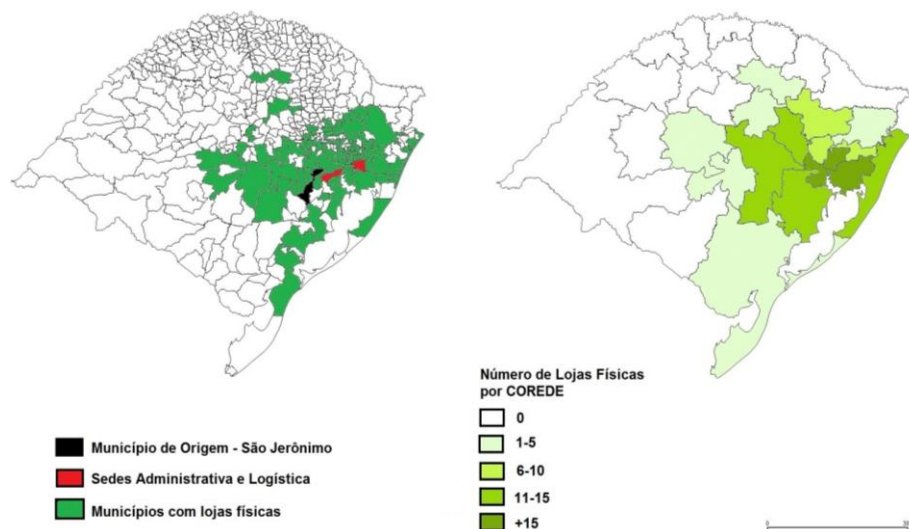
Esta modificação abriu oportunidades para a expansão destas marcas pelas diversas regiões do Rio Grande do Sul, as quais alocaram-se principalmente nas regiões mais urbanizadas e com maior poder de consumo (Região Metropolitana de Porto Alegre, Vale do Rio dos Sinos, Serra Gaúcha e Região Sul). Através das figuras 4 a 8 visualiza-se a espacialização atual (2017) destas cinco redes.

Figura 4 – Distribuição das Lojas DeltaSul pelo Rio Grande do Sul



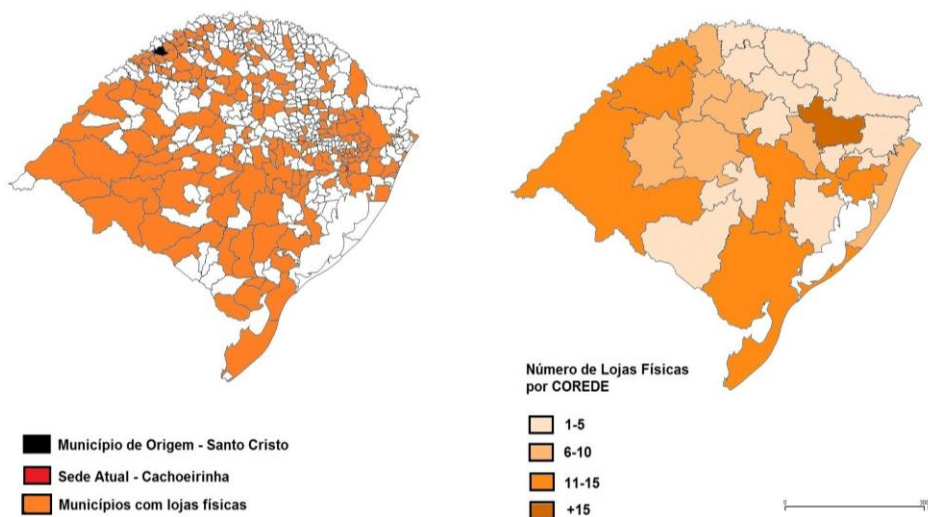
Fonte: <http://www.deltasul.com.br/nossas-lojas.ds>. Elaboração própria (2017).

Figura 5 – Distribuição das Lojas Lebes pelo Rio Grande do Sul



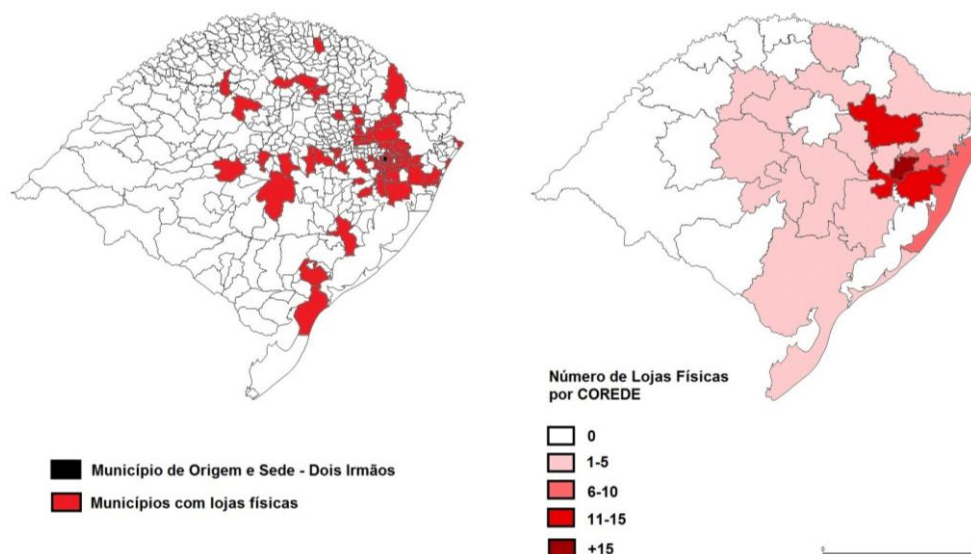
Fonte: <https://www.lebes.com.br/nossas-lojas>. Elaboração própria (2017).

Figura 6 – Distribuição das Lojas Quero-Quero pelo Rio Grande do Sul



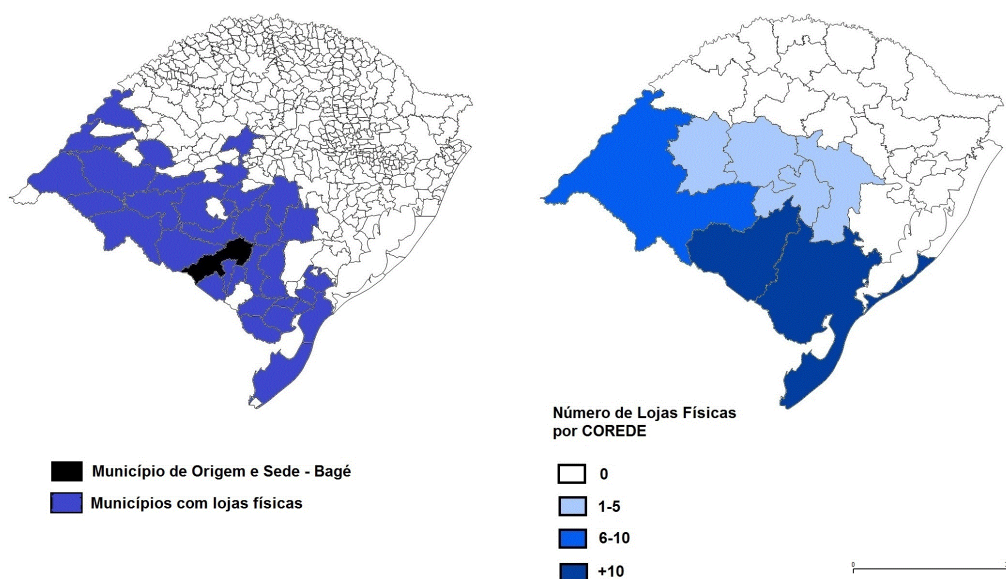
Fonte: <http://www.queroquero.com.br/nossas-lojas/regiao/444>. Elaboração própria (2017).

Figura 7 – Distribuição das Lojas TaQi/Grupo Herval pelo Rio Grande do Sul



Fonte: <https://www.taqi.com.br/especiais/institucional/nossas-lojas>. Elaboração própria (2017).

Figura 8 – Distribuição das Lojas Obino pelo Rio Grande do Sul



Fonte: <https://www.lojasobino.com.br/lojas/>. Elaboração própria (2017).

Analisando os mapas, percebe-se que três destas redes escolheram outras opções de município para estabelecerem a sede administrativa e até mesmo separando este setor do ramo logístico. A rede DeltaSul transferiu sua sede administrativa duas vezes: uma em 1988, para Ijuí, que segundo informações no *site* da loja, a mudança foi motivada através da estratégia de ampliar

seus negócios através da estabilização monetária do Plano Real nos anos seguintes. Já em 2001, a sede administrativa transfere-se para Santa Cruz do Sul (mais próxima da capital gaúcha), decisão tomada visando gerar melhor distribuição logística e redução de custos, de modo a facilitar a expansão para outros municípios e regiões.

As lojas Lebes, nos anos 2000, também adotou a transferência da sede administrativa para um novo estabelecimento mais próximo da capital gaúcha: em Eldorado do Sul e criou um parque informatizado e moderno para atender suas atividades logísticas, na cidade de Gravataí. Porém, mais tardiamente, a rede Quero-Quero também transferiu sua sede administrativa de Santo Cristo (Noroeste do Rio Grande do Sul) para Cachoeirinha (Região Metropolitana de Porto Alegre), em 2009.

As redes TaQi - do grupo Herval - com sede em Dois Irmãos (Vale do Rio dos Sinos) continuou em sua região. Contando nesta o seu maior número de filiais e ao mesmo tempo entre as cidades mais populosas do Rio Grande do Sul: o mercado da Região Metropolitana de Porto Alegre e a Serra Gaúcha. As lojas da rede Obino também mantiveram sua sede administrativa no município de Bagé (Campanha Gaúcha), com mais de 100.000 habitantes e próximos da região Sul, ao qual possui grande número de filiais que atendem a região de grandes cidades do Sul do Estado – Pelotas e Rio Grande.

O fator de escolha locacional através dos anos 2000 se estabeleceu através da atratividade de municípios com maior demanda ou de fácil instalação para menores custos e tempo de logística se comparados à antiga sede em pequenos. Assim, as lojas TaQi e Obino por estarem com suas sedes em municípios com melhor localização logística e grande mercado consumidor, continuaram mantendo suas sedes em seus municípios de origem.

A rede DeltaSul, que originalmente se lançou no Noroeste do Rio Grande do Sul e atualmente tem sua sede localizada no Vale do Rio Pardo, possui seu maior número de filiais na região Sul do Rio Grande do Sul; competindo com as Lojas Obino. Sendo estas últimas detentoras do mercado desta área, mostrando o quanto a concorrência é determinante no mercado comercial.

A concorrência impõe a cada capitalista individual, como leis coercitivas externas, as leis imanentes do modo de produção capitalista. Obriga-o a ampliar continuamente seu capital a fim de conservá-lo, e ele não pode ampliá-lo senão por meio da acumulação progressiva (MARX, 1988 p.667).

As redes Lebes e TaQi concentram o maior número de suas filiais nas regiões de originárias e também nos COREDEs adjacentes, que ao mesmo tempo possuem grande mercado consumidor: Região Metropolitana de Porto Alegre; Vale do Rio dos Sinos e Serra Gaúcha. No entanto, as lojas

Quero-Quero é a única rede presente nos 28 COREDEs do Rio Grande do Sul; estando com grande número de filiais em sua região de origem (Noroeste). Apesar disto, ela conta com muitas lojas nos COREDEs de grande concentração populacional no eixo Porto Alegre - Caxias do Sul e na região Sul: Pelotas - Rio Grande.

A AMPLIAÇÃO DO SETOR TERCIÁRIO E A INTRODUÇÃO DO PROGRAMA CARTÃO REFORMA (2017)

Atualmente (2017), de acordo com os levantamentos realizados são aproximadamente 10.000 funcionários colaboradores nestes estabelecimentos: atingindo o maior pico com as lojas Quero-Quero (3.000 funcionários) e a Lebes (2.800 funcionários). A geração de empregos através deste tipo de mercado do setor terciário possibilita a promessa de desenvolvimento econômico realocando pessoas no mercado de trabalho, gerando renda e fomentando a economia a partir da esfera do consumo.

Segundo Salles (1992), este explica que há uma relação de reciprocidade entre a tecnologia e sua importância relativa nos fatores de localização e das racionalidades das estratégias empresariais. Portanto, com as novas técnicas informatizadas o comércio dessas lojas também se diversificou; em alguns casos se agregou a oferta de serviços de seguros e em outros foi o sistema de crédito que fidelizou e atraiu mais clientes para o crescente consumo e procura destas redes do mercado de casa e construção.

Estas novas estratégias organizacionais no comércio fizeram com que se diversificasse e ampliasse, ao mesmo tempo, a atuação destas marcas. Este tipo de comércio lucrativo e racional aliado ao estímulo de competitividade para sobrevivência e valorização de suas marcas em seu ramo de atuação (PUJADAS; FONT, 1998, p.108) são demonstrações que a inovação tecnológica está presente também no setor terciário.

A criação de novos produtos e da redução de custos alimentando o processo de ampliação destas redes do local para o regional e com a instalação de sedes tecnológicas, tanto administrativas quanto logísticas, concomitantemente, fazem com que a tecnologia exerça papel fundamental para a competitividade e assim realocando as instalações produtivas destas empresas do setor terciário pelo espaço (DE NEGRI; KUBOTA, 2006 p.23). A importância da tecnologia no desenvolvimento do setor terciário, mostra-se evidente no mercado de casa e construção; que também se utiliza dos meios técnico-informacionais para atingir melhores resultados e ampliando suas marcas pelo espaço.

O mercado de casa e construção, tanto no Brasil quanto no Rio Grande do Sul, possui uma forte participação no setor terciário. De acordo com a ABF (Associação Brasileira de Franquias), em 2016, o setor de casa e construção presenciou o segundo maior aumento de abertura de unidades franqueadas no país.

Este setor envolve não só serviços e produtos para a construção de imóveis, mas também um amplo serviço destinado a itens de decoração, jardinagem, reparo e manutenção de casas e até mesmo de outros estabelecimentos - tanto comerciais e até industriais - somados também a oferta de produtos de linha branca: os eletrodomésticos. Na comparação de 2015 com o ano de 2016, o faturamento deste setor não apenas superou os mais de 1,7 bilhão de reais como também presenciou um aumento de 200 milhões de reais (11,7%) em vendas neste mesmo período (ABF, 2016).

Já no ano de 2017, com o intuito de gerar melhorias no déficit habitacional no Brasil e, ao mesmo tempo, estimular a economia gerando empregos no setor de construção civil e na área de serviços (principalmente no comércio de venda de materiais de construção); as cinco redes analisadas além de atuarem nesta linha de mercado estão participando do novo programa federal: o Cartão Reforma. Aptas a participar e repassar o benefício do cartão reforma aos beneficiários das cidades que irão ser atendidas pelo programa, a proposta do governo federal é dedicar aproximadamente uma verba de 500 milhões de reais para esta iniciativa.

Consequentemente, o intuito deste programa visa possibilitar estas grandes redes de varejo estimular o consumo e a economia local através do setor comercial e, por conseguinte, gerarem novos postos de emprego e renda para a população. Com isto, é uma grande oportunidade de crescimento para estas redes com a aquisição de participarem deste benefício. Se entendermos que o comércio, principalmente a venda em varejo, considerada uma atividade essencialmente urbana (ORTIGOZA, 2010 p.8) estas grandes redes irão se utilizar do programa também para seus negócios, já que traz demanda de clientes.

Com o passar do tempo se verificou a disseminação destas lojas para outros COREDEs, o que proporcionou a geração de empregos e a maior participação do setor terciário como propulsor da economia em nível regional e estadual. Beneficiando-se por este programa, estas redes poderão angariar demanda e lucro; assim, adicionalmente o investimento com maior geração de mais-valia e a consequente demanda poderá ocasionar maiores possibilidades de expansão através da abertura de filiais e geração de novos empregos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que as redes de varejo do mercado de casa e construção analisadas, iniciaram suas atividades em meados dos anos 1950, em pequenos municípios e através de um simples entreposto comercial de origem familiar. A crescente urbanização vivenciada em escala nacional e estadual, através da última metade do século XX, contribuiu com o aumento da demanda de produtos para o lar, decorrentes da nova classe média que se desenvolvia nos centros urbanos.

Somente nos anos 1990, a estabilização da moeda e os ajustes econômicos colocaram o Brasil no mercado neoliberal que se fortalecia em escala global. O comércio se adaptou utilizando-se de novas técnicas informatizadas e reorganizando-se administrativamente e logisticamente para sobreviver a intensa concorrência promovida pela maior flexibilização do capital. A adoção do sistema de crédito colaborou para o aumento de lucro e de clientes para estas redes ao longo dos anos 1990 e início dos anos 2000.

A distribuição em escala regional pelo Rio Grande do Sul e as novas sedes administrativas deste mercado, são consequências desta nova lógica do capital que utiliza da tecnologia para o melhor controle da distribuição e da tomada de decisões destas lojas. Assim, ampliar o número de filiais e administrá-las de um único ponto a qualquer tempo, tornou-se vantajosa à escolha das novas sedes administrativas e logísticas; optando por alocá-las nos maiores núcleos urbanos e de maior potencial de consumo.

Aliadas recentemente a um novo programa federal – o cartão reforma - que visa estimular a economia no setor da construção civil e do consumo de serviços que atendam este setor. A implantação do cartão reforma poderá auxiliar uma maior aquisição dos produtos ofertados, permitindo uma expansão deste mercado. Consequentemente é um fator que além de gerar maior demanda e lucro, futuramente, possibilitará um maior investimento na difusão de suas lojas; estimulando o avanço econômico do setor terciário.

Com a implantação de processos político-econômicos como o plano real, a maior flexibilização do capital nos últimos 30 anos e a adoção de políticas sociais como o cartão reforma não teríamos observado estas complexidades neste setor comercial e sua grande difusão em escala regional pelo Rio Grande do Sul. Assim, a difusão deste mercado em muitos núcleos urbanos em escalas regionais pode fortalecer o desenvolvimento econômico através do setor terciário, desde o consumo a até mesmo a geração de emprego e renda.

Todas estas evidências demonstram claramente a efetiva correlação da expansão do setor terciário com o processo de urbanização. Soma-se a adoção de políticas econômicas e sociais a

efetiva propagação das redes do mercado de casa e construção, que através do cartão reforma, poderá facilitar a criação de novas filiais e a então propagação destas redes, gerando maiores oportunidades de empregos; renda e lucro através do setor terciário em escala regional no Rio Grande do Sul.

REFERÊNCIAS

ALONSO, J. A. F. **O papel das atividades terciárias no desenvolvimento econômico.** In: ALONSO, J. A. F., MAMMARELLA, R., BARCELLOS, T. M. (Org.). Território, Economia e Sociedade – Transformações na Região Metropolitana de Porto Alegre. Parte 1. Pg. 15-51. Porto Alegre: FEE, 2009.

_____. **Mudanças estruturais e mobilidade espacial dos serviços na Região Metropolitana de Porto Alegre.** In: ALONSO, J. A. F., MAMMARELLA, R., BARCELLOS, T. M. (Org.). Território, Economia e Sociedade – Transformações na Região Metropolitana de Porto Alegre. Parte 1. Pg. 53-79. Porto Alegre: FEE, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). Disponível em:
<<https://www.abf.com.br/mercado-de-franquias-avanca-78-no-3o-tri-de-2017-indica-abf/>>
Acessado em: jul. de 2017.

BAUMOL, W. J. Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis. **The American Economic Review**, v.57, n.3, p.415-426, 1967.

BRASIL. **A Importância do Setor Terciário.** Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. 2017.

_____. **Lei Nº 13.439, de 27 de Abril de 2017.** Cria o Programa Cartão Reforma e dá outras providências.

CACHINHO, H.; SALGUEIRO, T. B. Os sistemas comerciais urbanos em tempos de turbulência: vulnerabilidades e níveis de resiliência. **Revista Finisterra**, nº 101. Lisboa, 2016.

CARDOSO, V. L.; ALMEIDA, E. Evolução e dinâmica espacial do setor de serviços e sua relação com o setor industrial. **Revista de História Econômica & Economia Regional Aplicada** – Vol. 8 Nº 15, 2013.

CARGNIN, A. P. **Políticas de desenvolvimento regional no Rio Grande do Sul: vestígios, marcas e repercussões territoriais.** UFRGS. 2011.

CARTÃO REFORMA. Disponível em: < <http://www.cartaoreforma.cidades.gov.br/>>. Acessado em: jul. de 2017.

_____. Disponível em: < <http://cartaoreforma.com/>>. Acessado em: jul. de 2017.

CONSELHOS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO SUL (COREDEs). Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em:

<<http://www.atlassocioeconomico.rs.gov.br/conselhos-regionais-de-desenvolvimento-coredes>>.

Acessado em: jul. de 2017.

DE NEGRI, J. A.; KUBOTA, L. C. **Estrutura e dinâmica do setor de serviços no Brasil**. Brasília: IPEA, 2006. 502 p.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores: PIB Municipal (Série histórica 2004-2014)**. Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/indicadores/pib-rs/municipal/serie-historica/>>. Acessado em: jul. de 2017.

GIAMBIAGI, F.; et.al. **Economia Brasileira Contemporânea (1945-2010)**. Elsevier. Rio de Janeiro, 2010.

HARVEY, D. **Os Limites do Capital**. São Paulo: Boitempo editorial, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acessado em: jul. de 2017.

LOJAS DELTASUL. Disponível em: <<http://www.deltasul.com.br/>>. Acessado em: jul. de 2017.

LOJAS LEBES. Disponível em: <<https://www.lebes.com.br/>>. Acessado em: jul. de 2017.

LOJAS OBINO. Disponível em: <<https://www.lojasobino.com.br/>>. Acessado em: jul. de 2017.

LOJAS QUERO-QUERO. Disponível em: <<http://www.queroquero.com.br/>> Acessado em: jul. de 2017.

LOJAS TAQI. Disponível em: <<https://www.taqi.com.br/>> Acessado em: jul. de 2017.

MARX, K. **O Capital**. Vol. 1. 3ª edição. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MESSA SILVA, A. et al. Economia de Serviços: uma revisão da literatura. **Textos para discussão**, n. 1173. IPEA, 2006.

MORANDI, L. Estoque de riqueza e a poupança do setor privado no Brasil – 1970/95. **Texto para discussão**, n 572. IPEA, 1998.

ORTIGOZA, S. A. G. **Paisagens do consumo: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 232 p.

PIORE, M. J.; SABEL, C. F. **The Second Industrial Divide. Possibilities for Prosperity**. 1984.

PUJADAS, R.; FONT, J. **Ordenación y planificación territorial**. Madrid. Editorial Síntesis, 1998.

REZENDE, F. Planejamento no Brasil: auge, declínio e caminhos para a reconstrução. In: CARDOSO JÚNIOR, J. C. (Org.). **A Reinvenção do Planejamento Governamental no Brasil**. Brasília, IPEA, Diálogos para o desenvolvimento, v. 4. 2011. p. 177-216.

RIO GRANDE DO SUL. **Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul**. Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão. Disponível em:
<<http://www.atlassocioeconomico.rs.gov.br/inicial>>. Acessado em: jul. de 2017.

SALLEZ, Al. Les Nouveaux territoires de l'entreprise. In: P.H.Derycke: **Espace et dynamiques territoriales**. Economica, Paris. 1992.

SANTOS, Milton. **Espaço e Sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1979.

Recebido em: 29/11/2017
Aceito em: 02/03/2018