



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS – CCEA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

UÊNIO CABRAL BRASILEIRO

**AS FORÇAS DE ATRAÇÃO E REPULSÃO NO DESENVOLVIMENTO
LOCAL: A INFLUÊNCIA DO ATACADÃO CARREFOUR EM
DETERMINADAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PATOS-PB**

**PATOS
2018**

UÊNIO CABRAL BRASILEIRO

**AS FORÇAS DE ATRAÇÃO E REPULSÃO NO DESENVOLVIMENTO
LOCAL: A INFLUÊNCIA DO ATACADÃO CARREFOUR EM
DETERMINADAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PATOS-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba UEPB/Campus VII, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Felipe César da Silva Brito

PATOS

2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

B117f Brasileiro, Uenio Cabral.

As forças de atração e repulsão no desenvolvimento local [manuscrito] : a influência do Atacadão Carrefour em certas empresas do comércio varejista de Patos-PB / Uenio Cabral Brasileiro. - 2018.

37 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2018.

"Orientação : Prof. Me. Felipe César da Silva Brito , Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Desenvolvimento regional. 2. Ambiente econômico. 3. Forças de atração. 4. Forças de repulsão. I. Título

21. ed. CDD 338.9

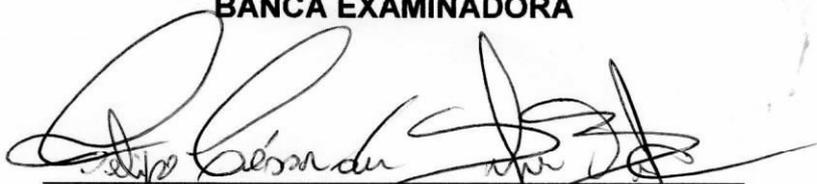
UÊNIO CABRAL BRASILEIRO

**AS FORÇAS DE ATRAÇÃO E REPULSÃO NO DESENVOLVIMENTO
LOCAL: A INFLUÊNCIA DO ATACADÃO CARREFOUR EM
DETERMINADAS EMPRESAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE PATOS-PB**

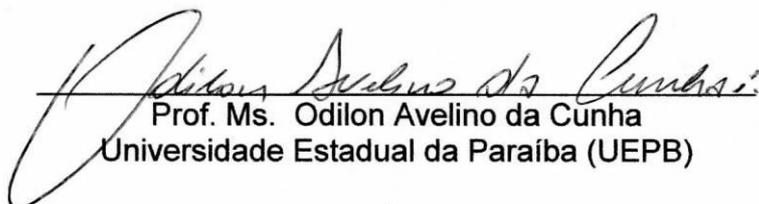
Trabalho de Conclusão do Curso
em Administração da Universidade
Estadual da Paraíba UEPB/Campus
VII, em cumprimento à exigência
para obtenção do título de
bacharelado em Administração.

Aprovada em: 27/11/2018.

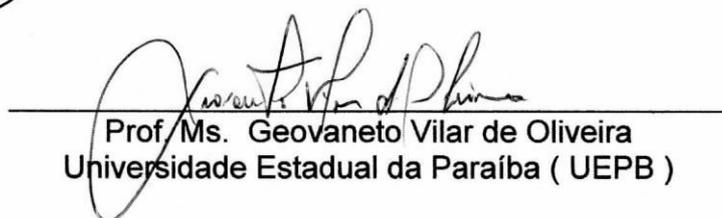
BANCA EXAMINADORA



Prof. Ms. Felipe César da Silva Brito (orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Ms. Odilon Avelino da Cunha
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Ms. Geovaneto Vilar de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

RESUMO

O desenvolvimento regional é entendido como um processo de crescimento econômico que gera excedentes para a economia local e atração de excedentes das outras economias de regiões adjacentes. Esta pesquisa justifica-se pela real necessidade em se esclarecer para a população e para os agentes econômicos acerca das reais forças proporcionadas pela implantação de uma rede de supermercado atacadista em um município com as características de Patos. Considerando a existência de forças de atração e repulsão causadas pela chegada da Rede Atacadão Carrefour no município de Patos e região, esta pesquisa possui o objetivo de avaliar estas forças no desenvolvimento local da região de Patos, estado da Paraíba, após sua implantação. Em termos metodológicos, este estudo desenvolveu-se por meio de uma proposta investigativa, caracterizando-se como um estudo empírico de campo, e exploratório, com uma abordagem quali-quantitativa. Os dados foram obtidos por meio de dois questionários semi – estruturados aplicados, respectivamente, aos responsáveis pela Associação Comercial de Patos, pelo SINTRACS e pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos, e aos responsáveis pela gerência de supermercados do município integrantes da Rede Gente Econômica e Rede Super Legal. Assim, constatou-se que o Atacadão Carrefour exerce, enquanto comércio motriz inserido em um espaço polarizado, forças de atração (geração de empregos) e forças de repulsão (demissões) no município de Patos e região.

Palavras-Chave: Desenvolvimento Regional. Espaço Polarizado. Forças de Atração. Forças de Repulsão.

ABSTRACT

Regional development is understood as a process of economic growth that generates surpluses for the local economy and attracts surpluses from the other economies of adjacent regions. This research is justified by the real need to clarify for the population and for the economic agents about the real forces provided by the implantation of a wholesale supermarket network in a municipality with the characteristics of Patos. Considering the existence of forces of attraction and repulsion caused by the arrival of the Atacadão Carrefour Network in the municipality of Patos and region, this research aims to evaluate these forces in the local development of the Patos region, state of Paraíba, after its implantation. In methodological terms, this study was developed through an investigative proposal, characterizing itself as an empirical field study, and exploratory, with a qualitative-quantitative approach. The data were obtained through two semi-structured questionnaires applied, respectively, to those responsible for the Commercial Association of Patos, SINTRACS and the Secretariat of Economic Development of the municipality of Patos, and those responsible for the management of supermarkets in the municipality that are members of Rede Gente Economic and Super Legal Network. Thus, it was found that Atacadão Carrefour exerts forces of attraction (generation of jobs) and forces of repulsion (layoffs) in the municipality of Patos and region, as driving trade inserted in a polarized space.

Keywords: Regional development. Polarized Space. Forces of Attraction. Repulsion Forces.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Dados do Bom Mais Supermercado e Supermercado Leandro. .. 29

SUMÁRIO

I. INTRODUÇÃO	08
2. REFERENCIAL TEÓRICO	09
2.1 BREVE CARACTERIZAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO	09
2.2 DESENVOLVIMENTO REGIONAL	12
2.3 ESPAÇO POLARIZADO	15
2.4 REDES ATACADISTAS NO BRASIL	17
3. METODOLOGIA	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA	20
4.1 ENTENDENDO O OBJETO DE ESTUDO	20
4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PATOS, SINTRACS E SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE PATOS)	21
4.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO (REDES DE SUPERMERCADO)	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
Apêndice A	34
Apêndice B	36

1. INTRODUÇÃO

Para o entendimento das dinâmicas regionais, muitos autores desenvolveram teorias com a proposta de demonstrar vantagens e desvantagens em um contexto de comparação dos espaços econômicos considerando os movimentos migratórios, instalações de empresas motrizes, localização das indústrias e espaços agrícolas entre outros. Estes expressam a importância e o vigor das dinâmicas do desenvolvimento regional.

Uma dessas teorias, a Teoria dos Pólos desenvolvida por François Perroux, defende que o crescimento não está em todos os lugares ao mesmo tempo, mas em regiões ou pólos de crescimento. Para que estes pólos cresçam há a necessidade de recursos naturais e humanos, e estes exercem uma atração para indústria seja em um contexto local, nacional ou internacional. Estes pólos também podem trazer mudanças estruturais em um contexto local (MARCHIORO, et al. 2014).

O comércio é considerado uma força motriz uma vez que pode proporcionar à região polarizada desenvolvimento por meio por exemplo da geração de empregos, além de impulsionar o desenvolvimento econômico da região em qual está inserido. Acrescentando, o comércio insere-se igualmente como a indústria dentro de um espaço polarizado. Isto é, exerce também forças centrífugas e centrípetas (CLEMENTE; HIGACHI, 2000).

Este estudo justifica-se pela real necessidade em se esclarecer para a população e para os agentes econômicos acerca das reais forças proporcionadas pela implantação de uma rede de grande porte em um município com as características de Patos, considerando em especial a variável econômica de emprego, assim como o desemprego.

Esta pesquisa também contribuirá para a comunidade acadêmica, subsidiando outros e mais abrangentes estudos que enfatizem o desenvolvimento regional, em específico para o município de Patos e região, considerando-se que esta cidade encontra-se em um contexto de espaço polarizado uma vez que envolvem a economia de vários outros municípios e estados.

No ano de 2017 muito se falou em demissões em outras empresas do comércio de Patos devido à dificuldade destas acompanharem, no que diz

respeito à competitividade, junto à rede atacadista implantada neste ano no município. Nesse sentido a pergunta que norteia este estudo consiste em entender “Quais as forças de atração e repulsão causadas após a chegada da rede de atacado no município de Patos e região?”.

Nesse sentido, é objetivo deste estudo avaliar as forças de atração e repulsão no desenvolvimento local da região de Patos após a implantação de uma rede de atacado. Quanto aos objetivos específicos, estes consistem: a) Caracterizar a relação entre desenvolvimento local e espaço polarizado b) Analisar dados econômicos quanto à geração de empregos diretos e o nível de desemprego no período de chegada desta rede ao município; c) Utilizar dados secundários e dados primários com o intuito de descrever as forças de atração e repulsão promovidas pela rede de atacado no município de Patos e região

O estudo estrutura-se da seguinte maneira: inicialmente desenvolveu-se uma contextualização teórica acerca de desenvolvimento regional, espaço polarizado, desterritorialização e sobre as redes atacadistas no Brasil como forma de fundamentar a discussão dos dados quantitativos. Em seguida, expõe-se a metodologia do estudo, e a exposição dos resultados e discussão dos mesmos. Por fim, seguem as considerações finais e as referências bibliográficas utilizadas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 BREVE CARACTERIZAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO

É primordial que inicialmente nesta fundamentação teórica faça-se uma caracterização acerca de desenvolvimento econômico visto que a partir desta caracterização, será possível discorrer acerca da temática que irá fundamentar este estudo.

Sendo assim, desenvolvimento econômico trata-se de um fenômeno histórico que se caracteriza pelo aumento sustentado da produtividade ou da renda por habitante, acompanhado por sistemático processo de acumulação de capital e incorporação de progresso técnico (BRESSER-PEREIRA, 2006).

O desenvolvimento é, portanto, um fenômeno relacionado com o surgimento das duas instituições fundamentais do sistema capitalista: o estado

e os mercados, e para que haja o desenvolvimento, é necessário que se promova o crescimento de renda dos habitantes, ou da produtividade.

Tendo a ciência de que este desenvolvimento fundamenta-se nos princípios da macroeconomia e de sua estabilidade como condição essencial, é importante que saibamos que existem inúmeros autores que conceituam desenvolvimento econômico.

Para François Perroux o crescimento e desenvolvimento econômico estavam intimamente ligados o surgimento de indústrias e pólos industriais. Essa teoria é comumente conhecida como Polarização ou Pólos de Crescimento (PERROUX, 1961).

A teoria dos Pólos de Crescimento foi desenvolvida no ano de 1955, onde François Perroux, por meio de uma observação da concentração industrial na França, percebeu que os pólos industriais podem surgir em torno de aglomerações urbanas, de pólos de distribuição de matéria prima e ao longo das passagens de fluxos comerciais (SOUZA, 2005)

Em outras palavras, Perroux observou a existência de uma indústria que consegue atrair outras empresas e concentrar capitais. Vieira (2017) acrescenta que essa polarização se tornará um pólo de desenvolvimento quando provocar transformações estruturais e expandir o produto e emprego onde se localiza.

Compreende-se que o conceito chave da Teoria dos Pólos de Perroux é o da indústria inserida em determinado território, e que esta teoria analisa a organização industrial e a economia regional, ou seja, o desenvolvimento econômico regional que será assunto do próximo tópico desta contextualização.

Interpreta-se que, o capital, assim como o desenvolvimento econômico, pode influenciar substancialmente o desenvolvimento regional por meio de uma força motriz propulsora industrial. Isto é, por meio de sua teoria, Perroux defende que a indústria é a maior motivadora do crescimento e desenvolvimento econômico, sendo então o pólo de desenvolvimento econômico a unidade econômica motriz.

A Teoria dos Pólos de Crescimento de Perroux considera que o crescimento não aparece em todas as regiões, territórios ou pólos ao mesmo tempo, e que o crescimento econômico por consequência não é dividido de maneira igualitária em todas as regiões (MARCHIORO, et al. 2014).

Note este apontamento de Perroux (1967, p.164) o qual confirma a afirmação de Marchioro, et al (2014), quando escreve que,

O crescimento não surge em toda parte ao mesmo tempo; manifesta-se com intensidades variáveis, em pontos ou pólos de crescimento; propaga-se, segundo vias diferentes e com efeitos finais variáveis, no conjunto da economia.

Algumas indústrias, no decorrer do processo de crescimento, destaca-se mais do que outras. À estas é designada a definição de Indústria Motriz. Perroux (1967, p.166) confirma ao escrever que há indústrias que “[...] mais cedo do que as outras, desenvolvem-se segundo formas que são as da grande indústria moderna”.

Estas indústrias motrizes, exercem ações específicas sobre outras indústrias e sobre a economia como um todo, pois seu lucro é função não apenas de seu volume de produção e de compra de serviços, mas também do volume de produção e compra de serviços de outra (LIMA; SIMÕES, 2009).

Machioro; Guber; Guber (2014) apontam que não só por indústrias motrizes é caracterizada a Teoria dos Pólos. O comércio, isto é, empresas, que podem exercer força motivadora do crescimento e desenvolvimento econômico, são também um pólo de desenvolvimento econômico, uma unidade econômica motriz.

O comércio enquanto força motriz proporcionará à região polarizada desenvolvimento por meio por exemplo da geração de empregos, além de impulsionar o desenvolvimento econômico da região em qual está inserido. Acrescentando, o comércio insere-se igualmente como a indústria dentro de um espaço polarizado. Isto é, exerce também forças centrífugas¹ e centrípetas². Ao ser inserido em um território apresentara características econômicas, sociais e políticas que influenciaram o desenvolvimento regional. De uma forma geral, o comércio motriz influenciará o comportamento de outros comércio. Esta influência poderá ser positiva ou negativa. Poderão ser criados cenários favoráveis de aumento e fortalecimento da renda e do consumo, desencadeando na expansão comercial e na aceleração do processo ocupacional da região, promovendo de forma automática, o crescimento e desenvolvimento econômico da região (CLEMENTE; HIGACHI, 2000).

¹ Forças de repulsão

² Forças de atração

Clemente; Higachi (2000) acrescentam que o comércio motriz produzirá então um efeito encadeamento em torno de si. Em outras palavras, um comércio motriz gera a necessidade de uma conexão de outros comércios em torno de si.

Lima; Simões (2009) ainda destacam que a implantação de um pólo de desenvolvimento provoca uma série de desequilíbrios econômicos e sociais, pois distribui salários e rendimentos adicionais sem aumentar necessariamente a produção local de bens de consumo, transfere mão-de-obra sem necessariamente conferir-lhe um novo enquadramento social, concentra o investimento e a inovação sem necessariamente alargar a vantagem de outros locais, nos quais o desenvolvimento pode ser retardado.

Assim sendo, com base no exposto, apreende-se que o desenvolvimento econômico é um processo complexo e que este varia conforme as potencialidades de cada local, isto é, de cada espaço polarizado.

Feitos estes apontamentos, podemos agora contextualizar o desenvolvimento regional, visto que este é resultante do crescimento econômico de um local, e conforme o objetivo deste estudo, de avaliar as forças de atração e repulsão no desenvolvimento regional.

2.2 DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Entender desenvolvimento regional nos remete a entender o contexto de vislumbrar a participação da sociedade no planejamento contínuo ao que diz respeito à ocupação do espaço e distribuição dos recursos provenientes do processo de crescimento.

Segundo Amaral Filho (2001) o conceito de desenvolvimento regional pode ser considerado um processo de crescimento econômico que influencia em uma aplicação contínua na capacidade de agregar valor e a capacidade de absorção de uma região. Assim, o desenvolvimento regional enquanto processo de crescimento econômico gera excedentes para a economia local e atração de excedentes das outras economias de regiões adjacentes.

Autores como Amaral Filho (1999) e Sengemberger; Pike (1999) consideram que o desenvolvimento regional enquanto promotor do crescimento econômico de uma região por meio da conciliação de valores entre produção e absorção local define este tipo de desenvolvimento regional como endógeno.

Sengemberger; Pike (1999) observam que esse tipo de desenvolvimento busca promover um compromisso das iniciativas empresariais com o desenvolvimento local, criando uma identidade regional econômica, política e cultural. Barquero (1995) distingue duas dimensões no desenvolvimento regional endógeno. Uma primeira econômica, na qual a sociedade empresarial local utiliza sua capacidade para organizar, da forma mais produtora possível, os fatores produtivos da região, e uma segunda, a sociocultural, onde os valores e as instituições locais servem de base para o desenvolvimento da região. Nas palavras do autor,

Dado o caráter não substituível da capacidade empresarial e das inovações no crescimento econômico, o processo de desenvolvimento somente pode ser possível em um entorno sociocultural que premie o espírito empreendedor, confie nos valores e nas energias locais, valorize positivamente a mudança, estimule a concorrência e aceite o risco. De qualquer forma, o desenvolvimento necessita criar seu próprio ambiente cultural, seja de forma espontânea, seja induzida, a partir da atuação dos agentes públicos e/ou privados (BARQUERO, 199, p. 234).

Em outras palavras, o desenvolvimento regional provoca transformações estruturais e possibilita a expansão do produto e emprego no meio em que está inserido, isto é, no pólo onde se localiza. Silva; Oliveira; Araújo (2012, p. 01) contribuem ao escreverem que “O conceito de desenvolvimento regional decorre da ênfase dada às dinâmicas locais”, e esta dinâmica local leva em conta a elevação da produção.

Isto é, o caráter endógeno do desenvolvimento não quer dizer que este modelo é autocentrado na própria região ou no local, com tendências ao isolamento e ao fechamento. Ao contrário, o desenvolvimento endógeno deve ser entendido como um processo de transformação, fortalecimento e qualificação das estruturas internas da região, isto é, da região polarizada.

Esclarecendo ainda mais, compreende-se que, do ponto de vista regional, o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo interno de ampliação contínua da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção da região, cujo desdobramento é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes provenientes de outras regiões.

De acordo com Oliveira; Lima (2003) o desenvolvimento regional pode ser considerado um paradigma, pois ao mesmo tempo em que fundamenta-se em um crescimento econômico, também fundamenta-se no desenvolvimento pleno

humano e da sociedade. Amaral Filho (2001) complementa ao apontar que desenvolvimento regional enfrenta mais um paradigma: o fato do Estado estar norteando-se nos resultados dos processos das dinâmicas econômicas – sociais.

O desenvolvimento regional inclui fatores relacionados ao campo da cultura e esta é definida em âmbito institucional e social e, caracteriza-se por contribuir para o desenvolvimento regional de forma única em cada região (SILVA, OLIVEIRA; ARAUJO, 2012). Ainda, pode-se apontar que, as unidades motrizes, ou seja as indústrias motrizes tais quais Perroux apontou, serão propulsoras e indutoras de transformações da estrutura regional e local, provocando o aparecimento de novas atividades dinamicamente complementares às próprias ou outras atividades da região especificamente urbanas (KLEIN; LIMA, 2016).

Continuando, o Estado possui forte influência no desenvolvimento regional. A lógica nos mostra que quanto maior o investimento, maiores serão as disponibilidades de recursos para o município se desenvolver economicamente (LIMA, 2006).

Lima; Simões (2009) assinalam que na década de 1950, no Brasil, observou-se fundas alterações nos modelos de atuação do Estado e, conseqüentemente, na formulação e na aplicação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento regional. No país assim como em diversas partes do mundo, foram elaboradas políticas baseadas na aplicação da teoria dos pólos de crescimento para solucionar os problemas relacionados às disparidades intra e inter-regionais oriundas no processo de desenvolvimento econômico, dada sua repercussão no espaço geográfico e sua idéia abrangente de desenvolvimento.

No mais, o que percebe é que desde a década de 1950 até os dias atuais, o que se percebe é que a Teoria de Desenvolvimento Econômico de Perroux, ou como é mais conhecida, a Teoria dos Pólos de Crescimento, vem fundamentando os caminhos que se pretendia e que ainda se pretende acerca da expansão da economia brasileira, repercutindo de forma destacável no planejamento regional e nas políticas econômicas adotadas no país mesmo que para autores como Amara Filho (1999) esta teoria tenha sido desenvolvida com o propósito resolutivo para crise do pós guerra de 1950.

Diante do exposto, é pertinente o desenvolvimento de uma contextualização acerca de espaço polarizado enquanto espaço econômico.

2.3 ESPAÇO POLARIZADO

Sabe-se que os espaços econômicos são um conjunto de relações econômicas que definem um objeto de interesse na Economia, e levando em consideração aos aspectos de formação e os diversos conceitos que definem um espaço econômico. Lima (2003) aponta que estes espaços definem-se em espaços de planejamento, espaços polarizados e espaços homogêneos.

Reafirma-se o que Lima (2003) expõe, de acordo com a classificação clássica dos espaços econômicos formulada por Boudeville (1972), o qual defende que o espaço econômico envolve três noções: o espaço homogêneo, o espaço polarizado e o espaço de planejamento.

Assim como Perroux (1967), Clemente; Higachi (2000) consideram que os espaços econômicos são abstratos e constituídos por relações de natureza econômica, e que estes espaços são divididos em três conceitos conforme defendido por Boudeville (1972).

Clemente; Higachi (2000) reafirma os três conceitos de espaços econômicos defendidos por Boudeville (1972), e determinam que os espaços econômicos possuem três diferentes conceitos: espaço de planejamento; espaço polarizado e espaço homogêneo

Em conformidade com Marchioro (2014), espaço polarizado é caracterizado pela existência de um campo de força que é detentor de forças de atração (centrípetas) e forças de repulsão (centrífugas). Estas forças surgem devido à concentração de pessoas e indústrias que fomentem a produção. Esta relação de forças age atraindo e/ou expulsando elementos econômicos, delimitando assim zonas de influências econômicas.

Clemente; Higachi (2000) já haviam defendido a teoria de que um espaço polarizado é um campo de forças de atração e repulsão. Neste campo de forças, a indústria e o comércio, por exemplo, exercem as forças de atração sobre o mercado de trabalho e empresas fornecedoras, ao mesmo tempo que exerce forças de repulsão sobre concorrentes.

Com base na leitura da classificação de espaços econômicos de Boudeville (1972), entende-se que espaço polarizado é baseado na Teoria dos Pólos defendida por Perroux³, e sabendo que a noção de pólo está ligada à

³ Perroux (1982) conceitua o espaço econômico em duas perspectivas: inicialmente, examinando e descrevendo o relacionamento e a distribuição das atividades econômicas no espaço

noção de dependência, de concentração e de existência de um centro composto por vários espaços que gravitam, se relacionam e influenciam-se entre si economicamente, percebe-se então que o espaço polarizado é heterógeno, onde vários pólos com diferentes características se relacionam e tem papéis específicos no espaço, na divisão social do trabalho como na produção de bens e serviços.

Ainda com bases na compreensão da teoria de Boudeville (1972) sobre espaços econômicos, enfatiza-se que há uma região, ou seja em um pólo, há o pólo dominante, sua periferia e os pólos de outras regiões, e isto constitui a tendência à polarização.

Percebe-se que o espaço polarizado é então um campo de forças, conforme Marchioro (2014) defende, havendo então, um intercâmbios entre os espaços homogêneos, ou seja, consistem em centros (pólos ou nó) dos quais emanam forças centrípetas (de atração) e centrífugas (de repulsão).

Lima (2003) contribui apontando que os espaços polarizados podem ser de crescimento ou de desenvolvimento. Os pólos de desenvolvimento são aqueles que conduzem a modificações estruturais e que abrangem toda a população da região polarizada. Já o pólo de crescimento corresponde a certos pólos que, mesmo motivando o crescimento do produto e da renda, não provocam transformações significativas das estruturas regionais.

Com base na contextualização teórica realizada sobre espaços polarizados, pode-se compreender que o espaço ou região polarizada trata-se de um lugar onde há intercâmbio de bens e serviços, do qual a intensidade de intercâmbio interior é superior, em cada um de seus pontos definidos, à intensidade exterior. E que estes espaços podem ser de crescimento ou de desenvolvimento.

Sendo assim, com base nos objetivos explícitos neste estudo, é pertinente agora darmos continuidade à fundamentação teórica deste estudo analisando as redes atacadistas no Brasil.

geográfico, atividades que podem ser localizadas através de suas coordenadas ou mapeamento; posteriormente, analisando o espaço econômico que corresponde a relações conceituais mais amplas, por exemplo, uma empresa ou indústria, ou um grupo delas, pode localiza sua produção em uma determinada área, porém seu mercado de insumos, ou de produto, pode estar localizada dentro ou fora do mesmo espaço geográfico (LIMA, 2003).

2.4 REDES ATACADISTAS NO BRASIL

O comércio atacadista no Brasil oferta produtos ao mesmo tempo em que intermedia uma relação entre o produtor e o varejista. Isto é, de acordo com Barros (1999) o comércio atacadista é uma modalidade de comércio que realiza a interface entre a indústria e o varejo, mais precisamente entre a indústria e o varejo independente. O autor ainda aponta que há três modalidades de comércio atacadista: o atacado distribuidor, o de autosserviço e o atacado de balcão.

A Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD) classificam os formatos de atuação no Brasil como: o atacado; o distribuidor; operador de vendas; operador logístico e operador de compras. Conforme a ABAD, a definição de atacado condiz com um agente de distribuição que compra e vende produtos de fornecedores da indústria, com os quais não possui vínculo (formal ou informal) de exclusividade de produtos e/ou de território (ABAD, 2011).

Ressaltando o tipo de comércio atacadista auto- serviço, esclarece-se que este é uma forma de venda pela qual se disponibiliza uma liberdade de escolha do cliente, o qual pega seu produto ou item desejado, e paga por ele. Geralmente os produtos são mais baratos devido ao baixo custo desta relação comercial (Da SILVA, 1990; BARROS, 1999).

No Brasil, nos últimos anos vem se difundido um novo tipo de comércio atacadista que permite a compra de poucas quantidades, isto é, a compra de produtos em unidade igual ao comércio varejista. Estes são conhecidos como atacarejos. Minadeo; Camargos (2009, p.297) comentam que “[...] apesar de se intitulem atacadistas, essas lojas visam o público formado pelas pessoas físicas”.

No ano de 2016 o setor de atacarejo ou atacado de *cash and carry* registou um crescimento na ordem de três vezes mais do que os supermercados no Brasil. Neste mesmo ano foram contabilizados 89,3mil lojas e 1,822 milhões de empregos diretos. Já no ano de 2017, atacarejo, segundo a Euromonitor Internacional, cresceu 11% no Brasil e movimentou R\$ 48,4 bilhões em vendas para o consumidor final.

Fonseca (2005) aponta que uma das características do atacarejo é a oferta de mercadorias limitadas mas de preço baixo, para usuários e proprietários de pequenos comércios. As lojas possuem design simples e toda a estrutura afunila para a redução de custos.

A combinação do modelo auto – serviço com o atacarejo já é usado por grandes bandeiras. Dentre uma delas, o Carrefour, por meio do Atacadão Auto Serviço considerado, com R\$ 26 bilhões em vendas (receita bruta) no ano de 2015, a maior rede de comércio atacarejo auto serviço do país (O NEGÓCIO DO VAREJO, 2016).

De acordo com seu Estatuto Social, é objetivo da Rede Atacadão Auto Serviço a “distribuição, comércio atacadista e varejista, industrialização, importação e exportação de artigos, materiais, produtos e/ou mercadorias em geral, primários e industrializados”.

Esta rede possui 24 lojas na região Nordeste, contemplando estados como Rio Grande do Norte, Alagoas, Sergipe, Ceará, Paraíba e outros. No estado da Paraíba a rede possui 5 unidades, sendo duas localizadas na cidade de João Pessoa, uma na cidade de Campina Grande, uma em Santa Rita e uma em Patos (ATACADÃO, 2018).

3. METODOLOGIA

Para atender ao objetivo geral e responder a questão deste estudo, foi determinada uma proposta investigativa, e caracterizando-se como um estudo empírico de campo, e exploratório, com uma abordagem quali-quantitativo.

Para Gil (2007) a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Já a pesquisa de campo é caracterizada por Fonseca (2002) como um tipo de investigação em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza a coleta de dados junto a pessoas, utilizando para diferentes recursos de pesquisa.

Quanto à abordagem, este estudo desenvolveu a combinação dos métodos qualitativos e quantitativos, aonde a primeira abordagem se aprofundou na compreensão de dados sem representatividade numérica, e a segunda quantificou os dados coletados através de um tratamento estatístico. Minayo et al., (2005) considera que a combinação desses métodos uma triangulação metodológica, objetivando contribuir no aumento do conhecimento sobre um determinado tema, possibilitando assim o alcance dos objetivos traçados e compreender a realidade estudada. Portando essa interação metodológica

concedeu uma melhor construção, uma melhor argumentação e, por conseguinte uma melhor compreensão acerca do tema abordado.

O estudo foi realizado em duas etapas, de acordo com os objetivos específicos: a) Primeira etapa: aplicação de um questionário semi – estruturado (Apêndice A) aos representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS (Sindicato dos Trabalhadores do Comércio e Serviço de Patos) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos; b) Segunda etapa: aplicação de um questionário semi – estruturado (Apêndice B) aos responsáveis por duas empresas de comércio varejista da área de supermercado do município de Patos. As empresas foram: Supermercado Leandro (Rede Gente Econômica) e Bom Mais Supermercado (Rede Super Legal).

A amostra do estudo foi escolhida em conformidade com os objetivos, visto que para analisar a economia local seria necessário uma entrevista aplicada aos agentes atuantes nas associações comerciais, sindicatos de trabalhadores e da secretaria municipal de desenvolvimento econômico do município de Patos, enquanto que para analisar as forças de atração e repulsão seria necessário analisar aqueles os quais foram afetados pela implantação de uma rede atacadista – varejista no município. A escolha dos comércios de supermercado varejista fundamentou-se na estabilidade econômica e na consolidação que estes tem no comércio de Patos. Os dois objetos de estudos estão atuando no comércio varejista de supermercados do município de Patos a 28 (vinte e oito) anos.

A análise dos dados procedeu-se de acordo com o que preconiza Bardin (2009), em um passo a passo de um conjunto de técnicas de análise, utilizando para isso procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos. Portanto a análise dos dados deste estudo foi dividida nas seguintes etapas, ainda de acordo com a autora, em: Pré Análise, onde o material do estudo será analisado e organizado sob o propósito de tornar o estudo sistematizado e organizado; Exploração do Material; e por fim o Tratamento dos Resultados.

O tratamento dos resultados procedeu-se por meio da explicitação dos dados quantitativos, que aconteceu por meio de gráficos relacionados com a descrição destes. Para Tripoldi et al., (1981, p. 48) a correlação das técnicas estatísticas com a descritiva possibilita a “verificação de hipóteses e a descrição de relações quantitativas entre variáveis especificadas”.

Já os dados qualitativos foram tratados através de análise de conteúdo, conforme preconizado por Bardin (2009) que afirma que o processamento de dados se dará através de um conjunto de técnicas de análise que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de análise e descrição do conteúdo, utilizando para isso a intuição, a análise reflexiva e a crítica, sob o propósito de enriquecer a compreensão dos dados coletados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 ENTENDENDO O OBJETO DE ESTUDO

A cidade de Patos é a quinta economia municipal do Estado da Paraíba, com o dinamismo econômico traduzido pelo comércio, sendo um importante pólo distribuidor de bens e serviços para outros municípios do Sertão paraibano e dos Estados de Pernambuco e Rio grande do Norte.

De acordo com o último censo demográfico o IBGE, o município de Patos possui uma população de 100.674 habitantes, com uma população estimada para 106.984 habitantes para o ano de 2018 (IBGE, 2010).

Em 2016, o salário médio mensal era de 2.0 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 15.3%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 11 de 223 e 13 de 223, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 1807 de 5570 e 1972 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 41.7% da população nessas condições. O PIB per capita no ano de 2015, ano onde se realizou a última análise, concentrava-se em R\$ 13.709,92 (IBGE 2016; IBGE, 2015).

Há no município diversas redes varejistas de supermercados. Podemos citar como exemplo, a Rede Econômica e a Rede Super Legal. O Supermercado Leandro e o Bom Mais Supermercado, objetos de estudo desta pesquisa, são empresas do comércio varejista de supermercados pertencentes respectivamente à Rede Gente Econômica e à Rede Super Legal, e estão consolidados no município de Patos há 28 (vinte e oito) anos e há 20 (vinte anos), respectivamente.

De acordo com dados recolhidos juntos aos representantes do Bom Mais Supermercado e Supermercado Leandro, a Rede Gente Econômica surgiu a partir da fusão de duas redes, a Rede Dagente e Rede Econômica, com o propósito de melhoria nos preços dos produtos ofertados, de uma maneira geral, à população de Patos e regiões adjacentes. Já a Rede Super Legal é uma associação sem fins lucrativos que vem com o intuito de agregar valor e modernidade no comércio varejista da Paraíba resultando em excelência nos serviços e produtos oferecidos em nossas lojas associadas.

No município, no ano de 2017 mais precisamente no mês de julho, inaugurou-se um Atacadão Auto Serviço no município de Patos. O Atacadão Auto Serviço é do grupo Carrefour, e ocupa hoje uma posição de destaque no cenário nacional como a maior rede atacadista do Brasil, estando entre as melhores empresas do seu segmento no país. Uma rede com 161 Lojas de Autosserviço e 25 Atacados de Distribuição, todas as unidades estrategicamente localizada (ATACADÃO, 2018).

A unidade Atacadão Auto Serviço no município de Patos possui uma área de 7.000m² e 406 vagas de estacionamento, e chegou ao município com o propósito de atender proprietários de bares, restaurantes e outros, além do consumidor final, dispondo assim de um tipo de comer atacarejo para o município e região. Esta rede localiza-se na. BR 230 KM 334, bairro das Sete Casas e gerou inicialmente 300 empregos diretos (PATOS ONLINE, 2017).

Com a finalidade de se compreender a economia local, elaborou-se um questionário semiestruturado (Apêndice A) e aplicou-se este aos representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS (Sindicato dos Trabalhadores do Comércio e Serviço de Patos) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos.

4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PATOS, SINTRACS E SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE PATOS)

Aos entrevistados do estudo, pediu-se o que os mesmos apontassem sobre suas considerações acerca do desenvolvimento regional do município de Patos e região com a vinda de uma rede atacadista ao município. Os representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS e da

Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos responderam que esta rede trouxe um desenvolvimento regional positivo. Ainda pediu-se que os mesmos justificassem sua resposta. Segue a transcrição da justificativa dos entrevistados.

“Gerou empregos diretos e indiretos. Aumentou o fluxo de clientes em nosso comércio” (representante do SINTRACS);

“Gerou emprego e renda. Aconteceu na época da inauguração a contratação de 250 funcionários para diversos cargos. Gerou também uma demanda estimada de mais 250 empregos informais [...]” (representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos);

“Trouxe mais visibilidade econômica. Atraiu mais consumidores e gerou mais empregos e renda” (representante da Associação Comercial de Patos).

Ressalta-se que os dados apresentados pelos participantes do estudo não possuem critérios científicos que respaldam tais afirmações. No entanto, seguindo um método dedutivo de análise, pode-se, mesmo que vagamente, considerar que com a chegada de uma rede supermercado atacadista na área de comércio, ocorreu um desenvolvimento regional do município de Patos corroborando assim com o que defende Clemente; Higachi (2000) sobre comércio enquanto força motriz em um espaço polarizado, proporcionando desenvolvimento por meio, por exemplo, da geração de empregos, além de impulsionar o desenvolvimento econômico da região em qual está inserido.

Quando questionados acerca das informações sobre os dados de empregos diretos e indiretos criados nos últimos 12 (doze) meses com a chegada da rede atacadista no município. Os representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos afirmaram não possuírem dados de tal informação apontando apenas que sim, que houve aumento de empregos e aquecimento da economia local.

Diante desta limitação, optou-se por coletar estes dados por meio do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), registro administrativo do Ministério do Trabalho e Previdência Social que mede a

quantidade de admissões e demissões de funcionários em regime CLT, a fim de enriquecer esta discussão (CAGED, 2018).

Por meio do CAGED (2017) foi possível obter os seguintes dados: de Janeiro à Dezembro do ano de 2017 houveram 3.115 admissões e 2.725 demissões. Isto nos mostra um saldo positivo de 390 empregos.

Este saldo positivo não pode ser analisado com o propósito de compreender se este se relaciona com a chegada da empresa atacadista no município no ano de 2017, visto que os dados fornecidos pelo CAGED não informam a área de geração de empregos.

Neste sentido, os dados obtidos por meio do CAGED, mesmo que positivos, não permitem elucidar que o desenvolvimento regional do município de Patos foi motivado pela rede atacadista instalada no município do ano de 2017. No entanto, pode-se deduzir que no período de implantação da rede houveram forças de atração, podendo ser então esta rede uma ferramenta de promoção do desenvolvimento, uma vez que pode ser vista como um comércio motriz conforme defende Clemente; Hihachi (2000) e como um espaço polarizado que detém, neste caso em específico, de geração de empregos conforme aponta Marchioro (2014).

Em seguida, questionou-se aos entrevistados sobre quais setores de atividade econômica do município de Patos, registraram aumento de empregos no último semestre. Segue a respostas obtidas,

“Frigoríficos, têxtil; calçados” (representante da Associação Comercial de Patos).

“Comércio varejista (supermercado) com a chegada do Atacadão e do Hiper Queiroz” (representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos);

“Frigoríficos; supermercadistas (varejo); calçados e confecções; restaurantes; logística” (representante do SINTRACS).

Nota-se que apenas o representante do SINTRACS apontou os supermercados dentre as atividades econômicas que registraram aumento de empregos no último semestre. Clemente; Higachi (2000) e Amaral Filho (2001) comentam acerca disso, quando colocamos a rede atacadista analisada inserida em um espaço polarizado, esta pode desenvolver forças de atração, por exemplo, sobre o mercado de trabalho. Assim o desenvolvimento regional,

enquanto processo de crescimento econômico, gera excedentes para a economia local e atração de excedentes das outras economias de regiões adjacentes

Novamente quando questionados sobre a ocorrência de aumento das taxas de desemprego no município com a chegada da Rede Atacadão Carrefour, os entrevistados ausentaram-se de suas respostas. Os dados, conforme já exposto nesta discussão foram coletados por meio do CAGED, e constatou-se que nos últimos 12 (doze) meses não houveram demissões, e sim admissões.

Também considerou-se pertinente analisar as taxas de emprego e desemprego dos últimos 6 meses. Sendo assim, também por meio do CAGED (2018), constatou-se que no primeiro semestre do ano de 2018 houveram 322 admissões e 248 demissões, isto é, houveram mais admissões do que demissões.

Novamente constata-se que a rede Atacadão Carrefour enquanto comércio motriz, inseriu-se em um território polarizado, e contribuiu positivamente com o desenvolvimento regional do município, gerando empregos e desenvolvimento econômico. Desta forma, esta rede pode ser entendida como um pólo de desenvolvimento, visto que de acordo com Lima (2003) e Viera (2017) estes pólos conduzem modificações estruturais e que abrangem toda a população da região polarizada, provocando transformações estruturais e expandindo o emprego onde se localiza

Indagou-se aos entrevistados sobre quais seriam as contribuições derivadas da implantação de uma rede atacadista no município de Patos. Os mesmos responderam que,

“A chegada de uma empresa multinacional trouxe mais visibilidade para o comércio local e atraiu novos investimentos” (representante da Associação Comercial de Patos);

“O aumento do fluxo de consumidores no comércio local: isso faz com que aqueça também outros setores como confecções, calçados e restaurantes” (representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos);

“Geração de empregos formais; aumentou o número de famílias beneficiadas; gerou maior circulação de crédito contribuindo para um maior consumo” (representante do SINTRACS).

Os dados acima expostos foram fornecidos pelos participantes da entrevista. Ressalta-se que os mesmos apenas apresentaram informações dedutivas, as quais não possuem uma premissa fundamentada cientificamente que comprove tais afirmações. Acredita-se que estas informações disponibilizadas pelos participantes foram respaldadas no fato de Patos ser uma cidade que movimenta a economia, incluindo regiões adjacentes, no que diz respeito ao comércio.

Essas respostas nos mostram que, de acordo com os participantes da pesquisa, a rede atacadista implantada no ano de 2017 parece ter aquecido a economia local, isto é, provocou o desenvolvimento econômico de Patos e região, corroborando assim com que defende Bresser-Pereira (2006) sobre desenvolvimento econômico enquanto fenômeno que é sustentado pelo aumento da produtividade e por consequência aumento da renda da população.

Nota-se na parte “[...] atraiu novos investimentos” da resposta do representante da Associação Comercial de Patos que a rede Atacadão Carrefour é um pólo de desenvolvimento, e assim sendo, consegue atrair outras empresas e concentrar capitais conforme defende Perroux (1961) na sua Teoria dos Pólos e Clemente; Higachi (2000) quando fala do comércio enquanto força motriz para uma localidade ou região.

Quando questionados acerca da expectativa de desenvolvimento regional para o município de Patos para os próximos 12 (doze) meses, os três entrevistados apontaram que há a expectativa de grandes empresas instalarem-se no município, como as Casas Bahia e o Shopping Patos previsto para ser inaugurado em abril do ano de 2019. Algumas já estão em processo de instalação, outras ainda em fase de desenvolvimento, mas que esta expectativa promete a geração de empregos. Essas informações nos permite discutir o desenvolvimento regional sob a ótica de Amaral Filho (2001), o qual considera o desenvolvimento regional como um processo de crescimento econômico que influencia em uma aplicação contínua na capacidade de agregar valor e a capacidade de absorção de uma região. Assim, o desenvolvimento regional enquanto processo de crescimento econômico gera excedentes para a economia local e atração de excedentes das outras economias de regiões adjacentes

Além de idealizar o desenvolvimento econômico com a instalação de novas empresas, de novos investimentos no município, provocará por

consequência a geração de empregos. Sendo assim, o desenvolvimento regional fundamenta-se ao mesmo tempo, conforme aponta Oliveira; Lima (2003), no crescimento econômico e no desenvolvimento pleno e humano da sociedade.

Afim de confirmar a indagação acima feita, questionou-se por fim quais seriam as novas indústrias ou comércios considerados motrizes para o desenvolvimento econômico do município. Os entrevistados então apontaram como sendo o Shopping Patos, empreendimento que pretende, por meio de suas 165 lojas, gerar 1500 empregos diretos (estimado pelo número de lojas) e a expectativa de 1500 empregos indiretos, dado este informado pelos entrevistados mas sem uma fundamentação (banco de dados, pesquisas, etc) que traga veracidade. Os entrevistados ainda apontaram as Casas Bahia, e vagamente que haviam muitas empresas interessadas em instalar-se no município de Patos.

No entanto, o representante do SINTRACS declarou ainda que não há a instalação de indústrias motrizes no município de Patos, como a têxtil por exemplo, devido a questões hídricas. Isto é, devido as condições climáticas e de estiagem do sertão paraibano onde o município de Patos está inserido, muitas empresas, que antes mostravam interesses, mas após levantamento e constatação dos riscos de colapso por falta de água, findam por optarem a não instalação da região.

4.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO (REDES DE SUPERMERCADO)

Com o propósito de se analisar estas forças, de atração e repulsão, aplicou-se um questionário semi – estruturado (Apêndice B) aos responsáveis por duas empresas de comércio varejista da área de supermercado do município de Patos integrantes da Rede Gente Econômica e Rede Super Legal.

A princípio reuniu-se informações sobre nome da empresa, ramo de atuação, ano de fundação, localização, tamanho da área de instalação, a existência de estacionamento e a quantificação de clientes diários. O Quadro 01 expõe os dados obtidos.

Quadro 01: Dados do Bom Mais Supermercado e Supermercado Leandro.

	Rede Super Legal	Rede Gente Econômica
Nome da Empresa	Bom Mais Supermercado	Supermercado Leandro
Ramo de atuação	Supermercado Varejo	Supermercado Varejo
Ano de fundação	1998	1990
Localização	Bairro São Sebastião	Bairro Santo Antônio
Área de instalação	180m ²	600m ²
Estacionamento Próprio	Sim	Sim
Nº de clientes frequentadores diariamente	Não informou	Não informou
Número de funcionários	22	38

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Aos dois responsáveis pelo Bom Mais Supermercado e Supermercado Leandro questionou-se se houveram contratações, isto é, admissões no ano de 2017 após a chegada da rede Atacadão Carrefour no município de Patos. As respostas dos dois foi negativa, ou seja, os dois supermercados não contrataram no ano de 2017, mas que houveram demissões. Os representantes dos dois supermercados não expuseram o número de demissões.

Quando questionados acerca da realização de alguma reforma e/ou ampliação da área do estabelecimento nos últimos 12 (doze) meses, o representante do Supermercado Bom Mais declarou não ter havido nem reforma nem ampliação, enquanto que o representante do Supermercado Leandro afirmou ter havido reforma e ampliação de suas instalações, passando de 300m² para 600m².

Percebe-se que neste caso, diante do que foi afirmado pelos entrevistados acerca da admissões e demissões, que com a chegada de uma rede atacadista ao município, nos últimos 12 meses, aconteceu uma força de repulsão confirmada pela não contratação de funcionários, mas sim pela demissões de funcionários. Esta constatação é comprovada novamente pelas forças centrípetas e centrífugas exercida em um pólo comercial por um comércio motriz, no caso a Rede Atacadão Auto Serviço, conforme defendem Clemente; Higachi (2000).

Sobre o fato da empresa ter apresentado uma trajetória de crescimento positivo no último semestre, apenas o representante do Supermercado Leandro afirmou ter havido crescimento, enquanto que o representante do Bom Mais Supermercado declarou não ter havido crescimento.

Por fim, indagou-se aos representantes dos supermercados analisados, se os mesmos consideram que a empresa contribui para o desenvolvimento regional no que diz respeito à economia local e de regiões adjacentes. Os dois representantes apontaram que sim, que consideram que os supermercados em questão contribuem para o desenvolvimento regional no município de Patos.

Nota-se, com base nos dados coletados neste estudo, que não houve um processo de desterritorialização (nem forçada nem voluntária) até o momento das empresas analisadas com a chegada da rede Atacadão Carrefour. Isto é, não houve, neste caso, fatores que ocasionassem a desvinculação dos supermercados analisados com o território ao qual estão inseridos.

Os fatores que poderiam ocasionar a desterritorialização são apontados por Haesbert (2006) e Marquette; Becker (2015) como sendo econômicos, sociais, políticos e culturais.

Percebe-se também que o Atacadão Carrefour provocou em um dos supermercados, o Supermercado Leandro, uma força propulsora, estimulando-o, mesmo que havendo demissões, à ampliação e reformas. Já no Supermercado Bom Mais, o Atacadão Carrefour exerceu uma força repulsora, pois além de haverem demissões, este supermercado não ampliou nem reformou.

Isto é uma característica defendida na Teoria dos Pólos de Perroux e conforme apontado por Clemente; Higachi (2000) e Marchioro (2014), os quais defendem que o crescimento não será verificado em todos os lugares ao mesmo tempo, e que para que haja o crescimento dos pólos comerciais ou industriais, existem um campo detentor de forças (atração e repulsão) que irão influenciar este crescimento.

Assim, compreende-se que em um campo de forças composto por forças de atração e repulsão, a rede Atacadão AUTO Serviço, agiu atraindo ou expulsando elementos econômicos. Ou seja, houve uma força atração, no que diz respeito à ampliação e reforma de um dos supermercados analisados, ao mesmo tempo em que agiu repelindo estas redes, pois as mesmas não contrataram, e sim demitiram.

Pode então afirmar com base nos dados coletados que o Atacadão Carrefour provocou o desenvolvimento regional ao mesmo tempo que exerceu forças de atração e repulsão na economia local.

Em conformidade com Marchioro (2014), o Atacadão Carrefour exerceu no espaço polarizado (município de Patos) forças de atração (centrípetas) e forças de repulsão (centrífugas). Estas forças surgem devido à concentração de pessoas e indústrias que fomentem a produção. Esta relação de forças agem atraindo e/ou expulsando elementos econômicos, delimitando assim zonas de influências econômicas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a discussão dos dados obtidos na pesquisa, algumas conclusões foram possíveis.

Constatou-se que o município de Patos é o quinto pólo comercial do estado da Paraíba. Neste município há um comércio varejista de supermercados ativo e consolidado. Com a chegada do Atacadão Carrefour no ano de 2017, percebeu-se, de acordo com os dados coletados junto aos participantes, que estes consideram que houve, no município e região, forças de atração.

No entanto devido à falta de informações concretas e fundamentadas cientificamente por parte do SINTRACs, da Associação Comercial de Patos e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos e devido ao fato de que os dados do CAGED, acerca dos números de contratações, não especificar a área de geração de empregos, não pode-se então afirmar que a Rede Atacadão Autosserviço influenciou no desenvolvimento regional do município de Patos e região.

Outrossim, é possível afirmar que a rede atacadista provocou forças de atração, visto que a chegada desta rede trouxe consigo mais visibilidade econômica para o município. De acordo com dados obtidos na pesquisa há, para o ano de 2019, a expectativa de novos comércios varejistas para o município, o que provocará a geração de empregos. Espera-se a geração de 3000 empregos, diretos e indiretos. Novamente ressalta-se que estes dados não possuem fundamentação e foram fornecidos vagamente pelos representantes do

SINTRACs, da Associação Comercial de Patos e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos

Também constatou-se que, os comércios varejistas de supermercado objetos desta pesquisa, sofreram com a chegada desta rede de atacadão. Desde a implantação da rede no município, os dois supermercados analisados neste estudo não contrataram, e sim demitiram funcionários. No entanto, um deles, realizou uma ampliação e reforma.

Esclarece-se que algumas limitações foram vivenciadas durante o desenvolvimento desta pesquisa. Estas condizem com o fato de os representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos não possuírem dados acerca da geração de empregos do município, assim como o fato dos representantes dos dois comércios varejistas de supermercados objetos de estudo não possuírem dados acerca do seu crescimento econômico nos últimos doze meses e sobre o número de frequentadores diários, e por consequência uma quantificação mensal de clientes.

Entretanto foi possível constatar que o Atacadão Carrefour parece exercer, enquanto comércio motriz inserido em um espaço polarizado, forças de atração no que diz respeito à geração de empregos e forças de repulsão no que diz respeito à demissões.

Acredita-se que a justificativa deste estudo foi condizente com os resultados esperados, visto que este estudo poderá subsidiar a tomada de decisões acerca de estratégias que envolvam o desenvolvimento regional. Considera-se pertinente recomendar futuros mais abrangentes estudos que interponham soluções para as limitações vivenciadas nesta pesquisa. Dados estritamente necessários para se avaliar o desenvolvimento regional, como número de admissões e demissões, de um espaço polarizado precisam ser de conhecimento de instituições e organizações.

REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, J. A **endogenização no desenvolvimento econômico regional e local**. IPEA, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES (ABAD). **Setor no Brasil**. Disponível em: <http://www.abad.com.br/dados/setor.shtml>. Acesso em: 20. Out. 2018.

ATACADÃO. **Nossa História**. 2018. Disponível em: <https://www.atacado.com.br/historia> Acesso em: 09. Nov. 2018.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **CAGED, 2018**. Disponível em: <https://caged.maisemprego.mte.gov.br/portalcaged/> Acesso em: 01. Nov. 2018.

_____. Ministério do Trabalho. **CAGED, 2017**. Disponível em: <https://caged.maisemprego.mte.gov.br/portalcaged/> Acesso em: 01. Nov. 2018.

_____. Ministério do Trabalho. **CAGED, 2016**. Disponível em: <https://caged.maisemprego.mte.gov.br/portalcaged/> Acesso em: 01. Nov. 2018.

BARQUERO, Antonio Vázquez. Desenvolvimento local: novas dinâmicas na acumulação e regulação do capital. **Revista Ensaios FEE**, v. 16, n. 1. 1995. Disponível em: <https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/1752> Acesso em: 21. Set. 2018.

BARROS, F. C. **Análise setorial: comércio atacadista**. 1 ed. Gazeta Mercantil. São Paulo: Panorama, 1999.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo, 2009.

BRESSER – PEREIRA, Luiz Carlos. **O conceito histórico de Desenvolvimento econômico**. Trabalho originalmente preparado para curso de desenvolvimento econômico na Fundação Getúlio Vargas. Versão de 2 de março de 2006. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/papers/2006/06.7conceitohistoricodesenvolvim ento.pdf> Acesso em: 25. Agos. 2018.

_____. **As duas fases da história e as fases do capitalismo**. Texto para Discussão 278. 2011. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8081/TD%20278%20-%20Luiz%20Carlos%20Bresser%20Pereira.pdf> Acesso em: 22. Agos. 2018.

BOUDEVILLE, Jacques-R. **Aménagement du territoire et polarisation**. Paris: M.-Th. Génin, 1972.

CLEMENTE, Ademir; HIGACHI, Hermes, Y. **Economia e Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Atlas, 2000.

DA SILVA, Joaquim Caldeira. **Merchandising no varejo de bens de consumo**. São Paulo: Atlas, 1990.

FONSECA, Adenilson. **Atacando em duas frentes**. Disponível em: <http://portalamis.org.br/plus/> Acesso em: 18. Out. 2018.

HAESBAERT, Rogério. **Territórios Alternativos**. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

_____. **O mito da desterritorialização. Do fim dos territórios à Multiterritorialidade**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2004.

_____. **Territórios alternativos**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

IANNI, O. **A sociedade global**. 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

KLEIN, C, F; LIMA, J, F de. O desenvolvimento econômico regional do Brasil. **DESAFIOS: Revista Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins** – V. 2 – n. 02. p.155-180, jan/jun. 2016.

LAMEIRAS, Anabela Antão. Desterritorialização e reorganização das geografias pessoais: o caso do desemprego. Ensaio metodológico. Dissertação de Mestrado em Geografia Humana área de especialização em Ordenamento do Território e Desenvolvimento, orientada pelo Doutor João Luís Fernandes apresentada ao Departamento de Geografia, da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. 2013. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/36113/1/Desterritorializacao%20e%20reorganizacao%20das%20geografias%20pessoais.pdf> Acesso em: 23. Set. 2018.

LIMA, A. E. M. A teoria do desenvolvimento regional e o papel do Estado. **Revista Análise Econômica**. Porto Alegre, vol. 45, p. 65-90. 2006.

LIMA, Jandir Ferrera de. A concepção do espaço econômico polarizado. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 4, N. 7, p. 7-14 , Set. 2003. Disponível em: <http://www.interacoes.ucdb.br/article/viewFile/536/577> Acesso em: 20. Set. 2018.

LIMA, A, C da C; SIMÕES, R, F. **Teorias do Desenvolvimento Regional e suas implicações de Política Econômica no Pós-Guerra: O caso do Brasil**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2009.

MARCHIORO, L, W, et al., A Teoria dos Pólos de crescimento de desenvolvimento de Perroux, e a implantação na zona Franca de Manaus na região Norte do Brasil. **Revista Estudos Sociais**, v. 16, n. 31, 2014.

MARQUETTO, R, M, F; BECKER, E, L, S. Territorialização e desenvolvimento regional na Fronteira da Paz na perspectiva da uva e do vinho. **Ateliê Geográfico - Goiânia-GO**, v. 9, n. 2, p.77-98, ago/2015.

MATOS, Sidney Tanaka S. Conceitos primeiros de neoliberalismo. **Mediações**, v. 13, n.1-2, p. 192-213, Jan/Jun e Jul/Dez. 2008.

MINADEO, Roberto; CAMARGOS, Marcos Antonio. Fusões e Aquisições no Varejo Alimentar: uma análise das estratégias de entrada e crescimento do Carrefour e WalMart no Mercado Brasileiro. Florianópolis: **Revista de Ciências da Administração**: v. 11, n. 24, mai-ago-2009, p. 102-135.

OLIVEIRA, G, B; LIMA, J, E, S. Elementos endógenos do desenvolvimento regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de desenvolvimento. **Revista da FAE**, v. 6, n. 2, 2003.

OLIVEIRA, R, F. A contra-reforma do Estado no Brasil: uma análise crítica. **Revista Urutágua**, n. 24. 2011. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Urutagua/article/view/10698> Acesso em: 01. Set. 2018.

O NEGÓCIO DO VAREJO. **Atacadão é a maior rede do país- Com R\$ 26 bilhões em vendas o Atacadão é hoje a maior rede de comércio do país - superando tradicionais líderes como Casas Bahia e Lojas Americanas.** 2016. Disponível em: <http://onegociodovarejo.com.br/atacado-e-maior-rede-do-pais/> Acesso em: 21. Out. 2018.

PATOS ONLINE. **Em Patos, Atacadão será inaugurado em julho.** 2017. Disponível em: <http://www.patosonline.com/post.php?codigo=60131> Acesso em: 20. Out. 2018.

PIACENTI, C.A. **O potencial de desenvolvimento endógeno dos municípios paranaenses.** Viçosa, MG. Tese de Doutorado (Doutorado em Economia Aplicada). Universidade Federal de Viçosa (UFV). 224 p. 2009.

SANTOS, M. **O espaço do cidadão.** 2. ed. São Paulo: Nobel, 1993.

SILVA, E, P da; OLIVEIRA, E, A, de A, Q; ARAÚJO, E, A S de. O CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL: Uma Revisão Teórica. In: The 4th International Congress on University-Industry Cooperation –Taubate, SP –Brazil –December 5th through 7th, 2012.

SOUZA, N, J. **Teoria do Pólos, regiões inteligentes e sistemas regionais de inovação.** Porto Alegre, 2005.

VIEIRA, Anderson Nunes de Carvalho. **Teoria do Desenvolvimento Econômico - Os principais modelos caracterizados pelas principais Escolas de Pensamento Econômico ao longo dos anos.** 2017. Disponível em: <https://andersonvieiranunes.jusbrasil.com.br/artigos/447763946/teoria-do-desenvolvimento-economico> Acesso em: 15. Agos. 2018.

APÊNDICE A – Questionário semiestruturado aplicado aos representantes da Associação Comercial de Patos, do SINTRACS (Sindicato dos Trabalhadores do Comércio e Serviço de Patos) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município de Patos.

Este questionário faz parte de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do aluno Uênio Cabral Brasileiro, aluno do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) Campus VII, orientado pelo professor Felipe César da Silva Brito. Este questionário tem o objetivo de coletar informações relevantes para a avaliação das forças de atração e repulsão no desenvolvimento local da região de Patos-PB, após a implantação de uma rede de atacado neste município.

1. Como considera, acerca do desenvolvimento regional, a vinda de uma rede atacadista para o município de Patos?
2. () Positiva () Negativa

Justifique.

3. Quantos empregos diretos foram criados, nos últimos 12 meses, com a chegada desta rede atacadista no município?

4. Tem dados acerca dos empregos indiretos?

() Sim () Não

Em caso de resposta afirmativa, exponha.

5. No último semestre, quais setores de atividade econômica no município de Patos, registraram aumento de empregos?

6. Houve aumento das taxas de desemprego no município com a chegada da rede Atacadão Carrefour?

() Sim () Não

Em caso de resposta afirmativa, exponha.

7. Quais você acredita que sejam as principais contribuições derivadas da implantação de uma rede atacadista no município de Patos?

8. Na sua opinião, quais principais expectativas para o desenvolvimento regional do município para os próximos 12 meses? Justifique

9. Há enunciação de novas indústrias/comércios motriz para o município e região?

APÊNDICE B – Questionário semiestruturado aplicado aos responsáveis pelo Guedes Supermercado, Rede Gente Econômica e Hiper Queiroz

Este questionário faz parte de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do aluno Uênio Cabral Brasileiro, aluno do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) Campus VII, orientado pelo professor Felipe César da Silva Brito. Este questionário tem o objetivo de coletar informações relevantes para a avaliação das forças de atração e repulsão no desenvolvimento local da região de Patos-PB, após a implantação de uma rede de atacado neste município.

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

1. Nome da empresa: _____
2. Ramo de atuação: _____
3. Respondente: _____
4. Cargo: _____
5. Ano de fundação da empresa no município de Patos: _____
6. Localização: _____
7. Tamanho total de área de instalação: _____
8. Possui estacionamento próprio? () Sim () Não
9. Possui dados de quantas pessoas frequentam, em média, a loja diariamente? () Sim () Não

Em caso de resposta afirmativa indique a quantidade.

DADOS ESPECÍFICOS DO ESTUDO

10. Número de funcionários? _____
11. Com a chegada da rede de atacado ao município de Patos no ano de 2017, houveram novas contratações?
() Sim () Não
Em caso de resposta afirmativa, indique o número de empregos diretos gerados. _____
12. Houveram demissões nos últimos 12 meses?
() Sim () Não

Em caso de resposta afirmativa, indique o número de demissões

13. Nos último 12 meses houveram reformas, ampliações e/ou modernizações tecnológicas na empresa?

Sim Não

Em caso de resposta afirmativa, quais.

14. A empresa apresentou uma trajetória de crescimento positiva no último semestre?

Sim Não Não possuo dados

15. Considera que a empresa contribuiu para o desenvolvimento regional no que diz respeito à economia local e de regiões adjacentes?

Sim Não