



Universidade Estadual da Paraíba
Centro de Educação
Departamento de Geografia
Curso de Licenciatura Plena em Geografia

**A (RE)ESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO COMERCIAL EM FAGUNDES-PB:
o surgimento de novos espaços e seus reflexos socioeconômicos**

RAIMUNDO ALEXANDRO DA SILVA

Campina Grande-PB
2012

RAIMUNDO ALEXANDRO DA SILVA

**A (RE)ESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO COMERCIAL EM FAGUNDES-PB:
o surgimento de novos espaços e seus reflexos socioeconômicos**

Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em Geografia da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito básico para obtenção do Grau de Licenciado em Geografia.

Orientadora: Dr^aAretuza Candeia de Melo

Campina Grande-PB
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

S586r Silva, Raimundo Alexandro da.

A (re)estruturação do espaço comercial em Fagundes-PB [manuscrito]: o surgimento de novos espaços e seus reflexos socioeconômicos / Raimundo Alexandro da Silva. – 2012.
60 f. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2012.
“Orientação: Prof^ª. Dra. Aretuza Candeia de Melo, Departamento de Geografia”.

1. Geografia Econômica. 2. Comércio – Espaço Urbano. 3. Fagundes-PB. I. Título.

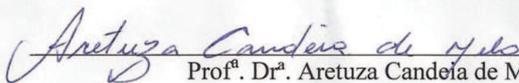
21. ed. CDD 330.91

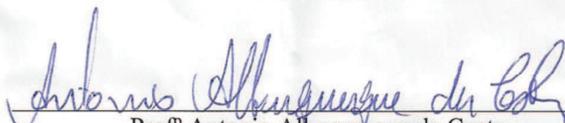
RAIMUNDO ALEXANDRO DA SILVA

**A (RE)ESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO COMERCIAL EM FAGUNDES-PB:
o surgimento de novos espaços e seus reflexos socioeconômicos**

Aprovada em 28 de Novembro de 2012.

BANCA EXAMINADORA


Prof.^ª Dr.^ª Aretuza Candêia de Melo
Orientadora


Prof.^º Antonio Albuquerque da Costa
1^º Examinador


Prof.^ª Ms. Maria das Graças Ouriques Ramos
2^º Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer ao *Deus Pai, Filho e Espírito Santo*, que sempre estiveram comigo em todos os momentos da minha vida; dando-me força com seu amor para prosseguir nos momentos mais difíceis da minha vida.

Quero agradecer a minha *família* - a minha *mãe, irmãs*, a minha *esposa e cunhados*, que foram fundamentais para que eu pudesse alcançar essa vitória.

De modo especial a minha orientadora *Aretuza*, obrigado professora por sempre me receber bem, por ter acreditado em mim, pela atenção, pela compreensão das vezes que precisei, conduzindo-me com seus sábios ensinamentos para a conclusão deste trabalho.

Aos meus *professores* da Universidade Estadual da Paraíba pelos ensinamentos durante os quatro anos de Curso de Licenciatura Plena em Geografia, muito obrigado a todos.

Aos meus *amigos e colegas* da Universidade, dos momentos de alegria, as brincadeiras, a ansiedade pelo cumprimento das atividades compartilhadas por todos, aos quais não vou citar nomes para não cometer injustiça de esquecer alguém, jamais vou esquecer-me de vocês meus amigos.

Quero agradecer especialmente a minha ilustre amiga *Railane Martins*, que foi um anjo que Deus colocou em minha vida, por ter me dado força para concluir este trabalho. Obrigado por você ter acreditado em mim, pelo seu grande incentivo, pela paciência, pois foi graças aos seus conselhos e dedicação, que tive força para prosseguir. Nunca vou conseguir agradecer plenamente tudo que fez por mim. Jamais esquecerei!

Aos *comerciantes dos mercadinhos* de Fagundes, que me receberam muito bem, dando-me condição de fazer a pesquisa em seus estabelecimentos. Aos clientes que prestaram informações importantes para este trabalho.

Aos meus *professores e amigos* do Ensino Médio, um muito obrigado por todos os momentos juntos.

Aqueles que, de alguma forma contribuíram comigo, e que posso ter esquecido de citar, peço desculpas, e deixo também o meu obrigado.

Que *Deus* abençoe a todos com muita paz e felicidade, um ABRAÇO!

Dedico,

Este trabalho a minha mãe (*Raimunda*), uma pessoa digna de toda minha admiração, de meu respeito e de meu amor; a qual, apesar das circunstâncias mostrarem o contrário, sempre manteve a fé.

RESUMO

Este trabalho tem como tema a (re)estruturação do espaço comercial no município de Fagundes-PB, principalmente, na zona urbana onde ocorreu e continua ocorrendo o surgimento dos mercadinhos, que alavancou o comércio local. Houve um aumento considerável do fluxo de mercadorias e pessoas na área central da cidade. Desse modo, objetivamos discutir a construção desse espaço comercial, que envolveu o desaparecimento das antigas “bodegas”, o enfraquecimento da feira livre e do mercado central do referido município, o deslocamento de moradores do centro para os bairros periféricos, e as mudanças no comércio da cidade dentro de uma perspectiva urbana e globalizada.

Esse tipo de comércio trouxe reflexos econômicos para os proprietários dos mercadinhos, aumentando a renda da família, resultando na ampliação de suas casas e negócios, em um processo de verticalização, o que modificou a paisagem urbana do centro da cidade. O presente trabalho está compartimentado no método empírico de modo interpretativo, observatório e investigativo, com base em Sampieri (2006). Foram realizados levantamento e estudo bibliográfico, aplicação de questionários, entrevistas além de registro fotográfico. Concluímos assim que a expansão dos estabelecimentos comerciais de pequeno e médio porte dinamizou o comércio no município de Fagundes, elevou os padrões de vida dos comerciantes e modificou a paisagem urbana do município. Neste processo, as tradicionais feiras livres, o mercado público e as “bodegas” estão cada vez mais perdendo espaço para as novas estruturas na área do comércio.

Palavras-chave: mercadinhos; comércio; bodegas; comerciantes.

ABSTRACT

This work is subject to (re) structuring of commercial space in the city of Fagundes-PB, mainly in urban areas where it occurred and continues to occur the emergence of grocery stores, which leveraged local trade. There was a considerable increase in the flow of goods and people in the central city area. Thus, we aimed to discuss the construction of commercial space, which involved the disappearance of the old "bodegas", the weakening of free and fair market center of said county, the displacement of residents from downtown to the suburbs, and changes in trade city within a globalized and urban perspective.

This type of trade brought economic consequences for owners of small markets, increasing the family income, resulting in the expansion of their homes and businesses, in a process of vertical integration, which changed the urban landscape of the city center. This work is compartmentalized in the empirical method so interpretative and investigative observatory, based on Sampieri (2006). Were conducted survey and literature research, questionnaires, interviews plus photographic record. We conclude that the expansion of small businesses and midsize spurred trade in the city of Fagundes, raised living standards for tradesmen and changed the urban landscape of the city. In this process, the traditional fairs, public markets and "bodegas" are increasingly losing ground to the new structures in the area of trade.

Keywords: grocery; trade; bodegas; merchants.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. REVISÃO DE LITERATURA	11
1.1O Comércio e o Espaço Urbano.....	11
1.2Os Mercadinhos e sua Dinâmica Comercial.....	14
1.3 A Ótica do Comércio Varejista no Município de Fagundes.....	16
2. MATERIAL E MÉTODO	22
2.1 Caracterização da Área de Estudo.....	22
2.1.1 Localização Geográfica.....	22
2.1.2 Fatores Físicos.....	23
2.1.3 Contextualização Histórica.....	24
2.1.4 Dinâmica Populacional.....	26
2.1.5 Estrutura Econômica.....	28
2.2 Procedimentos Metodológicos.....	32
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	34
3.1 A Dinâmica Comercial no Município de Fagundes-PB: comércio varejista.....	34
3.2Uma Proposta de Viabilidade Sob a Ótica do Comércio Varejista em Fagundes-PB.....	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICES	

INTRODUÇÃO

A palavra comércio deriva do conceito latim *commercium* e significa à negociação de comprar ou vender gêneros, bens e mercadorias. Esse espaço pode ser considerado como qualquer loja, armazém, hipermercados, supermercados, mini-boxes, mercadinhos ou estabelecimentos comerciais; sendo uma atividade socioeconômica que consiste na compra e na venda de bens, correlacionando a função do vendedor (comerciante) ou comprador (consumidor). O espaço comercial é formado por diferentes modalidades tais como o comércio atacadista e o comércio varejista. O primeiro funciona basicamente como centro de distribuição de mercadorias para o próprio comércio varejista; para que este último atenda a sua finalidade específica que é fornecer ao público em geral os produtos necessários.

Para Corrêa (1999: 47):

A elevada ocorrência de pequenos centros deriva, de um lado, de uma necessária economia de mercado, por mais incipiente que seja geradora de trocas fundamentadas em uma mínima divisão territorial do trabalho. As mudanças no setor de distribuição atacadista e varejista, no qual o modelo tradicional de vendas a atacado foi substituído em grande parte por um modelo que envolve relações diretas entre as empresas industriais, por meio de suas filiais de vendas e os varejistas; em parte, e visando ao pequeno varejista que não dispõe de economias de escala, pelo moderno atacadista que dispõe de economias de escala e amplo alcance espacial(CORRÊA, 1999: 47).

Com base na descrição de Corrêa (1999) pode-se exemplificar o comércio varejista no município de Fagundes-PB, mais especificamente na área urbana. Com o crescimento comercial e o surgimento dos novos espaços para o comércio as pessoas estão vendendo suas casas para a construção de territórios destinados a funcionalidade comercial. Isso porque, a oferta que os comerciantes fazem é bem acima do valor que as residências valem, pois o setor imobiliário na área central da cidade cresceu bastante nesses últimos dez anos. As pessoas pegam parte do dinheiro e compram uma casa mais barata em áreas mais distantes do centro (periféricas), podendo assim investir o restante do dinheiro em outros negócios.

Desse modo, este trabalho buscou diagnosticar a (re)estruturação do espaço comercial da cidade de Fagundes e seus reflexos socioeconômicos sobre a população, especificamente, no que se referem aos feirantes locais. Observamos também ascensão financeira aos donos dos mercadinhos bem como a atual situação dos donos das “bodegas” tradicionais, e também o reflexo na vida dos moradores da cidade, especialmente aqueles que, de algum modo, sofreram a ação dessa (re)estruturação comercial. Os proprietários dos mercadinhos e bodegas foram escolhidos pelo fato de serem agentes sociais presentes na maioria dos municípios do país, que apresentam a mesma recorrência nesse tipo de crescimento comercial.

O presente estudo foi realizado no município de Fagundes-PB, tomando por fundamento um diagnóstico da realidade em que vive a população do município, em meio às transformações proporcionadas pelo crescimento acelerado da população e conseqüentemente do comércio. Os problemas sociais trazidos por essas mudanças na estrutura do comércio são causados pela ação do homem, ação esta que modifica o meio da *urbs*, em função de suas ambições capitalistas e necessidades básicas, havendo dessa forma uma dicotomia quanto à compreensão do que seria melhor para a cidade, ou seja, a conservação do espaço tradicional ou a inovação do espaço moderno, com a implementação do comércio varejista.

O objetivo geral dessa pesquisa foi diagnosticar o espaço comercial no município de Fagundes, que envolveu o desaparecimento das antigas “bodegas”, o enfraquecimento da feira livre e do mercado central do referido município, o deslocamento de moradores do centro para os bairros periféricos, e as mudanças no comércio da cidade dentro de uma perspectiva urbana e globalizada. Assim, de maneira mais específica, pretendeu-se avaliar o espaço comercial da cidade, em meio às transformações ocorridas pela competitividade entre os antigos espaços (bodegas) e os novos espaços (mercadinhos).

Ressaltamos que essa competitividade transforma não só o espaço central da cidade, mas também suas ruas periféricas. O referido trabalho intitulado *A (RE)ESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO COMERCIAL EM FAGUNDES-PB: o surgimento de novos espaços e seus reflexos socioeconômicos*, teve como objetivos específicos avaliar o surgimento dos primeiros mercadinhos, e seus impactos na dinâmica comercial do município; identificando a quantidade destes; a marca da ascensão financeira que estes representam e a nova dinâmica impressa no comércio da cidade, ou seja, a logística comercial; perceber o êxodo de moradores do centro para os arredores da cidade; observar o centro da cidade, que vem se transformando em um local comercial; analisar a população, que passou gradativamente a habitar as áreas periféricas, carentes das ações da gestão municipal; avaliar os reflexos socioeconômicos trazidos pelo crescimento do comércio para a vida dos comerciantes que se alojam no centro da cidade.

Espera-se com a realização desse estudo, possa contribuir de forma positiva para o debate sobre os benefícios e prejuízos gerados com esse desenvolvimento comercial, visando à melhoria da qualidade de vida e bem-estar social da população, que passou a viver os moldes de uma sociedade globalizada modernizada.

O trabalho está dividido em três capítulos, o primeiro capítulo foi trabalhado a revisão de literatura. O segundo capítulo foi pautado no material e método da pesquisa, estruturado a partir da caracterização da área de estudo. O terceiro aos resultados e discussões a fase da pes

1. O Comércio e o Espaço Urbano

O comércio e o espaço urbano estão interligados pela importância que desempenham no desenvolvimento de uma cidade. O espaço urbano se desenvolve através de um comércio dinâmico e competitivo. O comércio por ser uma atividade antiga que contribui bastante para a formação de uma cidade. De acordo com Diniz (2011: 20), em seu livro *As Bodegas da Cidade de Campina Grande*, o comércio é uma atividade milenar de fundamental importância para a sociedade, desempenhando um papel de comunicação entre as cidades, fazendo com que algumas tivessem grande importância política-administrativa.

De acordo com o referido autor:

O comércio, atividade econômica de origem milenar, sempre desempenhou um papel importante na formação e no desenvolvimento das primeiras sociedades urbanas. Além de abrigar as funções do poder religioso e político, a cidade, desde as suas origens.

Diante da relevância do comércio tem-se os comerciantes como um dos principais responsáveis pela (re)estruturação do espaço urbano, isso ocorre principalmente nas pequenas cidades do Brasil. Acompanhado pelo fortalecimento do sistema capitalista o comércio tem fortalecido e ampliado o crescimento urbano e o grande exemplo disso é o Brasil, que na década de 1950 (século XX) houve um crescimento urbano no país proporcionado pela industrialização, centralizado no ABC paulista do Estado de São Paulo. Mais foi somente na década de 1970, que houve uma descentralização da indústria no Brasil. Souza (2003: 35), explica que a criação das regiões metropolitanas, só foi necessária por causa do centralismo e do autoritarismo do comércio e do poder no país, obviamente, para atender aos interesses da política interna.

No Brasil, foram criadas, na década de 70, nove regiões metropolitanas: Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Não resta dúvida que se tratava de reconhecer, formalmente, a existência de metrópoles de fato (SOUZA, 2003: 35).

Através dessa descentralização econômica, há um aumento significativo da urbanização brasileira, fazendo assim, com que as prestações de serviços de interesses públicos sejam acessíveis a todos. As regiões metropolitanas sempre atraíram investimentos nos setores públicos e privados. Assim, as cidades vizinhas se desenvolveram, em algumas delas o desenvolvimento urbano, que ultrapassou os limites de seus municípios, formando, portanto, um processo de conturbação entre elas.

Diniz (2011: 20) diz que a cidade tem grande importância, proporcionada pelo comércio, o que acarreta até mesmo um destaque mundial para algumas delas, transformando-

as em lugar de extrema importância para a política econômica, o que atende aos interesses mercantilistas. O referido autor ressalta:

O comércio, desta forma, a partir do capitalismo, enquanto atividade econômica urbana impulsionou o crescimento das cidades, estendendo o processo de urbanização a nível mundial e transformando as cidades e lugares de extrema importância política econômica.

O espaço urbano é um lugar onde se tem um grande fluxo de mercadorias e pessoas, isso modifica a paisagem urbana, principalmente, na construção civil e em sua verticalização, ocorrendo um processo de melhor aproveitamento das áreas urbanas, construções de prédios, tanto comerciais e residenciais, revolucionando a construção civil. Sendo assim, o espaço urbano está saturado, principalmente pelo crescimento do comércio.

A verticalização pode ser apontada como um exemplo de materialização das transformações técnicas que atingem a cidade contemporânea de forma contundente. A verticalização atende interesses econômicos que envolvem a cidade e os novos elementos que iram proporcionar uma avalanche econômica não só para a cidade como para o município como um todo, já que a população rural dependente dessa nova dinâmica também encontra-se inserido. Sendo assim, a verticalização é uma das grandes responsáveis pela multiplicação e revalorização do espaço urbano, está voltado à construção de edifício, sendo desenvolvido por engenheiros e arquitetos (RAMIRES, 2011:98).

Ramires (2011: 2), em sua pesquisa sobre *o processo de verticalização das cidades brasileiras*, afirma que *a verticalização do espaço urbano, sem sombra de dúvida, representa uma revolução na forma de construir...*, fazendo com que o mercado imobiliário tenha um crescimento considerável. A verticalização representa um processo de produção do espaço, espaço este, que por sua vez, cresce devido à urbanização. São Paulo é um exemplo claro desse processo, os edifícios do centro da cidade são predominantes na paisagem urbana. Nas médias e pequenas cidades vêm ocorrendo esse processo, através dos agentes produtores desse espaço, como por exemplo, os comerciantes.

Esses agentes produtores do espaço urbano apropriam-se do espaço como se este fosse mercadoria, muitas vezes não respeitando seus limites. O espaço verticalizado é uma estratégia para atender um público consumidor em expansão, ou seja, a classe média, que tem procurado morar em apartamentos.

Conforme Carlos (2009: 35):

Na grande metrópole podemos falar da favela, dos bairros de classe média, dos bairros arborizados de onde se vislumbram grandes muros rodeados de mansões. Mas também podemos recordar que existe o boteco da esquina, a padaria, o supermercado, a vendinha, o clube alguns prédios industriais de vários tamanhos e estilos, bancos, etc.

No município de Fagundes-PB, a verticalização tem como seu público alvo, principalmente, os comerciantes, uma classe média que está em ascensão. No qual à maioria desses são donos de mercadinhos. Esse tipo de comércio tem proporcionado aos comerciantes a construção de espaços verticalizados, sendo o espaço comercial no térreo e a residência em andares. Essa mudança na estrutura interna de Fagundes tem como consequência uma valorização imobiliária, proporcionada tanto pelo comércio tendo reflexos nos aluguéis de espaços comerciais e residenciais próximas a esses empreendimentos.

Essa transformação no espaço urbano é possível por sua vez, devido aos investimentos dos comerciantes locais. Essas mudanças na paisagem das casas acabam por moldar o território urbano, ressaltando que tais mudanças só são possíveis pelo aumento do capital que circula nas cidades. Carlos (2009: 35) declara que a cidade é um espaço que se transforma, de acordo com determinadas necessidades, proporcionando assim, uma modificação nas paisagens, de modo a atender, especialmente, o setor comercial, principalmente. No entanto, esses novos espaços construídos, não fazem com que os espaços comerciais mais antigos desapareçam. Assim, segundo Corrêa (1999: 46):

A paisagem urbana refere-se desta forma a relação que o homem tem com o meio que ele vive, considera também que a paisagem urbana é transformada pela relação entre homem e sociedade, para criar alterações e estabelecer símbolos: prédios, casas, ruas, praças, etc. E assim, na paisagem urbana temos a presença do passado e do presente, refletido nas construções arquitetônicas, nas pessoas e até nas mercadorias.

No município de Fagundes, a paisagem urbana também é caracterizada por elementos do passado e do presente, vistos principalmente na rua central, onde o fluxo de pessoas e de mercadorias é maior do que na periferia da cidade. Os elementos do passado se contrastam com os do presente, alguns dando lugar as construções verticalizadas, para o surgimento dos mercadinhos, que muda o aspecto comercial da área urbana, os mercadinhos vem com uma nova dinâmica de comercializar as mercadorias em seus espaços, com mais comodidade, diversidade de produtos e autoatendimento, em substituição as bodegas.

Mas o símbolo do passado se contrasta com o do presente, referente aos elementos móveis, ou seja, pessoas e mercadorias, e nos elementos fixos como as casas e as formas de comércio. As bodegas permanecem, não com a mesma quantidade de fregueses, mas ainda

resistindo em meio a tantas inovações; quanto às casas, algumas já foram destruídas, para dar lugar a novos empreendimentos logísticos, em sua maioria, construídos verticalmente. Dessas construções verticalizadas, se destacam os mercadinhos, o que demonstra claramente a relação entre a economia e modificação do espaço, e da paisagem urbana deste município, frutos do trabalho do homem, que transforma a paisagem de acordo com as suas necessidades. Com toda a transformação do comércio e do espaço urbano, proporcionado pelo capitalismo, ocorre a (re)estruturação e modificação das paisagens urbanas, de acordo com suas dimensões espaciais, criando espaços mais amplos e modernos de comércio como mercadinhos, supermercados, hipermercados, entre outros. Ressaltando, que mesmo com as transformações, os espaços mais antigos ainda sobrevivem em meio às novas construções, tem-se assim, os botecos, padarias e as bodegas são exemplos claros da permanência desses espaços no decorrer desses tempos modernos, que resistem principalmente nos pequenos municípios brasileiros, em decorrência da baixa renda dessa população, que fica a mercê de um sistema conhecido popularmente como compra da cadernetinha.

1.1 Os Mercadinhos e sua Dinâmica Comercial

Os mercadinhos aparecem como uma pequena mercearia, a partir daí com lucros obtidos vão ampliando seus espaços e os reestruturando, pois são feitas ampliações nos espaços comerciais, para dar mais opção de compra e conforto aos clientes. Criam-se áreas internas que dividem os produtos de acordo com a sua importância e necessidade para os clientes. Nessa divisão, geralmente, as primeiras prateleiras estão alimentos, seguidos por material de higiene pessoal e limpeza.

Diniz (2011: 45), destaca a expansão dos mercadinhos, o que cria uma dinâmica de comércio para as cidades, de acordo com as necessidades da clientela local, e, principalmente, opondo-se as tradicionais feiras livres. A expansão dos mercados de médio e grande porte (mercadinhos, supermercados) dinamizou o comércio citadino local, criando um novo tipo de consumo vinculado aos padrões da contemporaneidade. Opondo-se a essas modernas formas espaciais do comércio, as tradicionais feiras.

Tem-se assim, em Fagundes um espaço comercial que atende boa parte da população local e das pequenas cidades circunvizinhas. Estes mercadinhos têm uma dinâmica econômica bem diversificada nas formas de pagamento das mercadorias, tendo este o uso de pagamento avista com dinheiro, pagamento em cartão de crédito, e o pagamento a prazo, que varia em um prazo de quinze a trinta dias. Este último é um modelo mantido das antigas bodegas que vendem suas mercadorias para receberem o pagamento no final do mês.

Conforme as ideias de Souza (2009), como decorrência desse processo, ocorreu uma alteração profunda nas relações tempo-espaço também no município de Fagundes:

Enquanto uma pequena cidade, que passou a ser engendrada por uma lógica de reprodução do espaço que é incorporada aos novos ditames do capitalismo contemporâneo, no qual a expansão do poder que a cidade exerce é a tônica central. É, portanto, relevante ressaltar que o estudo sobre a cidade deve se desenvolver entendendo a mesma como produto da ação social, resultante das práticas coletivas desenvolvidas pelos grupos sociais que nela vivem (SOUZA, 2009: 23).

No município de Fagundes os mercadinhos têm atraído uma clientela que em sua maioria são aposentados e residem na zona rural. Essa clientela tornou-se a sustentação desses mercadinhos, e assim, de certo modo as inovações e ampliações desses espaços servem para atrair cada vez mais pessoas; a concorrência dos preços e o marketing tem sido uma estratégia para conquistar mais clientes. Para Santos (2008:274) *“uma das características do mundo atual é a exigência de fluidez para a circulação de ideias, mensagens, produtos ou dinheiro, interessando aos atores hegemônicos.”*

Os donos dos mercadinhos usam artifícios como deixar a feira do cliente em seu estabelecimento comercial ou domicílio, sorteios de produtos eletroeletrônicos, motos entre outros prêmios. O nome dado aos estabelecimentos também é um meios de atrair a clientela como: “Mercadinho Pague Menos”, “Mercadinhos Menor Preço”, “Max Supermercados”, entre outros. O marketing ou a logística é essencial para obter maior lucro, e assim, poder investir em novos espaços comerciais como: lojas de materiais de construções, parques de vaquejada, etc. Esses investimentos só são possíveis, como já mencionado, devido ao crescimento comercial, e principalmente, a circulações das mercadorias, uma vez que a circulação do capital gera um lucro e uma conseqüente acumulação, típico do sistema capitalista.

De acordo com Moreira (2007: 98) *“a mais-valia não se converte em lucros e em acumulação de capital sem a venda da mercadoria. Para que haja acumulação, a esfera da produção deve colar com esfera da circulação”*. Neste sentido, o que se vê é uma classe social que cresce nas pequenas cidades do Brasil, e em especial no município de Fagundes-PB, beneficiada pela atual fase econômica atravessada pelo país com o crescimento da economia, sendo no momento a 9ª maior do Mundo.

Esse reflexo é percebido desde as grandes cidades até as pequenas. Nas cidades do interior se torna mais acentuada o reflexo entre a economia e a política, um exemplo disso é o fato de no município de Fagundes os donos dos mercadinhos apoiarem os candidatos a prefeitos, visando vantagens quando estes forem eleitos; uma destas vantagens pode ser a

preferência nas compras pela Prefeitura Municipal, por determinados estabelecimentos comerciais, em especial, os mercadinhos.

Os donos dos mercadinhos são vistos na cidade como pessoas muito influentes, com isso os políticos visam seu apoio para o fortalecimento de suas candidaturas. Essa relevância, dada a essa nova classe social, revela o momento que o Brasil está na sua economia, caracterizando o avanço dessa classe empresarial. O poder aquisitivo desses empresários (mesmo que pequenos ou médios comerciantes) podem ser visto de maneira bem clara em Fagundes, basta parar no centro da cidade e observar as construções verticalizadas. Percebe-se que a maioria destas construções, ou talvez todas, são de donos de mercadinhos, o que muda a paisagem e o espaço urbano. A cidade vai tendo assim, uma nova roupagem.

1.2 A Ótica do Comércio Varejista no Município de Fagundes

Nos últimos 10 anos vêm surgindo uma nova forma de comércio na cidade de Fagundes, na qual se está suprimindo a tradicional feira livre e o mercado central. Mesmo com a concorrência desse sistema moderno – os mercadinhos, a feira livre ainda tenta resistir por meio de uma estrutura mantida pela Prefeitura Municipal, popularmente conhecido como Mercado Público, com algumas baixas, mantendo a tradição sempre aos sábados. A feira atrai alguns comerciantes de outras localidades circunvizinhas, que vem comercializar (vender) legumes, roupas, tecidos, frutas, CD, DVD, entre outros produtos.

Mas, a nova dinâmica do comércio, que (re)estruturou os seus espaços dando uma nova roupagem e dinâmica à cidade de Fagundes, principalmente, nos fluxos de mercadorias, que tem atraído às pessoas que moram, sobretudo, na zona rural do município. Sendo assim, poucas pessoas fazem suas compras nos comércios localizados próximos as suas residências, porque aquele comércio já não atende mais as suas necessidades e, de certo modo, os preços tornam-se mais caros, até porque o pequeno comerciante já compra nos mercadinhos e, além disso, ainda paga para levar os produtos, assim tornando-as mais caros para os consumidores.

O que vem surgindo atualmente são estabelecimentos conhecidos como “Loja de Importados ou 1.99”. Estes estabelecimentos estão fazendo com que o comércio de pequenos produtos seja de plástico, vidro, metal, dentre outros que o freguês deseje. O mais interessante é que o sistema capitalista faz com que o comércio fique sempre dinâmico, o fluxo de mercadorias e de pessoas aumenta durante a semana (segunda a sábado).

Há algum tempo atrás, por exemplo, só podia se comprar carne bovina na sexta ou no sábado, porque eram justamente os dias nos quais o boi era abatido e vendido no Mercado Público. Mas isso mudou, pois alguns mercadinhos já abatem sua própria criação ou compram

a terceiros (frigoríficos) e colocam a venda em seu açougue dentro do seu próprio espaço comercial, dando assim a possibilidade e opções para os clientes.

Em Fagundes, há sim uma grande dinâmica comercial que impulsiona a geração de emprego e renda para uma parcela da população, principalmente jovens que ao invés de irem para o Sudeste do país (São Paulo e Rio de Janeiro), conseguem empregos na própria cidade, nestes mercadinhos e lojas. O setor público também se beneficia com os impostos que possam ser revertidos em obras para a cidade.

Assim, os reflexos gerados pela modernização do comércio pode ser, a ampliação da oferta de emprego e renda, tanto para o empregador como para o empregado; já os aspectos negativos, o deslocamento de moradores para áreas periféricas, deve ser repensado para que soluções cabíveis possam resolver ou minimizar os prejuízos sociais que assolam esses cidadãos, que se deslocam para as áreas mais distantes dos centros urbanos.

Por outro lado, nota-se uma resistência da população, em menor proporção, mas ainda existente, de manter-se ligada aos antigos e pequenos pontos de comércio. Diniz (2011: 78) afirma que: *as mercearias ou bodegas, como são conhecidas e descritas costumeiramente pelas populações locais, constituem ainda um comércio muito comum e numeroso.* Mesmo com o surgimento dos novos espaços comerciais em Fagundes as bodegas e a feira livre ainda têm sua representação, algumas pessoas ainda não se adaptaram aos novos espaços comerciais, até porque a relação de anos como freguês fortalece laços de amizade e confiança.

Alguns consumidores não querem deixar de comprar nesses locais, visto que os bodegueiros ainda podem dar um prazo maior para o pagamento, quase sempre os fregueses pagam uma feira e já compra outra, ficando uma dívida em aberto. Essa confiança é vista pelos fregueses como algo importante, que demonstra confiança e grande consideração. Nos mercadinhos ao contrário, isso pouco acontece, pois a quantidade de fregueses é maior, e também a forma de pagamento na maioria das vezes é a vista.

Confirmando a observação de Damiani (2006: 137) ao afirmar que:

Sabe-se que o processo modernizador não se realiza da mesma forma em todos os lugares. Tem-se que, nas pequenas cidades, ele se poderia apresentar mais residualmente. Contudo, enquanto tal, de modo imanente, o processo do capital põe as diferenças temporais e espaciais: formas pré-capitalistas de produção ou não capitalistas o tempo todo são reproduzidas, simultaneamente, ao modo de produzir especificamente capitalista. A divisão social do trabalho se desdobra numa divisão territorial do trabalho, em que momentos diferentes do processo estão se realizando em diferentes lugares, pondo, assim, diferenças sociais e econômicas. Nesse caso, a análise não é a da existência de descompasso entre o que é mais ou menos moderno.

No entanto, nas relações entre os antigos e os novos espaços comerciais, predomina uma mudança ocasionada pelas novas estruturas comerciais, a verticalização, como já citado

anteriormente. Que é uma mudança que se torna predominante. Se antes se tinha uma divisão do espaço na qual o primeiro cômodo da casa funcionava como espaço comercial, hoje o que temos com as verticalizações é todo espaço térreo funcionando como espaço comercial, enquanto a moradia do proprietário é acima desse espaço. Diniz (2011: 63), fala sobre essa relação entre o espaço comercial e família, que estão envolvidos diretamente, fazendo assim, com que membros da família ao invés de sair para trabalhar em outros locais, trabalhem ajudando os pais no próprio estabelecimento comercial familiar.

Para o autor acima citado:

Os bodegueiros, proprietários destes pequenos comércios, residem geralmente no mesmo espaço físico onde estava instalado o estabelecimento. O lugar de trabalho constituía, ao mesmo tempo, uma unidade familiar onde a sua família estava também envolvida no funcionamento do empreendimento.

Além de transformar as paisagens do centro da cidade, atualmente, o mercadinho tem adotado um papel importante de fornecedores de mercadorias em atacado, para os pequenos comerciantes, obtendo assim, uma nova clientela. Esses pequenos comerciantes, que na maioria das vezes conhecidos como bodegueiros, atuam nas áreas periféricas da cidade, o que lhes proporciona a oportunidade de abastecer à clientela local. Assim, ao invés do freguês ir até os mercadinhos, os mercadinhos abastecem os pequenos comerciantes da área periférica, fazendo com que estes pequenos comerciantes tornem-se atravessadores das mercadorias.

Com o crescimento do comércio, gera-se a necessidade de ampliação dos espaços comerciais, sendo assim, os donos dos mercadinhos querem ampliar seus estabelecimentos, compram as casas vizinhas por preços fora dos padrões financeiros de boa parte da cidade, ou seja, super valorizadas. A situação de se ter um mercadinho, ao lado uma casa, logo depois desta outro mercadinho, aponta que, mesmo a casa não tendo um valor alto, mas por está entre dois mercadinhos, seu preço tende a ser alto, até mesmo pela disputa entre os dois pontos comerciais para garantir um melhor espaço. Assim, em consequência, tem-se um crescimento urbano proporcionado pelo comércio.

A cidade sempre estará interligando relações, tanto comerciais, como sociais, o que acaba por determinar um processo socializador baseado na articulação de elementos novos e velhos, ou seja, o comércio se relaciona ao mesmo tempo com elementos do passado e com novos agentes de transformação (PINHEIRO, 1996). O que vai moldar o surgimento dos novos espaços comerciais é o capital, dando aos proprietários melhores condições de ampliar seus estabelecimentos. As ofertas feitas a estes proprietários são tentadoras e os moradores acabam por não resistir, o capital acaba falando mais alto do que os laços de parentesco ou afetividade com o antigo espaço de habitação.

Compreende-se que tais investimentos se direcionam para o comércio como uma tentativa de garantir o lucro, visto que no Banco o rendimento é muito baixo. Esse lucro é voltado à compra de casas antigas, que logo são destruídas para a construção de novos espaços, amplos e verticalizados. Esses investimentos fazem com que essas pessoas cheguem a mudar até de categoria social. Mas isso só é possível graças à valorização imobiliária, que com o surgimento de novos espaços comerciais, gera um fluxo maior de pessoas e de mercadorias, e, principalmente, de circulação de dinheiro, fatores atrelados ao aumento do comércio no centro da cidade.

Para Marx (2010: 21) as questões de valor do negócio são incorporadas ao valor das mercadorias, de modo a acrescentar uma mais-valia, fazendo a mercadoria ser vendida por um preço acima do seu valor real. O autor ainda afirma que:

Estranho cálculo, em verdade! Quando duas pessoas negociam qualquer coisa, poderá uma dar a mais do que aquilo que recebe? Isso significa que se eu comprasse por 100 cruzeiros novos um casaco em meu alfaiate, o casaco para ele valeria menos de 100 cruzeiros novos, mas que passaria a valer mais quando fosse eu possuidor!...

Conforme Marx (2010) o capital comercial tem que está sempre em movimento, um bom investidor, portanto, tem sempre adiante um futuro bem promissor, principalmente, quando multiplica suas riquezas. Esse enriquecimento inspira outros investidores, visto que o sucesso de alguns em determinado ramo atrai cada vez mais os demais comerciantes. Fortalecem-se assim, os mais variados ramos de comércio, como os de produtos alimentícios, lojas de roupas, materiais de construções. Tem-se estabelecimentos de pequenos e médios portes, o que aumenta a competição entre eles, fazendo com que os preços baixem e favoreçam os consumidores.

Os desdobramentos gerados pelo capital apresentam ainda um aspecto negativo para os moradores que vendem suas casas vão se deslocando para áreas periféricas mais distantes do centro da cidade, perdendo assim, a relação e o contato com seus antigos vizinhos. Em alguns casos mudam até de local onde faziam suas compras. No entanto, a feira livre tem mostrado resistência ao longo dos anos, e mesmo com algumas perdas, mantém sua tradição¹, sempre ocorrendo aos sábados.

A rua central da cidade de Fagundes, caracterizada também como centro comercial, gera a valorização imobiliária do setor, acarretando um aumento dos aluguéis, o que muitas vezes está fora da realidade da população local. A população que não se adapta a esse

¹ A feira de Fagundes tem uma importância histórica para a Paraíba, pois foi nela que se iniciou a Revolta de Quebra Quilos, movimento que se espalhou tanto pela Paraíba quanto por outros estados do Nordeste, tendo repercussão nacional nos fins do século XIX. A revolta foi motivada pela alteração imposta pelo governo, ao sistema de pesos e medidas. (Ver: LIMA, 1999).

crescimento acaba por se deslocar para outras ruas circunvizinhas, nas áreas vicinais. Esses moradores colocam pequenas lojas de roupas, onde antes era a varanda de suas casas, além de pequenas mercearias, fazendo com o que essa prática de comércio se expanda para áreas periféricas, atendendo as pessoas que moram distante do centro, e que não tenham como se deslocar até ele, e assim, de certa forma, gera-se emprego e renda para a família.

O comércio é uma atividade que desempenha papel importante no crescimento de uma cidade, e no município de Fagundes não foi, e nem está sendo diferente, refletindo um processo que ocorre com as pequenas e médias cidades do Brasil e da Paraíba. Visto que esse processo se dá por conta das técnicas adotadas pelos comerciantes, que ampliaram seus espaços com modelos já adotados nas grandes cidades, comprando mercadorias no atacado de grandes empresas, não só para a venda no seu estabelecimento, mas também para fornecerem pequenos comerciantes locais, tanto das ruas periféricas, quanto da zona rural.

No entanto, Diniz (2011: 20) descreve:

O comércio, desta forma, a partir do capitalismo, enquanto atividade econômica urbana impulsionou o crescimento das cidades, estendendo o processo de urbanização a nível mundial e transformando as cidades em lugares de extrema importância política e econômica.

Essas mudanças fazem com que esses comerciantes detenham um poder sobre o comércio local, fixando os preços, ao mesmo tempo, a concorrência de outros mercadinhos os leva a comprar mercadorias em grandes quantidades, para conseguir preços abaixo da linha do mercado, de modo a conseguir vender no mercado interno, por preços abaixo da concorrência.

Desse modo, o surgimento dos primeiros mercadinhos, dos quais se destacou o do Senhor “Valdinho”, que fez bastante sucesso, assim que surgiu, sendo seguido por outro, com mais popularidade, que foi chamado de “O Betão”.

Inicia-se assim, uma concorrência entre ambos. Outros foram surgindo como: Mercadinho Pague Menos, Max Supermercado, Mercadinho do Gentil, Mercadinho Menor Preço, Mercadinho Santo Antonio, Mercadinho do Beto. Esses surgiram ao longo dos últimos quinze anos, mas a concorrência cada vez mais acirrada entre eles, fez com que alguns fechassem as portas, que foi o caso do mercadinho do Senhor “Valdinho” e do mercadinho do Betão, que não conseguiram suportar a concorrência e se tornaram vítimas do sistema capitalista.

Moreira (2007:97-98), diz que: *“o capitalismo nasce destruindo a pequena produção artesanal e camponesa, para concentrar a produção e os homens na manufatura, que mais tarde será destruída por sua vez, para dar lugar a um espaço ainda mais centralizado e concentrado”*. Portanto, o capitalismo tem sua dinâmica, que consisti na compra e venda de mercadorias, visando à obtenção de lucro. Essa ideologia de mercado pode levar a destruição

dos pequenos comerciantes. Até mesmo o pioneiro em um ramo de comércio, pode ser destruído por outro maior, que venha a surgir depois dele, inspirado em seu próprio sucesso.

Se as bodegas, as mercearias, a feira livre, estão perdendo espaço para os mercadinhos, não significa dizer que os mercadinhos não possam perder espaço no mercado para outra forma de comércio. Já temos nas grandes cidades, empreendimentos tais como os supermercados e hipermercados, que oferecem aos clientes quase tudo que eles precisam, sem necessidade de estar indo em outros estabelecimentos, comprando tudo que necessita em um único espaço comercial, concentrando a economia e centralizando o mercado.

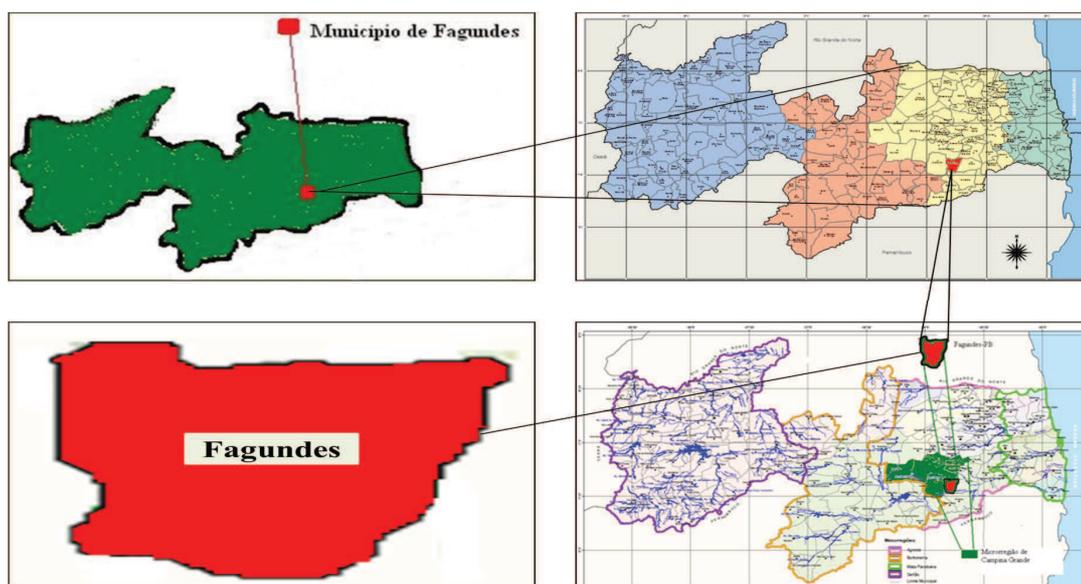
2. Caracterização da Área de Estudo

2.1 Localização Geográfica

Fagundes é um pequeno município do interior do Estado da Paraíba, localizado na Mesorregião do Agreste Paraibano (formada pela união de 66 municípios), situado na Microrregião de Campina Grande (está dividida em oito municípios que fazem área de convergência com o Município Sede) como mostra a figura 1.

Sua posição geográfica está determinada pelos paralelos $7^{\circ} 21' 18''$ de Latitude Sul e $35^{\circ} 46' 30''$ Longitude Oeste. O referido município limita-se ao Norte com Ingá (a 35 km) e Campina Grande (a 26 km), ao Sul com Aroeiras (a 23 km) e Gado Bravo (a 26 km), a Oeste com Queimadas (a 14 km) e a Leste com Itatuba (a 17 km) (IBGE, 2010).

Figura 1: Localização geográfica do município de Fagundes no Estado da Paraíba.



Fonte: PMF, 2011 e AESA, 2006.

Fagundes teve outros nomes antes do atual, Brejo de Canas Bravas e Brejo de Fagundes. Seu principal ponto turístico é a Pedra de Santo Antônio, que recebe esse nome devido a uma lenda local. A sede do município fica localizada bem próxima a Serra do Bodopitá, inserido em terras correspondente ao Planalto da Borborema a uma altitude de 505 metros, com uma área de 189 km², distando cerca de 120 km da capital do Estado - João Pessoa (CPRM, 2005).

2.1.2 Fatores Físicos

O município de Fagundes localiza-se na unidade geoambiental do Planalto da Borborema, mais especificamente na parte Oriental-Sul do Planalto, que por sua vez constitui uma das unidades geomorfológica que mais se destaca no Estado da Paraíba. O embasamento geológico é constituído por maciços, elevações residuais, cristas e/ou outeiros altos, com altitude variando entre 505 a 800 metros (CPRM, 2005).

Segundo Lima (1985), denomina-se geomorfologicamente, um relevo acidentado dissecado em mares de morros, com ocorrência de serras e cristas, cortada por vales estreitos, com vertentes dissecadas, caracterizado por uma superfície de pediplanação, relevo predominantemente suavemente ondulado. Devido à forma topográfica o município demonstra a ocorrência de intensos ciclos de erosão (IBGE, 2010 e CPRM, 2005).

O município de Fagundes possui o clima tropical semiárido do tipo AS' (segundo a classificação de Köppen), ou seja, é do tipo inverno chuvoso, com verão seco, caracterizando um clima menos árido do que o predominante no interior do Estado da Paraíba (MELO & RODRIGUEZ, 2003). A estação chuvosa se inicia em janeiro/fevereiro com término em setembro, podendo se adiantar até outubro, com chuvas de outono e inverno (LIMA, 1985).

A temperatura é em média de 26°; durante o período diurno a temperatura máxima chega a 32° e a noite a mínima atinge 22°, com precipitação média em torno de 431,8 mm/ano. Essas condições climáticas do Agreste Paraibano se devem a influência das massas de ar úmidas provenientes do Oceano Atlântico, o que dá origem as chuvas orográficas que se distribuem, principalmente, entre janeiro a setembro (MELO, 1985).

Com isso, nos últimos tempos verifica-se que os períodos de chuva vêm se concentrado na estação invernal. O município está incluído na área geográfica de abrangência de climasemiárido brasileiro, definida pelo Ministério da Integração Nacional. Esta delimitação tem como critérios o índice pluviométrico, o índice de aridez e o risco de seca (MIN-BRASIL, 2005).

Sua vegetação é basicamente composta pelo bioma Caatinga, com a presença de pequenas manchas, ou seja, da Floresta Caducifólia, destacando-se na sua paisagem vegetacional espécies tais como o juazeiro (*Zizyphus jozeiro* Mart.), macambira (*Bromélia laciniosa* (Mart.) Ex. Schult.), jurema preta (*Mimosa tenuiflora* (Willd.) Poiret.), marmeleiro (*Cróton sonderianus* Muell.), entre outras espécies de menor proporção quantitativa espalhadas principalmente pela zona rural do município (CPRM, 2005). Atualmente o tapete vegetacional se encontra bastante alterada em decorrência do desmatamento da Floresta Caducifólia, além da retirada da vegetação nativa característica da região Semiárida nordestina, em substituição para a implantação de culturas de subsistência e da criação de gado sobre pastagens natural.

Com relação aos tipos de solos encontrados na região do município de Fagundes em geral são rasos, com fertilidade bastante variada, com certa predominância de média para alta, segundo a CPRM (2005). Nos patamares compridos e baixas vertentes do relevo suave ondulado ocorrem os PLANOSSOLOS, mal drenados, fertilidade natural média e problemas de sais; nas áreas de topos e altas vertentes, ocorrem os solos LUVISSOLOS, rasos e fertilidade natural alta e os espaços de topos e altas vertentes do relevo ondulado ocorrem os PODZÓLICOS, drenados e fertilidade natural média e as elevações residuais com os solos LITÓLICOS, rasos, pedregosos e fertilidade natural média (CPRM, 2005).

A base hidrográfica de Fagundes é formada por uma rede de drenagem, que se localiza no domínio da Bacia Hidrográfica do Rio Paraíba, região do Médio Paraíba, no qual é composto por diversos tributários de rios menores como o Rio Surrão, o Rio Variado e o Rio Paraibinha, além do Riacho Quati, que apresenta características temporárias, ou seja, secam durante o período de estiagem. O município apresenta também algumas barragens que são importantes no abastecimento de águas como a Barragem da Pedra de Santo Antônio e a Adutora do Gavião que é o principal tributário de captação e armazenamento d'água para o abastecimento da população local (CPRM, 2005 & AESA, 2006).

2.1.3 Contextualização Histórica

O processo de colonização da região do atual município de Fagundes se iniciou durante o século XVII. Os primeiros habitantes do local onde hoje se encontra o município de Fagundes foram os índios da família dos Cariris da nação Bultrins, que habitaram essas terras por volta de 1642. Essas mesmas terras foram doadas através de Sesmarias (grandes lotes de terras que tinham pertencido aos índios da região) a Teodósio de Oliveira Ledo, que foi recrutado pelo governo português, para combater os índios na "Guerra dos Bárbaros", conflito

esse desencadeado pela a invasão portuguesa às terras do interior paraibano que já estava sendo ocupado pelos índios Cariris e Tarairiús, a fim de instalarem suas fazendas de gado (GURJÃO, 2001).

Na ocasião desse evento passaram a fazer parte da região do Agreste e Brejo Paraibano duas ordens religiosas comandadas pela Igreja Católica - os jesuítas e carmelitas que realizavam trabalho de catequese entre Pilar e Cana Brava, como era conhecido o aldeamento dos indígenas Cariris e Tarairiús (SITE/IBGE Cidades@, 2010).

Teodósio de Oliveira Ledo, além de alguns familiares e parentes agregados dos Oliveira Ledo, que percorreram o interior do Sertão Paraibano, se tornaram donos de imensas propriedades, oficializadas pela Coroa Portuguesa, por meio da distribuição das Sesmarias, como um prêmio dado por Portugal aos “heróis” bandeirantes. Mas o destaque maior atribuído a Teodósio de Oliveira Ledo foio de *Sertanista de Contrato*, marcado pela violência brutal com a qual atacava e matava os índios que resistiam ao seu domínio (GURJÃO, 1999).

No site IBGE Cidades@ (2010), encontra-se o seguinte relato sobre o evento acima narrado:

Em 1664, descendentes de Teodósio de Oliveira Lêdo, o grande desbravador do território paraibano, chagaram a Cana Brava e iniciaram logo intensas atividades no sentido de povoar e urbanizar o território. Em 1762, o local passou a chama-se Fagundes, há quem diga também, que o nome de foi originado, em virtude da existência de um chefe de tribos que se chamava facundo, a origem do topônimo escolhido e que é conservado até hoje.

A evolução foi muito rápida e já em 1888 era elevada à categoria de município e criado a comarca de Fagundes. Mas foi efêmera sua existência como tal, pois em 1891, era extinto o município e suprimida a comarca, voltando a ser anexado ao município de Campina Grande de donde fora desmembrado na época, a atuação dos cangaceiros se fazia sentir em toda ordem. A própria capela da povoação foi destruída pelos bandidos. Tal situação provocou o êxodo, consideradas como pioneira na sua fundação residia em Fagundes às famílias: Ferreira, Pinto Madureira, Marcelo e Taveira.

A serenidade só retornou ao município de Fagundes por volta da década de 1930, com o extermínio dos povos do cangaço, e também com o retorno de muito de seus moradores que haviam se retirado da cidade, que ao voltaram passaram a reestruturar suas residências e proceder à reconstrução de suas vidas, criando e edificando sítios e fazendas. Reconstrução porque em 1889, já tinha sido iniciada a construção de uma nova Capela Religiosa, construída por Frei Alberto, sendo concluída em 1921 (SITE/IBGE Cidades@, 2010).

Ainda de acordo com o SITE/IBGE Cidades@ (2010):

Fagundes foi elevado a distrito em 1937. As famílias de João Figueiredo, do coronel João Muniz e José Joaquim de Araújo, após 1930, também muito deram de si para soerguimento da povoação. A emancipação política teve no Dr. Geraldo F. Dantas, Salvino Figueiredo e o professor José Cruz Herculano, como principais colaboradores para o acontecimento.

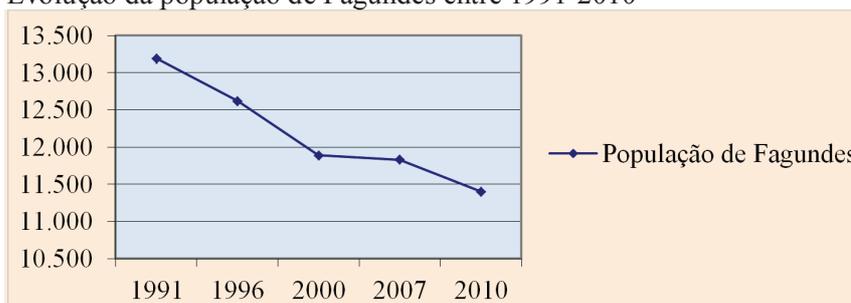
O projeto de lei foi apresentado pelo deputado Vital do Rêgo. A autonomia foi concedida através da Lei nº 2.661, de 22 de dezembro de 1961, quando é definitivamente, até os dias atuais emancipada politicamente, pelo o então governador Dr. Pedro Godim, ocorrendo sua instalação oficial em 31 do mesmo mês e ano, desmembrando assim de Campina Grande.

Conclui-se que o município de Fagundes passou por duas emancipações políticas, tendo a primeira ocorrida entre 1890-1892, nesse período a população era de 10.000 mil habitantes; portanto, o município voltou à condição de distrito de Campina Grande em 1937. A segunda emancipação ocorreu em 22 de dezembro de 1961, nesse momento, finalmente, Fagundes conseguiu ser elevada a cidade, tornando-se independente de Campina Grande. As famílias mais antigas do atual município de Fagundes e alguns representantes da política do Estado da Paraíba participaram efetivamente da emancipação e da construção de um novo território municipal.

2.1.4 Dinâmica Populacional

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no ano de 2007 a população do município de Fagundes era estimada em 11.830 habitantes. No entanto, novas pesquisas realizadas pelo mesmo instituto, no ano de 2010, demonstraram um decréscimo da população, que passou a ter cerca de 11.405 habitantes, destes 5.465 residem na zona urbana (47,9%) e 5.940 residem na zona rural (52,1%), sendo que deste total (Gráfico 1). A densidade demográfica é de 60,34 hab./km².

Gráfico 1: Evolução da população de Fagundes entre 1991-2010



Fonte - IBGE, 2010.

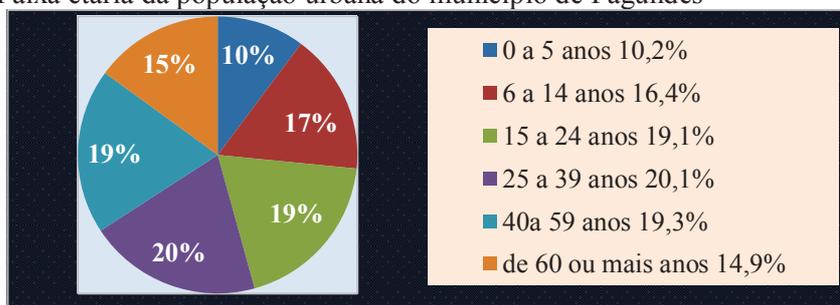
O Gráfico 1, demonstra que o número de habitantes do município de Fagundes tem diminuído nos últimos 20 anos, no período entre 1991 a 2000, quando houve uma queda brusca da população, porque muitos fagundenses migraram para os Estados do Rio de Janeiro e São Paulo em busca de emprego, em decorrência da pouca oportunidade de emprego e/ou trabalho que o município oferece.

A partir do ano de 2000 a 2010 a população ficou oscilando na casa dos 12.000 (doze mil) a 11.000 (onze mil) habitantes, tal fato é explicado porque vários jovens tiveram oportunidade no próprio município, graças ao surgimento de mercadinhos. Muitos desses jovens passaram a ter carteira assinada, obtendo assim, uma estabilidade financeira, contribuindo para o sustento da família. O aumento do poder aquisitivo e as novas oportunidades têm atraído também as pessoas que, nos anos 1990, passaram a retornar em busca de uma oportunidade, já que os mercadinhos têm gerado emprego direto e trabalho indireto.

Mas como o município ainda não conseguiu oferecer emprego e/ou trabalho para a População Economicamente Ativa (PEA), principalmente os jovens e adultos, eles se veem atraídos pela história de familiares que moram em outros estados brasileiros, e se deslocam em busca de emprego. Outro fator que explica também essa queda da PEA é a agricultura que não é tão produtiva como antes, como as famílias eram formadas, em média, de quatro filhos por casal, sem produtividade na agricultura, os filhos não tinham oportunidade de trabalhar, se deixando atrair, principalmente pela ideia de mudança para o Rio de Janeiro, São Paulo e outros estados. A maioria desses jovens é da zona rural, uma vez trabalhando em outro estado, mandam dinheiro para seus pais, alguns deles quando consegue angariar recursos e alicerçar um patrimônio, sempre busca retornar para morar no município.

Fagundes possui uma população de 11.405 habitantes, destruídos entre 5.798 (50,8%) do sexo feminino e 5.607 (49,2%) do sexo masculino, seguindo assim uma tendência da pirâmide etária e sexual nacional, onde a maioria são mulheres. Na zona urbana temos uma média de 58,5% da população, na faixa etária de 15 a 59 anos de idade, como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2: Faixa etária da população urbana do município de Fagundes



Fonte - IBGE/2010.

Verifica-se que o município de Fagundes tem um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,559 médio, encontrando-se entre um dos mais baixos do Estado da Paraíba e do Brasil. Sendo assim, a população do município apresenta algumas deficiências nos setores

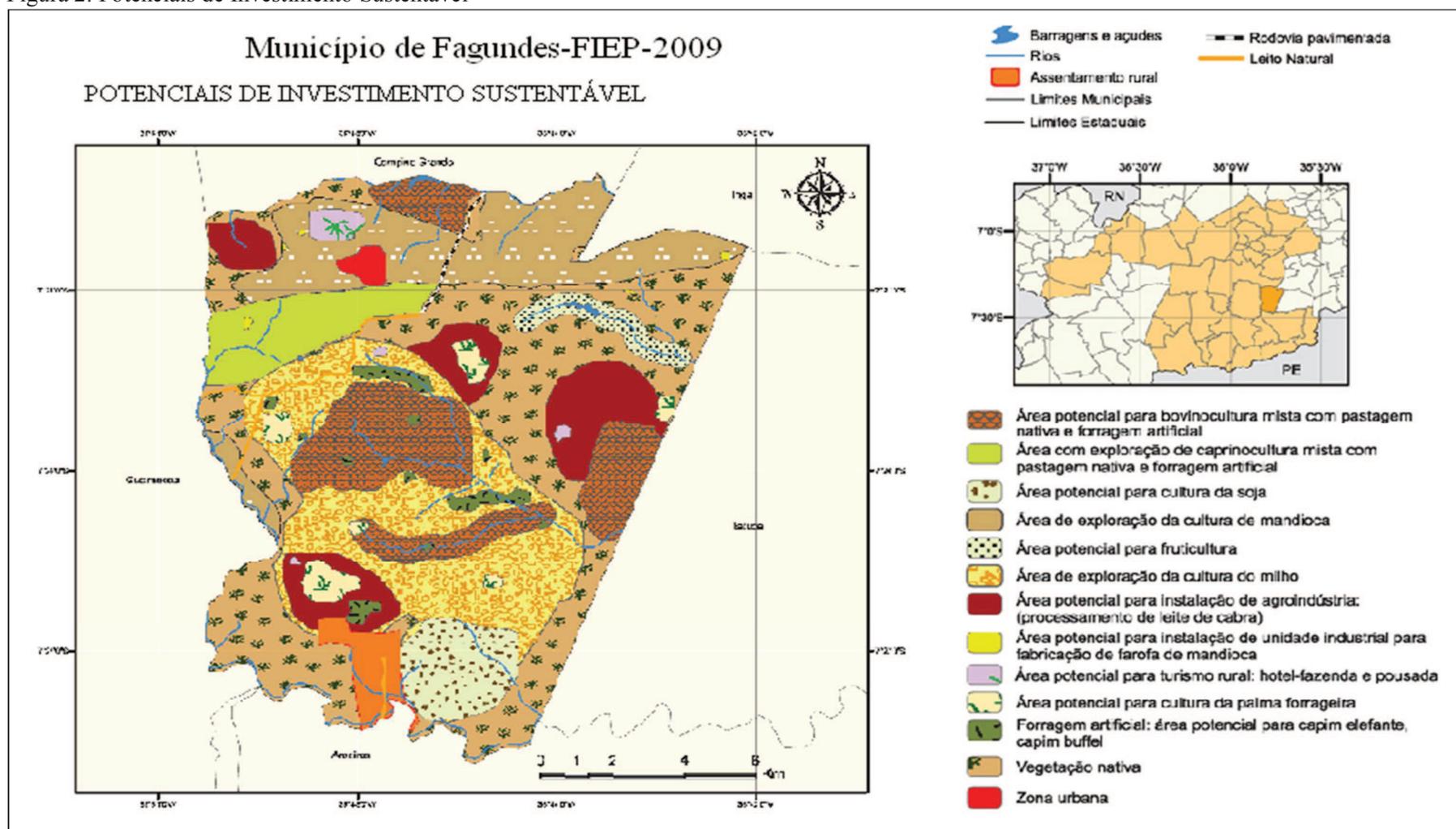
mais importantes do IDH, tais como transporte, habitação, saúde, educação e saneamento básico (PNUD,2000eIBGE, 2010).

2.1.5 Estrutura Econômica

Em relação aos setores de atividades econômicas, o município de Fagundes se destaca em importância nas atividades agropecuárias, baseada principalmente na agricultura de subsistência (milho, feijão, arroz) e a pecuária extensiva. O município conta com um número de 577 estabelecimentos agropecuários em condição legal de propriedade individual, o que representa 6.899 hectares de terra. Desse total, 486 unidades rurais são de propriedade do sexo masculino, totalizando uma área de 6.465 hectares, enquanto 91 encontram-se representada pelo o sexo feminino, totalizando uma área de 434 hectares de terra. Esses dados mesmo que bem inferior aos produtores masculinos, demonstra que as mulheres são capazes de produzir para o seu próprio sustento e de toda sua família (IBGE/CENSO AGROPECUÁRIO, 2010).

Conforme a Federação das Indústrias do Estado do Paraíba (FIEP-PB, 2009) o município de Fagundes tem um grande potencial de investimento sustentável, o que se torna a base de sua economia atualmente. A Figura 2, apresenta as atividades econômicas desenvolvidas no município:

Figura 2: Potenciais de Investimento Sustentável



Fonte: Adaptado FIEP, 2009.

Observando a Figura 2 podem-se identificar na cor verde claro áreas com exploração de caprinocultura mista, áreas com potencialidade na cultura de soja, mas que não são aproveitadas. O grande potencial econômico visto na Figura 2 é, sem dúvida, áreas de exploração da cultura do milho, que fica no centro oeste da figura, que são terras que ficam na área rural do município. A área rural predomina sobre a área urbana, com grandes potencialidades, mas que ficam reféns do clima, sofrendo com os períodos de estiagem.

Observa-se ainda que a zona urbana apresenta uma área bem menor em relação à área rural; mas mesmo assim, a zona urbana ainda se destaca pelo seu comércio, que vem crescendo nos últimos dez anos, isso é explicado pelo modelo de comércio adotado na *urbs*. Este modelo foi copiado de outras cidades, tanto do Estado da Paraíba, quanto de outros estados brasileiros, que de certa forma tem se beneficiado dessa atividade econômica, principalmente em face da decadência da agropecuária, ocasionada pelas grandes estiagens, somada a falta de políticas públicas para as áreas rurais.

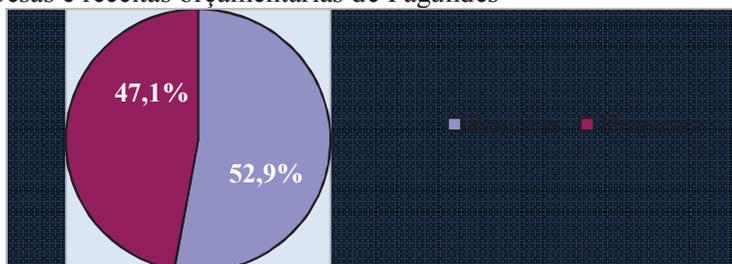
Conclui-se que a agricultura e a pecuária, seguidas pelo comércio, constituem as principais atividades econômicas de Fagundes, portanto, o município não apresenta indústria, o que limita sua expressividade econômica, tanto no quesito produção, como o de empregabilidade. Sendo assim, Fagundes por ser um município pouco desenvolvido apresentou no ano de 2008 uma *renda per capita* muito baixa, no valor de 3.611,21 e um PIB (Produto Interno Bruto) no valor de 43.933,995 mil (IBGE, 2010). Devido esses dados as famílias sofrem com a falta de empregos, pois o município não conta com empresas que possam oferecer vagas para trabalho, e a pequena parte da população que trabalha registrada, legalmente no município, concentra-se apenas nos serviços públicos - Estadual e Municipal.

Já no comércio existe uma pequena variedade de lojas de confecções, construção civil e mercadinhos. Sendo que a maioria dessas lojas, por serem de pequenos comerciantes, não oferece quase oportunidade de emprego para os habitantes em idade de trabalho. Nesse caso, os mercadinhos são os empreendimentos comerciais que mais empregam a população local com carteira assinada. Existem pessoas que ganham dinheiro transportando passageiros para outras cidades como centro principal, Campina Grande, especialmente, em carros alternativos e outras famílias fazem de suas residências pontos comerciais como, por exemplo, bares, mercearias, salão de cabeleira, locadoras entre outras.

O município de Fagundes tem um orçamento mensal de pouco mais de 1 milhão e 100 mil reais, distribuído em várias Secretarias Municipais. Esse valor gera despesas e receitas orçamentárias que podem ser demonstradas por meio do Gráfico 3. Estão representada cerca de 47,1% das despesas do município, mas como o município tem uma receita de pouco mais

de 1 milhão e 300 mil reais, o que resulta em cerca de 52,9% de receita para o município. Com isso fica um crédito de aproximadamente de 200 mil reais (IBGE, 2010).

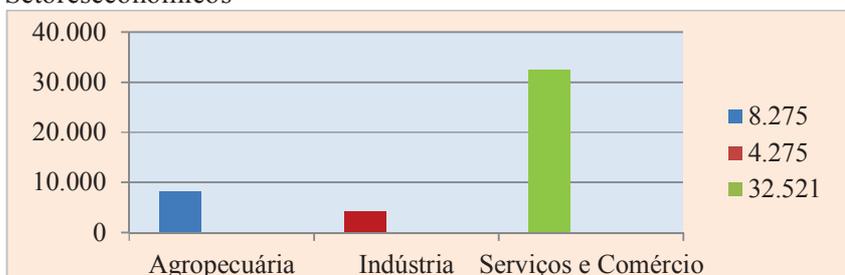
Gráfico 3: Despesas e receitas orçamentárias de Fagundes



Fonte: IBGE, 2010.

De modo geral, considerando que o Produto Interno Bruto (PIB) do município de Fagundes é de pouco mais de 43 mil reais, segundo dados do IBGE (2010), sendo que o setor agropecuário contribuiu com 8.275mil reais, o setor industrial, menos expressivo, tem sua importância apresentando uma contribuição de 4.275mil, enquanto a atividade econômica mais importante do município, nos tempos atuais é, sem dúvida, os setores de serviços e comércio, conforme demonstra o Gráfico 4, que apresenta esse setor como contribuindo com 32.521mil, esse percentual corresponde a uma margem de aproximadamente 75% do PIB do município.

Gráfico 4: Setores econômicos



Fonte: IBGE, 2010.

O setor terciário representa o setor econômico relacionado aos serviços e comércio. O setor de serviços tem sua concentração na Prefeitura do Município de Fagundes (PMF). A cidade tem cerca de 536 servidores, destes 460 são efetivos, os demais prestam serviços a Prefeitura para atender determinadas necessidades imediatas. A Prefeitura tem um gasto de pouco mais de 600 mil reais mensal em salários pagos. Como atividades econômicas do setor de serviços de Fagundes, se pode citar: educação, saúde, transporte, serviços de limpeza, serviços de alimentação, administrativos, entre outros.

2.2 Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho está compartimentado no método empírico de modo interpretativo, observatório e investigativo, com base em Sampieri (2006). Para alcançar os objetivos propostos neste estudo, foram realizados levantamento e estudo de bibliográfico pertinente ao tema e trabalhos de campo, com aplicação de questionários. Pode-se constatar por meio do método empírico um problema, que reside na forma como o comércio varejista do município de Fagundes-PB vem sendo (re)estruturando nos últimos dez anos, especialmente na área central da cidade. Pois, traz consigo transformações socioeconômicas que ocorrem de maneira agressiva e progressista, uma vez que o desenvolvimento e o crescimento do comércio estão associados à competitividade gerada pelo sistema capitalista. Assim, foi evidenciada nesta proposta a (re)estruturação do espaço comercial de Fagundes-PB, bem como as condições do mesmo e de sua importância no cotidiano da população local e das cidades circunvizinhas. A pesquisa foi realizada no município de Fagundes-PB e consistiu em três partes distintas:

A *primeira parte* correspondeu à revisão de literatura, ou seja, os fundamentos secundários, essencialmente, quanto aos aspectos sobre o comércio e o espaço urbano, os mercadinhos e sua dinâmica comercial e a ótica do comércio no município de Fagundes; tendo como base vários livros, dissertações, teses, artigos, sites da internet concernentes a temática.

A *segunda parte* foi pautada no material e método da pesquisa, estruturado a partir da caracterização da área de estudo, fase imprescindível num trabalho de pesquisa, pois essa etapa constou da localização geográfica, fatores físicos, contextualização histórica, dinâmica populacional e os fatores econômicos, informações e dados coletados em pesquisa secundária em órgãos oficiais do Município de Fagundes, Estado da Paraíba e do Brasil. Percebeu-se que na evolução do sistema comercial varejista essas informações foram imprescindíveis na dinâmica urbana.

A terceira parte correspondeu aos resultados e discussão, à fase procedimental da pesquisa de campo, definido como dados primários. No tocante a esse trabalho, foi realizado a aplicação de três (03) questionários: 1. aplicado aos clientes dos mercadinhos, num total de 8; 2. levantamento das características da unidade econômica comercial varejista do município de Fagundes-PB, totalizando 40 questionários; e 3. roteiro de entrevistas com os ex-proprietários dos espaços onde atualmente são os mercadinhos, representado por uma população de 20 pessoas que venderam suas moradias para serem construídos os mercadinhos.

Outrossim, foi realizado um registro fotográfico sobre o material da temática dissertada sobre a paisagem urbana de várias partes do centro comercial. Por final, a partir dos dados coletados, fizemos uma análise sobre a realidade estudada, a partir da elaboração de gráficos. Esse procedimento metodológico esteve pautado na (re)estruturação econômica da área central do município de Fagundes, pois percebeu-se que na evolução do sistema comercial varejista os modelos de disputas por melhores locais comerciais na cidade, demonstraram a interferência na dinâmica urbana, entre os antigos moradores dos novos espaços comerciais, além da concorrência com os comerciantes das mercearias, bodegas e a feira livre.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1A Dinâmica Comercial no Município de Fagundes-PB: comércio varejista

A dinâmica comercial de Fagundes é notável, o município conta hoje com, aproximadamente 8 (oito) mercadinhos, nos quais a forma de comércio é o varejo. Os donos desses mercadinhos compram as mercadorias em atacado para a revenda em seus estabelecimentos, fazendo com o que o comércio local vivencie uma dinâmica semelhante a das médias cidades da Paraíba. A maioria destes espaços comerciais está localizada no centro da cidade, de modo que o comércio impulsiona o crescimento do espaço urbano.

Com base em Diniz (2011: 56), que afirma: *foi o comércio que impulsionou intensamente o crescimento do seu espaço urbano, ocasionando a inserção de novas áreas, sobretudo ao longo das principais estradas que cruzam a cidade.* No entanto, a de convir que o comércio concentrado no centro de Fagundes, sobretudo após o surgimento dos mercadinhos, convive também com alguns espaços comerciais nas ruas periféricas, os quais suprem a necessidade de uma clientela que prefere comprar em locais mais próximos de suas residências, preservando a convivência de anos com os donos das bodegas, mantendo assim, uma relação de confiança e sociabilidade.

Para entender melhor o crescimento e a dinâmica assumida pelo comércio de Fagundes, foram aplicados questionários com os comerciantes e clientes. Sendo assim, uma das primeiras indagações a serem questionadas foi com relação à natureza desses pontos de comércio, se não próprios ou alugados, como demonstra o Gráfico 5.

Gráfico 5: Natureza dos estabelecimentos comerciais



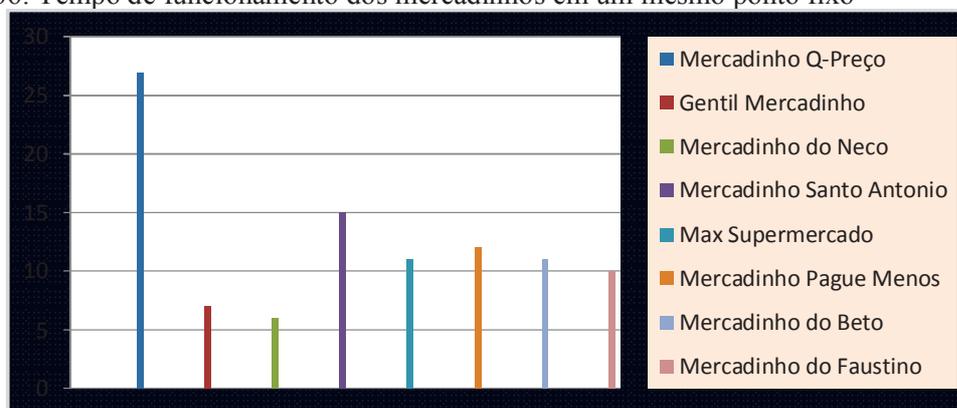
Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Segundo informações dos proprietários, 87% afirmaram que são próprios, o que representa 7 dos 8 estabelecimentos pesquisados, sendo apenas 1 alugado. Isso demonstra certa estabilidade econômica desses comerciantes, para que os pontos comerciais permaneçam fixos. Sendo assim, os mercadinhos quando próprios apresentam a possibilidade da ampliação de seu espaço físico, uma vez que sendo alugados, não teriam como ocorrer ampliações. O

tempo que os mercadinhos têm em um mesmo endereço faz com que eles possam desenvolver as atividades comerciais com mais estabilidade em termos de cliente e aprimoramento na infraestrutura.

Foi possível perceber uma diferença entre os estabelecimentos próprios e o que é alugado, tanto quanto a clientela com o espaço físico. De modo que, um estabelecimento com ponto próprio permanece mais tempo desempenhando suas atividades, já que ponto é fixo. O alugado está sujeito a mudanças de contrato, de interesses do proprietário, o que prejudica frontalmente sua atividade comercial e a satisfação de seus clientes. Visando obter informações sobre o tempo que os mercadinhos estão em um mesmo endereço, foi questionado sobre o tempo de funcionamento da localidade (Gráfico 6).

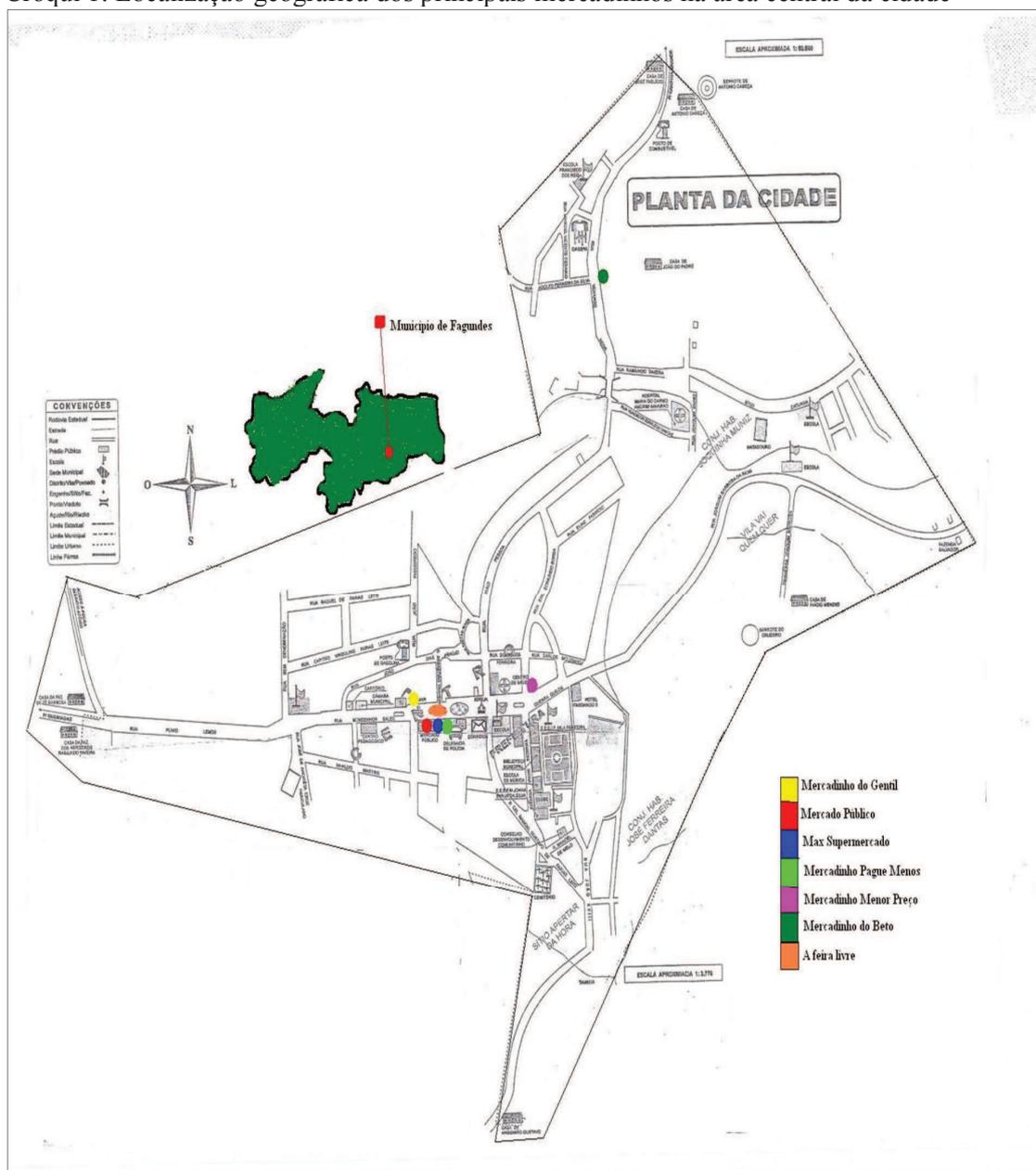
Gráfico6: Tempo de funcionamento dos mercadinhos em um mesmo ponto fixo



Fonte: Pesquisa direta, 2012.

O tempo permanente em um mesmo ponto de comércio, de forma fixa, configura um fator importante para se adquirir cada vez mais clientes. Por meio do Gráfico 6, observa-se que o Mercadinho Q-Preço encontra-se a 27 anos na mesma localidade, o Gentil Mercadinho a 7 anos, o Mercadinho do Neco a 6 anos, o Mercadinho Santo Antônio a 15 anos, o Max Supermercado a 11 anos, o Mercadinho Pague Menos a 12 anos, o Mercadinho do Beto a 11 anos e o Mercadinho do Faustino a 10 anos. Esses estabelecimentos comerciais têm em média 27 a 6 anos de funcionamento no mesmo local, o que mudou foi à questão da expansão do espaço, os quais foram ampliados, representando um melhor aproveitamento das áreas e uma prosperidade empresarial desses comerciantes. O Croqui 1, representa a localização desses principais mercadinhos na área central de Fagundes.

Croqui 1: Localização geográfica dos principais mercadinhos na área central da cidade



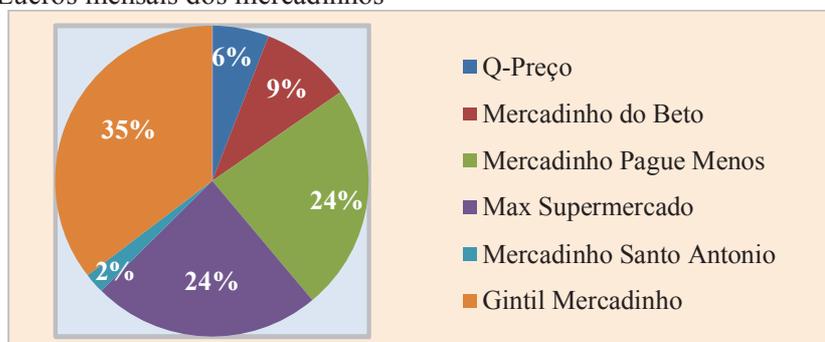
Fonte: JCF - Junta Comercial de Fagundes-PB, 2011.

Um detalhe importante que merece ser destacado, é que os comerciantes não precisaram de empréstimos para abrir esse tipo de empreendimento (mercadinho), dos 8 pesquisados, 4 não precisaram, 2 afirmaram não gostar de ficar devendo, enquanto os outros 2 acham muita burocracia a aquisição de um empréstimo e por isso não tentam. Os proprietários desses mercadinhos se consideram comerciantes do tipo formal, ou seja, regularizado, até porque todos têm CNPJ, tem alvará de funcionamento municipal, e são registrados na Junta Comercial, configurando-os assim realmente como comerciantes formais.

As mercadorias que abastecem os comerciantes são compradas dos fornecedores de empresas do ramo de atacado, a forma de pagamento das mercadorias é realizada a prazo, com cheque pré-datado e/ou a vista. Os donos dos mercadinhos, mesmo presenciando o crescimento de seu comércio dentro do município, ainda se consideram um microempresário, ou seja, um comércio de pequeno porte. Além disso, trabalha cerca de 8 a 10 horas por dia, uma jornada de trabalho excessiva, tendo na família um ponto de apoio para ajudar nas atividades desenvolvidas no processo do empreendimento como compra de mercadorias, controlarem preços, fluxo de mercadorias, atendimento aos clientes, pagamentos, entre outros.

Nos mercadinhos com espaços mais amplos precisa-se de mais funcionários; através dos questionários aplicados pode-se constatar que a maioria tem carteira assinada, ou seja, estão legalizados, mas existem alguns funcionários que trabalham sem legalização. Esses mercadinhos além de oferecerem emprego, movimentam um capital na cidade bastante considerável. Dos 8 mencionados apenas 2 não informou o lucro mensal, a soma dos 6 que informaram chega a 42.400 reais mensal. De acordo com Gráfico 7, a soma do faturamento mensal do Mercadinho Pague Menos, Max Supermercado e Gentil Mercadinho juntos, chega a 83% do lucro mensal dos que prestaram as informações. Lembrando que apenas 2 mercadinho não prestou a informação sobre seus lucros, alegando que não sabiam informar.

Gráfico 7: Lucros mensais dos mercadinhos

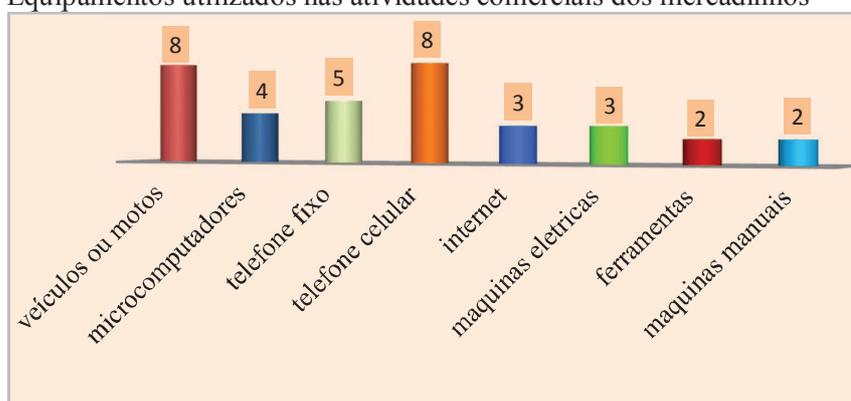


Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Todos os mercadinhos vendem no varejo, eles compram aos fornecedores no atacado e vendem em seus estabelecimentos uma diversidade de produtos. O tipo de comércio no varejo faz com que os clientes tenham uma proximidade com as mercadorias, variedade, ou seja, mais opção de compra. A partir das entrevistas realizadas aos clientes dos mercadinhos, ficou claro que os preços baixos, a variedades de mercadorias, o espaço, o contato direto com os produtos, são os principais motivos que os fazem comprar nesses empreendimentos.

Diniz (2011: 50) relata que: *com o emprego da informação e da publicidade, bem como se utilizando de estruturas amplas/sofisticadas/modernas, espaços técnico-informacionais, espaços inteligentes etc. – que garantem um bom êxito no mercado*”. Ademais os mercadinhos de Fagundes ampliaram seus espaços utilizando equipamentos modernos, facilitando a escolha do produto pela clientela e o bom desenvolvimento das atividades comerciais, com um empreendimento que facilite o atendimento ao consumidor, com mais rapidez e satisfação, e assim, faz com que a concorrência busque utilizar equipamentos técnicos mais modernos que também possam garantir o bom atendimento e comodidade desses clientes (Gráfico 8).

Gráfico 8: Equipamentos utilizados nas atividades comerciais dos mercadinhos



Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Para desenvolver as atividades comerciais os donos dos mercadinhos utilizam vários tipos de equipamentos tecnológicos. Quanto questionados sobre os equipamentos que utilizam diariamente nas atividades comerciais, dos 8 comerciantes pesquisados, todos utilizam veículos ou motos, facilitando assim, o transporte de feiras, pois os clientes não precisam transportar suas mercadorias até suas residências, ficando sobre responsabilidade do comerciante. Com relação aos microcomputadores, apenas 4 possuem, para facilitar o autoatendimento, destes apenas 3 utilizam internet.

O telefone fixo e o celular, são equipamentos indispensáveis para os donos dos mercadinhos, de acordo com a pesquisa realizada, 5 afirmaram que utilizam telefone fixo e 8 celular, para as questões comerciais entre os clientes e os fornecedores, esses proprietários possuem em seus estabelecimentos, pelo menos um destes meios de comunicação. Foi observado, que 3 comerciantes fazem uso de máquinas elétricas, 2 de ferramentas e 2 de máquinas manuais, percebeu-se que todos os mercadinhos pesquisados necessitam de maiores investimentos em equipamentos técnicos e de manutenção.

Quanto aos equipamentos utilizados e encontrados nos mercadinhos, a máquina elétrica foi encontrada apenas em 3: Max Supermercado, Mercadinho Pague Menos e Gentil Mercadinho. Este uso se explica porque eles possuem um açougue dentro de seus estabelecimentos comerciais, além das elétricas, também possuem as máquinas manuais, só que apenas 2 usam do tipo manual, outras ferramentas, como cerras, também estão presentes nas atividades comerciais.

Mesmo com esses tipos de equipamentos nos mercadinhos, que são insuficientes para uma boa manutenção e desenvolvimento comercial, a bodega, com toda sua simplicidade, sem apresentar nenhum tipo desses equipamentos listados, ainda estão presentes, ou seja, resistindo a modernidade do comércio do município de Fagundes. Nas Figuras 3, 4, 5 e 6, pode ser observado o espaço interno de uma bodega, como se o tempo não tivesse passado, e a relação existente entre o comerciante e o freguês, como ponto de encontro de amigos e conversas do cotidiano vivido por esses fregueses.

Figuras 3, 4, 5 e 6: O interior de uma bodega e a relação entre o comerciante e o freguês



Fonte: Próprio autor, 2012.

As figuras acima demonstram que mesmo em meio ao comércio varejista, liderado pelos mercadinhos, e principalmente, pela diversidade comercial que eles representam, as bodegas ainda se mantêm presentes no cotidiano do comércio local de Fagundes, até mesmo porque essas têm uma relação mais intrínseca a vida social dos clientes, tal como ressalta

Diniz (2011: 104): *as bodegas, enquanto comércio popular constitui ainda uma modalidade do pequeno comércio muito presente na vida social e econômica... um lugar de sociabilidade, de relações amistosas, um ponto de referencia e de encontro social entre moradores conhecidos do lugar*”. Pode-se observar um pouco do cenário cotidiano dessas bodegas no dia a dia, onde algumas senhores ficam sentados conversando, enquanto o proprietário atende o freguês do outro lado do balcão.

Esse tipo de comércio de bodegueiros, considerado como um símbolo “arcaico, tradicional e secular”, encontra-se equipamentos rústicos como a balança de ponteiro, balcão de madeira, prateleiras de tabas (no qual os produtos ficam expostos na parede), tamboretas, alimentos em fardos de sacos de algodão e/ou plásticos. A balança representa a venda fracionada de produtos, que constitui uma prática muito antiga e comum nos estabelecimentos comerciais, como as bodegas. Usado para pesar as mercadorias, como por exemplo, os cereais, antigamente essa forma era muito mais frequente, pois os fregueses procuravam absolutamente tudo a granel (DINIZ, 2011: 99-100).

Visando saber a procedência desses clientes, que ainda preservam a tradição de comprar na bodega, foi questionada aos donos dos mercadinhos, qual é a procedência dos clientes, segundo os donos dos mercadinhos, 45% são da zona urbana e 55% da zona rural. E quanto à procedência dos clientes, segundo os próprios fregueses, foi constatado que 48% são da zona rural e 52% da zona urbana. Ou seja, a margem de comparação entre os donos de mercadinhos e os fregueses as respostas foram quase que similares. A ideia foi obter informações sobre a procedência rural ou urbana dos usuários, o resultado foi de informações invertidas, conforme os Gráficos 9 e 10.

Gráfico 9: Procedência dos clientes segundo os donos dos mercadinhos

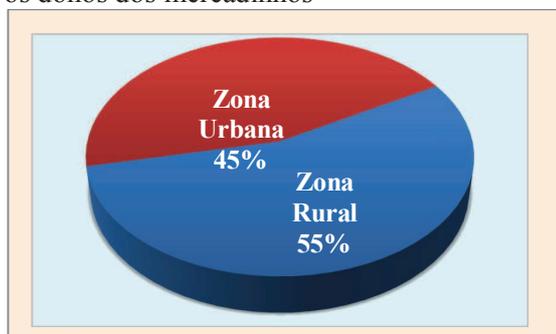
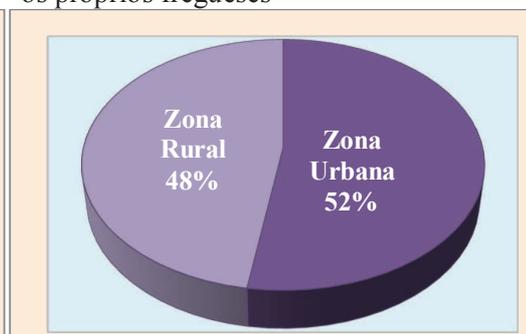


Gráfico 10: Procedência dos clientes segundo os próprios fregueses



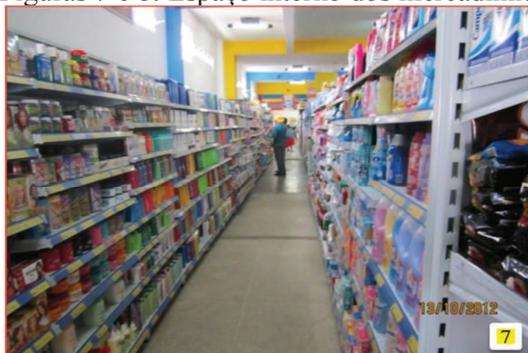
Fonte: Pesquisa direta, 2012. Fonte: Pesquisa direta, 2012.

No Gráfico 9, os 8 proprietários dos mercadinhos, afirmam que 45% dos clientes de seus estabelecimentos são da zona urbana, enquanto 55% são da zona rural. Mas, de acordo

com os questionários aplicados com os clientes, representado pelo Gráfico 10, pode-se verificar uma inversão, onde 52% dos clientes são da zona urbana e 48% são da zona rural. Uma inversão que fica dentro da margem proporcional das respostas, tanto dos clientes, quanto dos donos dos mercadinhos. Foram aplicados um total de 40 questionários, o que nos forneceu uma boa amostragem da procedência dos clientes dos mercadinhos pesquisados.

Quando indagados acerca de sua escolha em comprar nos mercadinhos, 70% dos entrevistados afirmaram que fazem suas compras nos mercadinhos devido aos preços baixos. Enquanto, 30% disseram que é pela proximidade. O autoatendimento também é um dos fatores que fazem com que os clientes façam suas compras nos mercadinhos, pois facilita a escolha, observação, procedência e a validade dos produtos, já que esse tipo de empreendimento dá ao cliente uma maior aproximação com as mercadorias. O espaço físico e a infraestrutura mais organizada e agradável é outro fator importante na hora da escolha do cliente para realizar suas compras (Figuras 7 e 8).

Figuras 7 e 8: Espaço interno dos mercadinhos



Fonte: Próprio autor, 2012.

Esses espaços físicos e a infraestrutura oferecidas pelos mercadinhos são mais adequados e confortáveis do que as bodegas, conforme a opinião do consumidor; além da sua organização no interior do empreendimento, bem como a facilidade da logística do local, em que os produtos apresentam setas de localização dos produtos, facilitando as compras e o tempo das mesmas.

A localização dos mercadinhos também é um fator que determina a questão dos espaços físicos, os que se localizam no centro da cidade, que apresenta um espaço melhor que aqueles que estão nas ruas periféricas, apresentando um espaço físico bem menor. A atividade econômica do centro é mais dinâmica que nas periféricas, o fluxo de pessoas no centro é maior, os mercadinhos têm preços mais acessíveis, por comprarem em quantidades maiores.

A concorrência faz com que os donos dos mercadinhos busquem ampliar os estabelecimentos visando uma maior clientela (Figura 9 e 10).

Figura 9: Mercadinho localizado no centro da cidade
Figura 10: Mercadinho localizado na periferia da cidade



Fonte: Próprio autor, 2012.

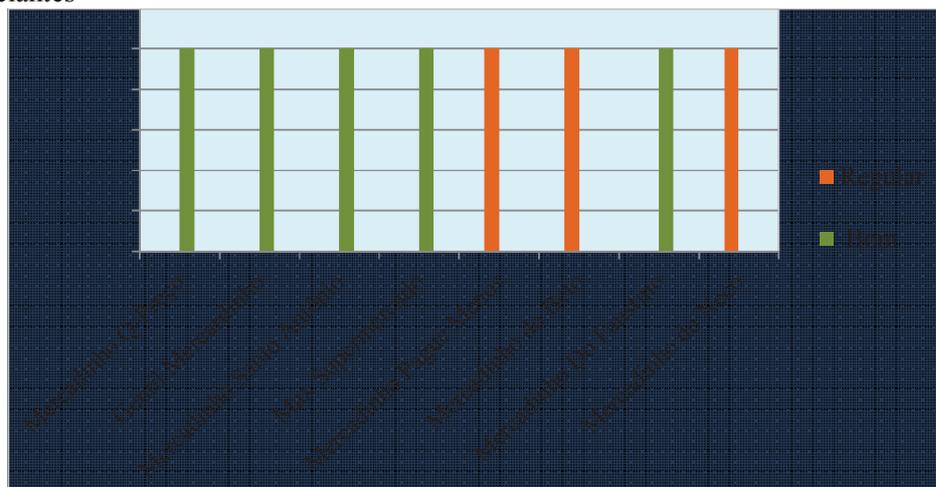
Os mercadinhos que se encontram na periferia atendem a clientela local, ou seja, da própria vizinhança. Sendo que, o comércio é o mesmo que ocorre no centro urbano, do tipo varejista, mas a diferença é o fluxo de pessoas que é maior no centro, obviamente, do que na periferia. A presença de muitas pessoas no centro da cidade, principalmente, no dia da feira livre (sábado), é favorável aos comerciantes, mas também aos feirantes, visto que no sábado o movimento é bem maior que em outros dias da semana, e a feira acontece, justamente, na rua onde estão os três principais mercadinhos - Mercadinho Pague Menos, Max Supermercado e Gentil Mercadinho, esses são os que detêm o monopólio comercial, não só da zona urbana como do município de Fagundes como um todo.

O poder aquisitivo dos donos desses principais mercadinhos, favorecido pelo monopólio do comércio central, faz com que a paisagem urbana da área central seja modificada, sobretudo, com as construções verticalizadas. Dos 8 mercadinhos pesquisados apenas 1 não tem um crescimento verticalizado em seu espaço comercial, que é o “Mercadinho do Beto”. Os demais construíram suas residências acima de seus empreendimentos comerciais, fazendo assim, com que fiquem mais próximos aos seus locais de trabalho. Salienta-se que essa verticalização não atinge apenas os mercadinhos, mas outros estabelecimentos comerciais, com outros ramos de comércio, a exemplo de loja de material de construção, loja de roupas, loja de produtos importados, escritórios, entre outros.

Foi perguntado aos donos dos mercadinhos qual é a perspectiva para o comércio varejista no município de Fagundes para os próximos 12 anos. Segundo esses comerciantes nenhum afirmou ser ruim ou ótimo, indo de encontro a uma projeção entre bom e regular. Pois, esses disseram que tudo depende das condições de emprego, pensão, aposentadoria dos

moradores, além das crises econômicas vivenciadas pelo país, da seca que atinge a região, em que, em anos e/ou períodos satisfatórios, a renda dos seus empreendimentos aumentam, já em tempo de crise diminui. No entanto, os mesmos ressaltam que nem tão ruim e nem tão ótimo. (Gráfico 11).

Gráfico 11: Perspectiva para o comércio de Fagundes nos próximos 12 anos, segundo os comerciantes



Fonte: Pesquisa direta, 2012.

A perspectiva para o comércio de Fagundes para os próximos 12 anos, de acordo com os donos dos mercadinhos, foi a seguinte: o Mercadinho Q-Preço, Gentil Mercadinho, Mercadinho Santo Antonio, Max Supermercado e Mercadinho do Faustino afirmaram que a expectativa para o comércio, nos próximos 12 anos, é bom; já os comerciantes dos Mercadinho Pague Menos, Mercadinho do Beto, Mercadinho do Neco, afirmaram que poderá ser regular, conforme aos fatores relatados pelos os mesmos.

Esses dados revelam que a maioria dos comerciantes está otimista; os demais, que afirmam que esse crescimento será regular, crê-se que é devido à concorrência do comércio que encontra-se em expansão, que de certa forma os próprios já presenciaram, vendo a falência de alguns amigos comerciantes, tidos como grandes mercadinhos em uma dada época. E que, em pouco tempo, não resistindo à concorrência, decretaram falência fechando os seus estabelecimentos. Foi perguntado aos clientes dos mercadinhos, por quais motivos que os levaram a comprar nos mercadinhos e não nas bodegas (Gráfico 12).

Gráfico 12: Os motivos que levam os clientes a comprar nos mercadinhos



Fonte: Pesquisa direta, 2012.

Dos 40 questionários aplicados, 38% dos clientes responderam que a variedade dos produtos é o que os trazem a comprar nos mercadinhos, e respectivamente outros 38% também responderam que fazem suas compras devido aos preços mais baixos, que segundo esses é bem mais em conta do que nas bodegas. A proximidade dos mercadinhos também atingiu um número considerável, obtendo 10% dos clientes, o contato direto com as mercadorias correspondeu a 10% dos clientes, enquanto o espaço físico ficou com apenas 4% de representatividade. Mas de modo geral, pode-se observar que os mercadinhos estão agradando os seus clientes, além do espaço ampliado, as promoções, a diversidade de mercadorias, que atrai cada vez mais uma clientela nova (Figuras 11 e 12).

Figura 11: Diversidade de produtos nos mercadinhos - Figura 12: Promoções dos mercadinhos



Fonte: Próprio autor, 2012.

Essas promoções, de certa forma, atraem a clientela, até porque o cliente na maioria das vezes, visa economizar na hora da compra; a diversidade de mercadorias faz com que os clientes não precisem sair de um comércio para outro para concluir suas compras, encontrando em um só lugar tudo que necessitam. Quanto questionados, 95% dos clientes afirmaram que os mercadinhos oferecem tudo que eles necessitam.

3.2 Uma Proposta de Viabilidade Sob a Ótica do Comércio Varejista em Fagundes-PB

O comércio no centro do município de Fagundes tem aumentado nos últimos 10 anos, com o surgimento dos mercadinhos, através da iniciativa privada. O fortalecimento dos mercadinhos e o crescimento do comércio, o aumento do fluxo de pessoas, as modernas instalações, espaços mais sofisticados, facilidade no autoatendimento, preços mais acessíveis, são fatores que atraem a clientela para essa modalidade comercial. Em paralelo, os comerciantes que trabalham dentro do Mercado Público vendendo verdura, fruta, carne, redes, relógios, entre outros, se veem em uma situação difícil diante da concorrência com os mercadinhos, pois estes já oferecem quase tudo que os clientes precisam.

Diante disso, propõe-se que o Poder Público (na figura do poder executivo e legislativo governamental) revitalize o Mercado Público Municipal, de forma a promover melhorias em seu espaço físico comercial, quanto a melhoria na infraestrutura como telhado, boxes, banheiros, fachada frontal e interna entre outros, para causar uma boa impressão paisagística, conforto, acessibilidade salubre, confiança nos produtos comercializados e bem estar a população, atraindo os olhares do público, já que a atual situação é desanimadora. Buscando resgatar as velhas tradições das feiras livres e no âmbito dela o resgate da funcionalidade das bodegas (Figuras 13 e 14).

Figuras 13 e 14: Condições físicas do Mercado Público Municipal



Fonte: Próprio autor, 2012.

Como se pode observar, a estrutura do Mercado Público é bem antiga e encontra-se bastante deteriorada, ao lado têm-se duas bodegas, um espaço que com a revitalização poderia acomodar vários comerciantes. No entanto, apesar de ser representa uma cidade de médio porte e uma das mais importantes do Estado da Paraíba e do interior do Nordeste, a cidade de Campina Grande, considera um centro comercial de atacado e varejista, conta na atualidade por força do Poder Público Municipal duas Arcas (Titão e Categral) para abrigar os comerciantes ambulantes que não tinham um espaço fixo para comercializar os produtos. Essa

modalidade também pode ser realizada em municípios de pequeno porte, como é o caso de Fagundes, o querer fazer e acolher os menos favorecidos no mercado de trabalho

Acredita-se que essas mudanças poderiam atrair os clientes, pois boa parte desses deixou de comprar no mercado devido às más condições, principalmente de higiene. Ao mesmo tempo revitalizar o espaço significa oportunizar que aqueles comerciantes que trabalham na rua, sem ponto fixo, pudessem ocupar alguns dos boxes dentro do mercado. Já existem comerciantes nos boxes atuais, mas com a revitalização se abririam novos espaços, ou seja, novas oportunidades para os comerciantes que não têm ponto fixo.

Percebe-se que o crescimento do comércio tem alterado a paisagem urbana da área central de Fagundes. As casas antigas estão sendo vendidas e demolidas para construir novosempreendimentos, com novas estruturas, principalmente, estabelecimentos comerciais, seja verticalizado ou não. Uma proposta seria o estabelecimento de uma parceria entre setor público e privado para melhor pensar sobre essas mudanças, no sentido de haver uma preservação das características das casas históricas ou da história da própria cidade, resistindo às transformações que vem ocorrendo de forma desordenada, que tendem a tornar o centro da em um espaço meramente comercial, extinguindo totalmente uma história popular.

Um exemplo a ser seguido seria a proposta desenvolvida na cidade de Areia, que manteve as fachadas das casas, para que a história da cidade estivesse sempre aos olhos do povo, na qual essa tem seu arquitetônico preservada e conservada, que levou a mesma a ser considerado uma das cidades históricas do Estado da Paraíba. Em Fagundes essa proposta seria igualmente viável, sobretudo, no intuito de valorizar e estimular o turismo, como demonstra as Figuras 15 e 16 de algumas casas antigas da cidade.

Figuras 15 e 16: Casas antigas em meio ao comércio no centro da cidade



Fonte: Próprio autor, 2012.

Atualmente, as casas mais antigas (residências) dividem o mesmo espaço com os novos espaços comerciais verticalizados (mercadinhos e outros tipos de comércio). A Figura 15 mostra algumas residências, que pelas fachadas devem ter mais de 50 anos, e ao lado dela um

símbolo do capitalismo - mercadinho. A Figura 16 demonstra o lado oposto da mesma rua central que pouco foi atingido pelas transformações trazidas pelo crescimento comercial. São paisagens que precisam ser preservadas, com iniciativas do Governo Municipal, pois retratam a história e a evolução do município, além disso, manteriam uma parcela habitacional a paisagem urbana. Essas ações podem gerar muitas discussões em meio aos principais interessados como as donas de casas, os comerciantes que queiram ampliar seus espaços, comerciantes que querem investir em um novo estabelecimento comercial. Amplos debates que, se bem articulados, gerariam benefícios para o município.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento dos mercadinhos em Fagundes-PB abriu espaço para uma nova dinâmica comercial na cidade, visto que a atividade econômica do varejo se sobrepõe a forma de comércio existente nas bodegas, mercearias e do mercado público. Os consumidores preferem comprar nos mercadinhos pela diversidade de produtos oferecidos. Os preços atraem bastante à clientela. Esse tipo de comércio varejista adotado pelos mercadinhos faz com que a competitividade entre eles seja cada vez maior, e assim, os preços tendem a baixar, favorecendo aos clientes.

Os mercadinhos, apesar de se concentrarem no centro da cidade, também são encontrados na periferia, bem mais reduzido em quantidade, de modo a favorecer a clientela mais próxima a essas ruas. Os mercadinhos das ruas periféricas possuem espaços comerciais menores que os da rua central, nos quais os espaços são bem mais amplos e o comércio é mais dinâmico.

A paisagem do centro da cidade mudou com o crescimento do comércio varejista. As casas antigas foram vendidas, dando lugar a novos territórios para comércio, seja para um mercadinho, ou outro tipo de estabelecimento comercial de ramo diferente. Assim, se faz presente o processo de verticalização, impulsionado pela dinâmica do comércio, o que leva os donos dos mercadinhos a construir seus estabelecimentos comerciais acima de seus empreendimentos, o que transformou a paisagem urbana, principalmente no centro da cidade.

Sendo assim, com o espaço urbano se (re)estruturando, o comércio dando sinais de estabilização, ocorre cada vez mais o deslocamento de comerciantes para o centro da cidade, buscando investir na compra de casas antigas, que serão demolidas para que possam estabelecer seus empreendimentos comerciais. Essa busca acabou por valorizar o preço dos imóveis na área central, que a cada dia ficam mais valorizados.

A concorrência e a competitividade são fatores que contribuíram para essa valorização do espaço no centro de Fagundes, visto que os três mercadinhos (Max Supermercado, Mercadinho Pague Menos, Gentil Mercadinho) obtêm os maiores lucros registrados, de acordo com a pesquisa realizada em campo.

Assim, eles competem entre si na questão de ampliação, comodidade, variedade de produtos, e principalmente, na questão do espaço físico de seus estabelecimentos. Não a como negar a importância do crescimento e (re)estruturação do comércio de Fagundes, pois os mercadinhos têm contribuído para a geração de emprego e renda, direto ou indiretamente, representando assim, um papel importante na vida social dos moradores do município.

REFERÊNCIAS

- AESA. *Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba*. Governo do Estado da Paraíba. Agencia Regional de Patos. Patos-PB, 2006.
- CARLOS, A. F. A. *A Cidade*. 8 ed. 2ª Reimpressão. São Paulo-SP: Contexto, 2009. 134p.
- CORRÊA, R. L. Globalização e Reestruturação da Rede Urbana- Uma Nota Sobre as Pequenas Cidades. *Revista Território*. Ano IV, nº 6, jan./jun. São Paulo-SP: 1999. p.43-54.
- CPRM. Serviço Geológico do Brasil. Projeto Cadastro de Fontes de Abastecimento por Água Subterrânea. *Diagnóstico do Município de Assunção*. Estado da Paraíba. Recife-PE: CPRM/PRODEEM, 2005. 13p.
- DAMIANI, A. L. Cidades Médias e Pequenas no Processo de Globalização. Apontamentos Bibliográficos. In.: América Latina: cidade, campo e turismo. LEMOS, A. I. et. al. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, San Pablo. Diciembre 2006. p. 135-147.
- DINIZ, L. S. *As Bodegas da Cidade de Campina Grande*. Dinâmica Sócio-Espaciais do Pequeno Comércio. Campina Grande-PB: EDUFCEG, 2011.
- GURJÃO, E. Q. Resistência Indígena e Dominação dos Sertões. In.: GURJÃO, E. Q. & LIMA, D. (Orgs). *Estudando a História da Paraíba*. Campina Grande-PB: EDUEF, 2001. 71p.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Caracterização dos Municípios do Estado da Paraíba*. Rio de Janeiro-RJ: IBGE, 2010. Disponível: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=250610#>. Acesso: 05/07/2012.
- _____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *IBGE Cidades@*. Disponível: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=250610#>. Acesso: 05/07/2012.
- _____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário 2010*. Disponível: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=250610#>. Acesso: 26/06/2012.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *IBGE Cidades@, 2010*. Rio de Janeiro-RJ: IBGE, 2010. Disponível: www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?. Acesso: 29/08/2012.
- JCF. *Junta Comercial de Fagundes*. Fagundes-PB, 2011.
- LIMA, P. J. et. al. In.: *Atlas Geográfico do Estado da Paraíba*. João Pessoa-PB: GRAFSET, 1985. 84p.
- LIMA, D. Revoltas do Século XIX. . In.: GURJÃO, E. Q. & LIMA, D. (Orgs). *Estudando a História da Paraíba*. Campina Grande-PB: EDUEF, 2001. 71p.
- MARX, K. *O Capital*. 7 ed. Rio de Janeiro-RJ: Livros Técnicos e Científicos, 2010. 147p.
- MELO, A. S. T. et. al. In.: *Atlas Geográfico do Estado da Paraíba*. João Pessoa-PB: GRAFSET, 1985. 139p.

- MELO, S. A. T. & RODRIGUEZ, J. L. *Atlas Geográfico do Estado da Paraíba*. João Pessoa-PB: GRAFSET, 2003. 151p.
- MIN-BRASIL. Ministério da Integração Nacional. *Nova Delimitação do Semiárido Brasileiro*. Brasília-DF: MIN, 2005.
- MOREIRA, R. O Espaço do Capital: a produção capitalista do espaço. In.: *O Que é Geografia*. São Paulo-SP: Brasiliense, 2007. p.91-111.
- PINHEIRO, M. Gestão e Desempenho das Empresa de Pequeno Porte. *Tese de Doutorado*. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo-SP: USP, 1996. 141p.
- PMF. Prefeitura Municipal de Fagundes. *Secretaria de Administração*. Fagundes-PB, 2011.
- RAMIRES, J. C. L. A Verticalização de São Paulo: uma nova dimensão nos estudos das cidades. In.: *Sociedade & Natureza*. V. 9, n. 17. Minas Gerais: Uberlândia, 2011. p. 5-22.
- SAMPIERI, R. H. et. al. *Metodologia de Pesquisa*. 3 ed. São Paulo-SP: McGraw-Hill, 2006. 232p.
- SANTOS, M. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo-SP: Contexto, 2008.
- SOUZA, N. Produção e Expansão Urbana nas Pequenas Cidades: estudo de caso sobre Maracás-BA. *Monografia de Graduação*. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia-UESB. Maracás-BA: UESB, 2009. 33p.
- SOUZA, M. L. *ABC do Desenvolvimento Urbano*. Rio de Janeiro-RJ: Bertrand Brasil, 2003.
- SPOSITO, M. E. B. O Chão em Pedacos: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo. *Tese (Livre Docência)*. Presidente Prudente: UNESP, 2004. 508p.

APÊNDICES

Universidade Estadual da Paraíba
Centro de Educação
Curso de Licenciatura Plena em Geografia
Campus I – Campina Grande - Paraíba

QUESTIONÁRIO 1: Aplicado aos Clientes dos Mercadinhos

1. O mercadinho oferece tudo que o(a) senhor(a) necessita?
 Sim Não
2. Onde o(a) senhor(a) residi?
 zona rural zona urbana
3. A escolha por este mercadinho é devido aos preços baixos ou por ser mais próximo?
 preços baixos proximidade
4. O espaço físico do mercadinho, sobretudo, o autoatendimento, é um dos fatores que o traz a fazer as compras aqui?
 sim não
5. Onde o(a) senhor(a) prefere fazer suas compras?
 Nas antigas bodegas Nos atuais mercadinhos

Por quê? _____

QUESTIONÁRIO 2: Características da Unidade Econômica Comercial Varejista do Município de Fagundes-PB

1. Nome do proprietário: _____
2. Nome do estabelecimento: _____
3. Tipo de estabelecimento comercial:
 Roupas/calçados Farmácia Panificadora Alimentos Armário
 Salão de beleza Supermercado Mercadoria Sorveteria Locadora
 Loja de eletro-eletrônico Outro _____
4. Este estabelecimento comercial é:
 Próprio – já pago com escritura da Prefeitura Próprio – ainda pagando com declaração da Prefeitura
 Próprio – ainda pagando sem declaração da Prefeitura Alugado
 Emprestado No próprio domicílio residencial Outra condição -

5. Há quanto tempo o empreendimento comercial funciona neste local?
_____ Meses _____ Anos
6. Você se considera um comerciante do tipo:
 Formal, ou seja, regularizado Informal, ou seja, clandestino
7. Você é sócio de alguém? Sim Não - Se for, quantos sócios? _____
8. Para desenvolver suas atividades comerciais utiliza equipamentos (permite múltiplas respostas)?
 Sim Não
- Se sim, qual ou quais tipos: Ferramentas ou utensílios Máquinas manuais
 Máquinas elétricas Veículos ou motos Telefone móvel celular
 Telefone fixo Microcomputador Internet Outros? _____
9. Informe os custos mensais habituais com seu comércio com matérias-primas, mercadorias, embalagens, serviços e pagamento de funcionários? _____
10. De onde é a maioria dos seus clientes (permite múltiplas respostas)?
 Vizinhança Do mesmo bairro Bairros próximos Outros locais da cidade
 De outras cidades Zona Rural Outros? _____
11. Para abrir o seu comércio, utilizou o acesso de empréstimo ou financiamento?
 Sim Não
- Se não, por quê? Não precisou Não conseguiu comprovar renda
 Dificuldade em ter aval Taxa de juros elevados O processo é muito demorado
 Não gosta de ficar devendo Condição de inadimplente (SERASA/SPC, etc.)
 Muita burocracia Outro _____

Universidade Estadual da Paraíba
Centro de Educação
Curso de Licenciatura Plena em Geografia
Campus I – Campina Grande - Paraíba

QUESTIONÁRIO 3: Roteiro de Entrevistas para os Ex-Proprietários dos Espaços Onde Atualmente são os Mercadinhos

1. Quais motivos que os levou a vender sua casa?

2. O valor da venda de seu imóvel foi satisfatório?

3. O dinheiro ganho pela venda do imóvel foi bem aplicado? Conseguiu abrir algum negócio ou aplicou em caderneta de poupança?

4. Com o deslocamento, mudou o local onde você faz suas compras?

5. Ainda tem contato com os antigos vizinhos? Por quê?
