



UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Mestrado em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social

ALMIR MARTINS JUNIOR

**CIRCUITOS DO COMÉRCIO VAREJISTA EM BAIROS
POPULARES: BOCA DO RIO (SALVADOR/BA)**

**SALVADOR
2018**

ALMIR MARTINS JUNIOR

**CIRCUITOS DO COMÉRCIO VAREJISTA EM BAIROS
POPULARES: BOCA DO RIO (SALVADOR/BA)**

Dissertação apresentada ao Mestrado em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social da Universidade Católica do Salvador como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre.

Orientadora: Prof.^a Dra. Silvana Sá de Carvalho.

SALVADOR
2018

UCSal. Sistema de Bibliotecas.

M386 Martins Junior, Almir

Circuitos do comércio varejista em bairros populares: Boca do Rio - Salvador/Ba/Almir Martins Junior. – Salvador, 2018.
126 f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica do Salvador.
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Mestrado em
Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Silvana Sá de Carvalho.

1. Economia Urbana 2. Varejo 3. Circuito Superior 4. Circuito Inferior
5. Boca do Rio - Salvador/BA I. Universidade Católica do Salvador.
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação II. Carvalho,
Silvana Sá de – Orientadora III. Título.

CDU 339.371.2(813.8)

TERMO DE APROVAÇÃO

ALMIR MARTINS JUNIOR

“CIRCUITOS DO COMÉRCIO VAREJISTA EM BAIROS POPULARES: BOCA DO RIO (SALVADOR/BA)”


Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social.

Salvador, 24 de agosto de 2018.

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Silvana Sá de Carvalho – Orientadora/UCSal



Profa. Dra. Cláudia Cristina Rios Caxias da Costa – Coorientadora/UNIDOM



Profa. Dra. Maina Pirajá Silva – UCSal



Profa. Dra. Aliger dos Santos Pereira – UNEB/IFBA

Ao meu Pai Almir e a minha Mãe Juju.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelas bênçãos. Por toda a coragem, determinação e força na escolha da direção correta a tomar e por dar-me a oportunidade de conhecer deste momento maravilhoso. Agradeço a Ele todas as vitórias e conquistas alcançadas durante toda a minha vida.

Agradeço à Universidade Católica do Salvador (UCSAL) e ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social pela confiança em mim depositada.

À minha orientadora e grande inspiradora, Profa. Dra. Silvana Sá de Carvalho, pela dedicação, carinho e o compartilhamento de seu conhecimento, pelas valiosas contribuições e a paciência que sempre dispensou a mim e ao meu trabalho.

A minha co-orientadora Profa. Dra. Cláudia Cristina Rios Caxias da Costa, pela amizade, coleguismo e acima de tudo pelas valiosas contribuições.

Aos funcionários da UCSAL pelo tratamento sempre cordial a mim dispensado.

Aos comerciantes da Boca do Rio, entrevistados, pelas informações fornecidas.

A minha filha Rafaela Martins, em quem busquei inspiração e alegria, nos momentos mais difíceis dessa caminhada, a qual dedico todo meu esforço para ser o melhor exemplo.

Ao amor e carinho recebidos de minha esposa, Márcia Menezes, que com seu companheirismo me ajudou a vencer mais esse obstáculo com toda sua cumplicidade amor e carinho.

Aos meus pais, por me terem dado educação, valores e por me terem ensinado a andar. A meu pai Almir Martins (in memoriam), que onde quer que esteja nunca deixou de me amar, nem de confiar em mim. À minha mãe Judith Martins (in memoriam), amor incondicional, meu amor eterno.

Aos meus irmãos Tereza, Ângela, Cristina em especial Valmir, que sempre torceram e apoiaram, a vocês todo meu amor.

Agradeço aos meus queridos amigos, cujos nomes me permito omitir, tendo em vista a extensa lista de pessoas que integram a minha vida.

Sobretudo, agradeço a Deus pelo trabalho concluído, pois sem ele nada sou.

Que darei eu ao Senhor, por todos os benefícios que me tem feito?

Salmos 116:12

RESUMO

Este estudo é o resultado da pesquisa referente ao comércio varejista do bairro da Boca do Rio, na cidade de Salvador/BA a partir dos dois circuitos da economia urbana, identificando as atividades que demonstram essa teoria, analisando e verificando a importância que os circuitos da economia urbana assumem na organização do bairro bem como apontar o mais predominante. Para sua realização utilizou-se uma abordagem dedutiva qualitativa, buscando encontrar a ocorrência e a existência dos circuitos da economia urbana no comércio da Boca do Rio, um estudo de caso onde procuramos analisar o evento dentro de uma conjuntura contemporânea. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para construir o aporte teórico. A pesquisa descritiva e a de campo teve por objetivo o levantamento de dados no comércio sobre as principais características do circuito da economia urbana. Os dados foram levantados através de um questionário aplicado nos estabelecimentos comerciais. As informações geradas pela pesquisa permitiram a elaboração de gráficos, mapas, tabelas que apontaram a localização do varejo do bairro da Boca do Rio, os tipos de lojas e suas características como consumo, organização empresarial, tecnologia, informação, crédito, finanças, publicidade e logística. Na análise dos resultados identificou-se a presença e a predominância do circuito inferior ante o circuito superior no referido bairro entre os estabelecimentos pesquisados, bem como o papel que o circuito inferior representa para a sua organização espacial e comercial.

Palavras-chave: Economia Urbana. Varejo. Circuito superior. Circuito inferior. Boca do Rio, Salvador/BA.

ABSTRACT

This study is the search result for the retail trade in the neighborhood of the Boca do Rio, in the city of Salvador/BA from the two circuits of the urban economy, identifying activities that demonstrate this theory, analyzing and verifying the importance the circuits of the urban economy take in organizing the neighborhood as well as pointing out the more prevalent. To your achieving a deductive approach was qualitative, seeking to find the occurrence and existence of the circuits of the urban economy in the Boca do Rio trade. The case study where we seek to analyze the event within a contemporary context. The literature search with your theoretical contribution. Descriptive research and field that aimed at data collection on trade on the main features of the urban economy. The data were collected through a questionnaire applied in commercial establishments. The information generated by research led to the development of charts, maps, tables that pointing the location of retail in the neighborhood of the Boca do Rio, the types of stores and their characteristics as consumption, business organization, technology, information, credit, finance, advertising and logistics. In the analysis of the results identified the presence and prevalence of lower circuit before the top circuit in that neighborhood between the establishments surveyed, as well as the role that the circuit below represents for your space and organization commercial.

Keywords: Urban Economics. Retail. Top circuit. Lower circuit. Boca do Rio, Salvador/BA.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa de localização do bairro Boca do Rio em Salvador/BA	16
Figura 2 - Linha do tempo de transformações no espaço do bairro Boca do Rio.....	18
Figura 3 - Antigo “Final de linha da Boca do Rio”, onde hoje é a rua Hélio Machado	19
Figura 4 - Bairro Jardim Armação, vizinho a Boca do Rio, com alto padrão imobiliário.	19
Figura 5 - Orla atlântica de Salvador, Jardim de Alá o antigo Clube do Bahia, próximo ao bairro Boca do Rio	20
Figura 6 - Fluxograma de desenvolvimento da pesquisa	22
Figura 7 - Área de estudo do comércio da Boca do Rio (a), ruas Hélio Machado (b) e Simões Filho (c)	23
Figura 8 - Sistema de classificação varejista do mercado norte-americano.....	57
Figura 9 - Classificação das organizações varejistas	58
Figura 10 - Modelo de varejista sem loja.....	60
Figura 11 - Comércio diversificado da Boca do Rio	83
Figura 12 - Mapa do bairro Boca do Rio e seu entorno.....	84
Figura 13 – Mapa da área de estudo da Boca do Rio	86
Figura 14 - Intervenções pública no entorno do bairro Boca do Rio.....	90
Figura 15 - contraste do comércio degradado e bem cuidado nos estabelecimento da Boca do Rio.....	91
Figura 16 - Estabelecimentos em mau estado de conservação	92
Figura 17 - Rede de franquia instalada no comércio da Boca do Rio	93
Figura 18 - Rede de supermercado varejista e atacadista instalado no bairro Boca do Rio.....	94
Figura 19 - Comércio informal instalado na rua Hélio Machado na Boca do Rio	107
Figura 20 - Mapa de distribuição dos dois circuitos da economia urbana no bairro Boca do Rio.....	110

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Principais atividades do bairro Boca do Rio.....	88
Gráfico 2 - Nível de satisfação localização dos estabelecimentos em relação ao bairro Boca do Rio.....	89
Gráfico 3 - Nível de satisfação localização da infraestrutura dos prédios e do entorno	89
Gráfico 4 - Procedência dos produtos no comércio da Boca do Rio	95
Gráfico 5 - Tipos de pagamentos realizados a fornecedores	96
Gráfico 6 - Uso da tecnologia nos estabelecimentos no bairro Boca do Rio	99
Gráfico 7 - Uso de linhas de créditos utilizadas pelos estabelecimentos na Boca do Rio.....	99
Gráfico 8 - Utilização da propaganda nos estabelecimentos comerciais da Boca do Rio.....	102
Gráfico 9 - Perfil dos consumidores do comércio da Boca do Rio.....	103
Gráfico 10 - Compra de mercadorias realizada pelos estabelecimentos comerciais da Boca do Rio.....	105

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Critérios e tipos do varejo de serviço	62
Quadro 2 – Atividades predominantes na Boca do Rio, em Salvador/BA,	87

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Números de funcionários dos estabelecimentos pesquisados no bairro Boca do Rio.....	97
Tabela 2 - Classificação das empresas segundo o número de empregados	98
Tabela 3 - Operações bancárias utilizadas pelos estabelecimentos da área pesquisada	101
Tabela 4 - Forma de pagamento oferecida aos clientes pelos estabelecimentos bairro Boca do Rio.....	104

LISTA DE SIGLAS

BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

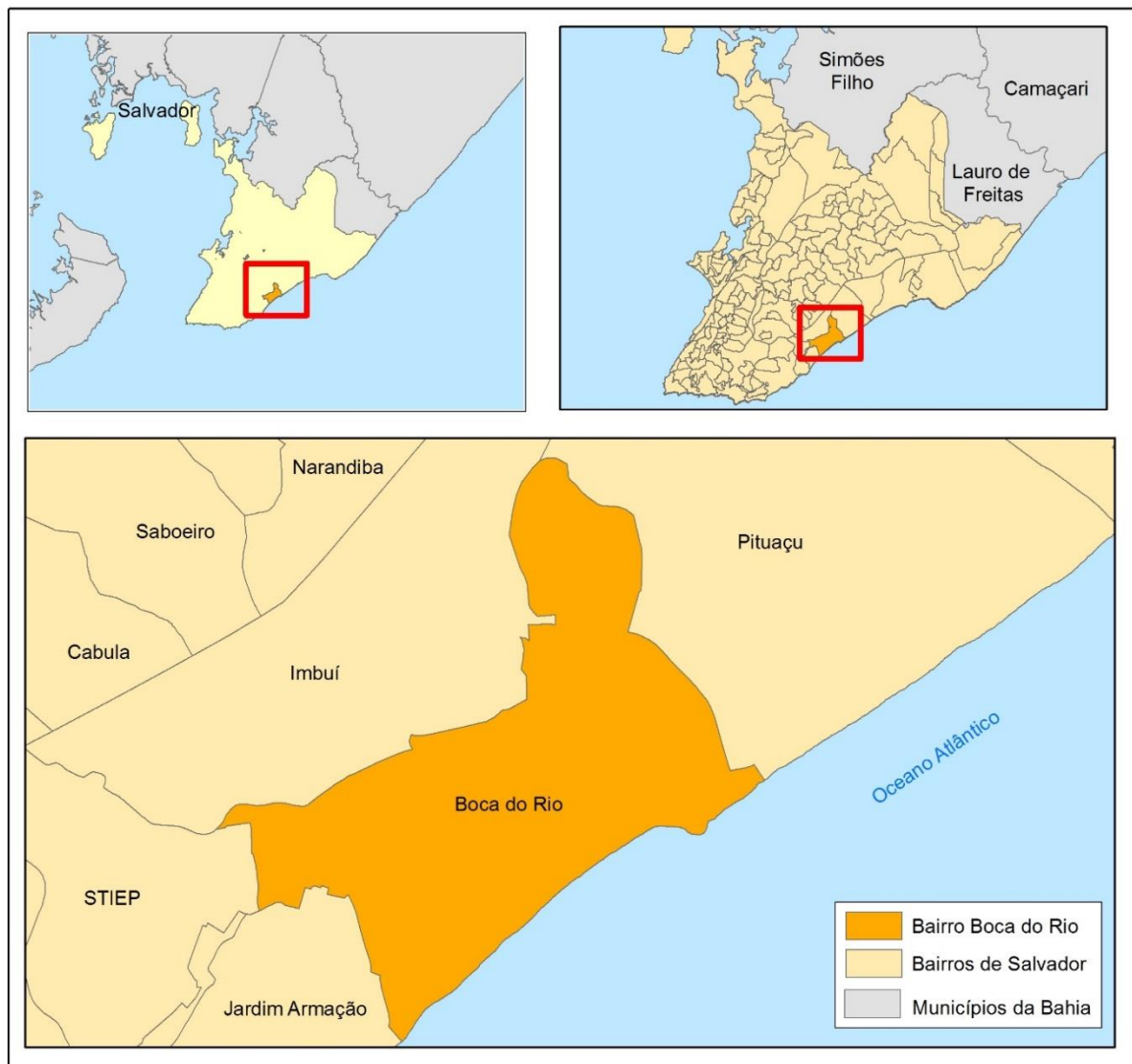
SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
2	A ECONOMIA URBANA.....	26
2.1	Caracterizações e composição dos circuitos da economia urbana....	27
2.2	Novos nexos entre os circuitos da economia urbana.....	37
3	O VAREJO.....	54
3.1	Instituições varejistas.....	55
3.1.1	O varejo com loja.....	56
3.1.2	O varejo sem loja.....	58
3.1.3	O varejo de serviços.....	60
3.1.4	O Varejo virtual.....	63
3.2	A história do varejo no Brasil e no mundo.....	65
3.2.1	A história do varejo no Brasil.....	67
3.2.2	A história do varejo na Bahia e na cidade de Salvador.....	71
3.3	As novas características varejistas e suas tendências no Brasil.....	74
4	UMA LEITURA DO BAIRRO BOCA DO RIO EM SALVADOR/BA À LUZ DA TEORIA DOS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA.....	80
4.1	A organização sócio espacial e econômica do bairro Boca do Rio....	81
4.2	Um mapeamento dos dois circuitos da economia urbana no comér- cio varejista no bairro boca do rio.....	107
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114
	REFERÊNCIAS.....	117
	APÊNDICE A - Questionário de pesquisa aplicado aos estabeleci- mentos comerciais da Boca do Rio, Salvador/BA.....	122

1 INTRODUÇÃO

A Boca do Rio é um bairro do município de Salvador tipicamente popular por apresentar características de ocupação e condições socioeconômicas muito peculiares. O bairro está localizado em uma região próxima a áreas de intensa expansão imobiliária, como a avenida Paralela, os bairros Imbuí, Armação, Costa Azul, Orla Marítima e Iguatemi, que, atualmente, assume o título de novo centro financeiro da cidade de Salvador (Figura 1).

Figura 1- Mapa de localização do bairro Boca do Rio em Salvador/BA



Fonte: IBGE (2015).

Elaborado por: Luis Henrique C. Paixão e Almir Martins Junior (2018).

A região hoje conhecida por Boca do Rio, pertencia à freguesia de Nossa Senhora de Brotas, que ia do engenho da Bolandeira, região próxima ao antigo Clube do Bahia na Av. Otávio Mangabeira, até a freguesia de Itapuã. No século XIX as terras da Boca do Rio pertenciam a Manoel Inácio da Cunha Menezes, mais conhecido como o Conde do Rio Vermelho. Ele morava em uma casa onde hoje é a antiga área do Aeroclube, e explorava ali, com ajuda de escravos, a pesca do Xaréu e de Baleia. A atividade pesqueira iniciou o povoamento da comunidade com a pesca do Xaréu e do Bagre que acontecia na foz do Rio das Pedras, daí veio nome do bairro Boca do Rio, com a saída e a chegada das tradicionais jangadas pela foz desse rio, foi o ponto inicial de colonização desta comunidade (BOCA DO RIO CULTURAL, 2011).

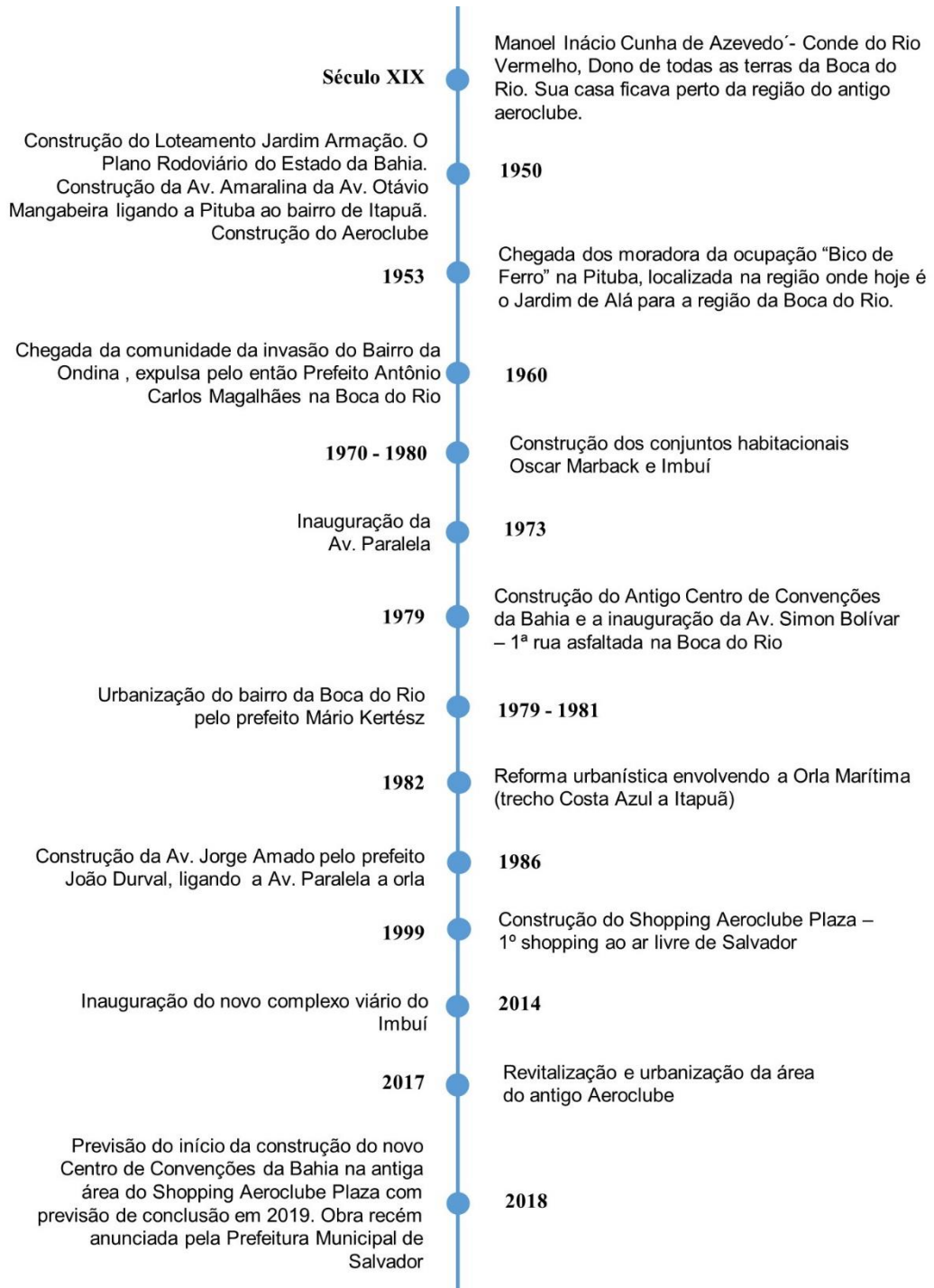
O nascimento do Bairro Boca do Rio se deu a partir da década de 1950 (Figura 2), com a construção do Loteamento Jardim Armação e com a ocupação da comunidade “Bico de Ferro”, oriunda da região da Pituba, onde hoje é o Jardim dos Namorados. Já na década de 1960, outra comunidade que estava localizada em Ondina, que foi expulsa pelo então prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães, ocupou a região da Boca do Rio em uma localidade que hoje é conhecida como o “Alto do São Francisco”. Entretanto, a partir da década de 1970 a região da Boca do Rio teve um vertiginoso crescimento populacional e comercial devido ao advento do Plano Rodoviário do Estado da Bahia, a inauguração da Av. Paralela em 1973, a inauguração do conjunto Marback e o surgimento do bairro Imbuí (Figura 3).

Como em tantos bairros populosos de Salvador, a Boca do Rio reflete a falta de planejamento urbano em suas ruas estreitas e tortuosas, e a ausência de políticas sociais que resultam no aumento de problemas como o desemprego e a violência, mas, mesmo assim o bairro remete a uma cidade do interior, onde suas ruas abrigam um comércio bastante diversificado, forte e intenso. A área mais movimentada do comércio está localizada entre as ruas Hélio Machado, Simões Filho, Lineu Lapa Barreto e Job Magalhães, conhecido como o “Fim de linha da Boca do Rio”, onde encontramos um movimentado comércio varejista.

Uma das principais marcas do comércio da Boca do Rio é a diversificação do seu centro comercial. Dezenas de minimercados, padarias, farmácias, bombonieres, lojas de roupas, de calçados, de móveis, de materiais de construção, de açougues, de assistências técnicas autorizadas, de clínicas médicas e odontológicas, de laboratórios de exames clínicos além do comércio informal. O local também abriga vários

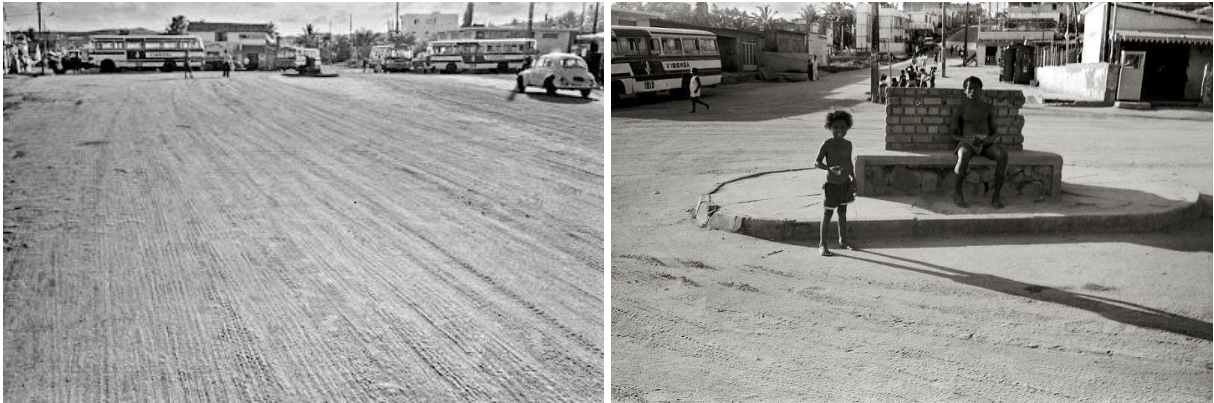
restaurantes famosos como o Iemanjá, Ki-mukeka, Boi Preto, Tchê Picanha, A Porteira e o Restaurante Bargaço, localizados à margem da Avenida Otávio Mangabeira em frente ao mar.

Figura 2 - Linha do tempo de transformações no espaço do bairro Boca do Rio



Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Figura 3 - Antigo “Final de linha da Boca do Rio”, onde hoje é a rua Hélio Machado



Fonte: BOCA DO RIO CULTURA (2011).

O bairro Boca do Rio apresenta um histórico marcado por ocupações peculiares e uma população com características bastante distintas e é caracterizado pela grande diferenciação de renda entre seus habitantes. O bairro possui várias “subáreas” onde é possível encontrar vários níveis de renda. As áreas próximas ao bairro e à Orla Marítima são destinadas à classes média e alta como Stiep, Costa Azul, Jardim Armação (Figura 4) e Imbuí e podemos encontrar uma população com um nível de renda maior, entretanto as áreas mais centrais e periféricas do bairro são ocupadas por moradores com rendas menores.

Figura 4 - Bairro Jardim Armação, vizinho a Boca do Rio, com alto padrão imobiliário.



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Um conhecimento mais aprofundado sobre o bairro Boca do Rio suscitou o desejo de estudar seu comércio varejista diversificado e popular. O tema proposto a partir desta questão principal está relacionado ao estudo do comércio em bairros po-

pulares pela ótica dos dois circuitos da economia urbana. Atualmente a área em estudo não sofreu nenhuma intervenção governamental de grande referência, porém, por estar localizada próxima a uma região turística, a orla marítima de Salvador (Figura 5), e cortada com avenidas de grande destaque na capital, as ações públicas estão direcionadas ao entorno, como a revitalização da orla e a construção do novo Centro de Convenções, na região do antigo Aeroclube, obra recém anunciada pela Prefeitura de Salvador (PASTORE, 2018).

Figura 5 - Orla atlântica de Salvador, Jardim de Alá o antigo Clube do Bahia, próximo ao bairro Boca do Rio - 2018



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

O comércio varejista no bairro Boca do Rio desenvolve-se para suprir as carências de seus moradores e atender a presença cada vez maior de moradores de bairros vizinhos a procura de preços mais atrativos, o que gerou mais emprego para a população da Boca do Rio e a obrigação menos frequente de consumir em outros centros comerciais da cidade.

Nesse entendimento, procurei a luz da teoria dos dois circuitos da economia urbana uma compreensão da atual organização do comércio varejista do bairro Boca do Rio. Entretanto, para Santos (2008a), não teria como identificar os dois circuitos da economia urbana através de variáveis isoladas, e sim, considerar o conjunto dessas variáveis. Dessa forma, o estudo em questão, empregou de algumas dessas variáveis, como alicerce para a descrição de cada uma das dinâmicas que norteiam os dois circuitos.

Assim a referida pesquisa, cujo título é “Circuitos do comércio varejista em bairros populares: Boca do Rio (Salvador/BA)”, tem como base teórica os dois circuitos

da economia urbana. A partir do circuito superior e inferior da economia urbana procurou-se resposta para o seguinte questionamento: Quais dos dois circuitos que se mostra determinante no bairro e suas respectivas funções no comércio varejista na Boca do Rio?

Esta dissertação tem como objetivo geral analisar a organização do comércio popular do bairro Boca do Rio, localizado na cidade de Salvador, capital da Bahia, a partir da teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos.

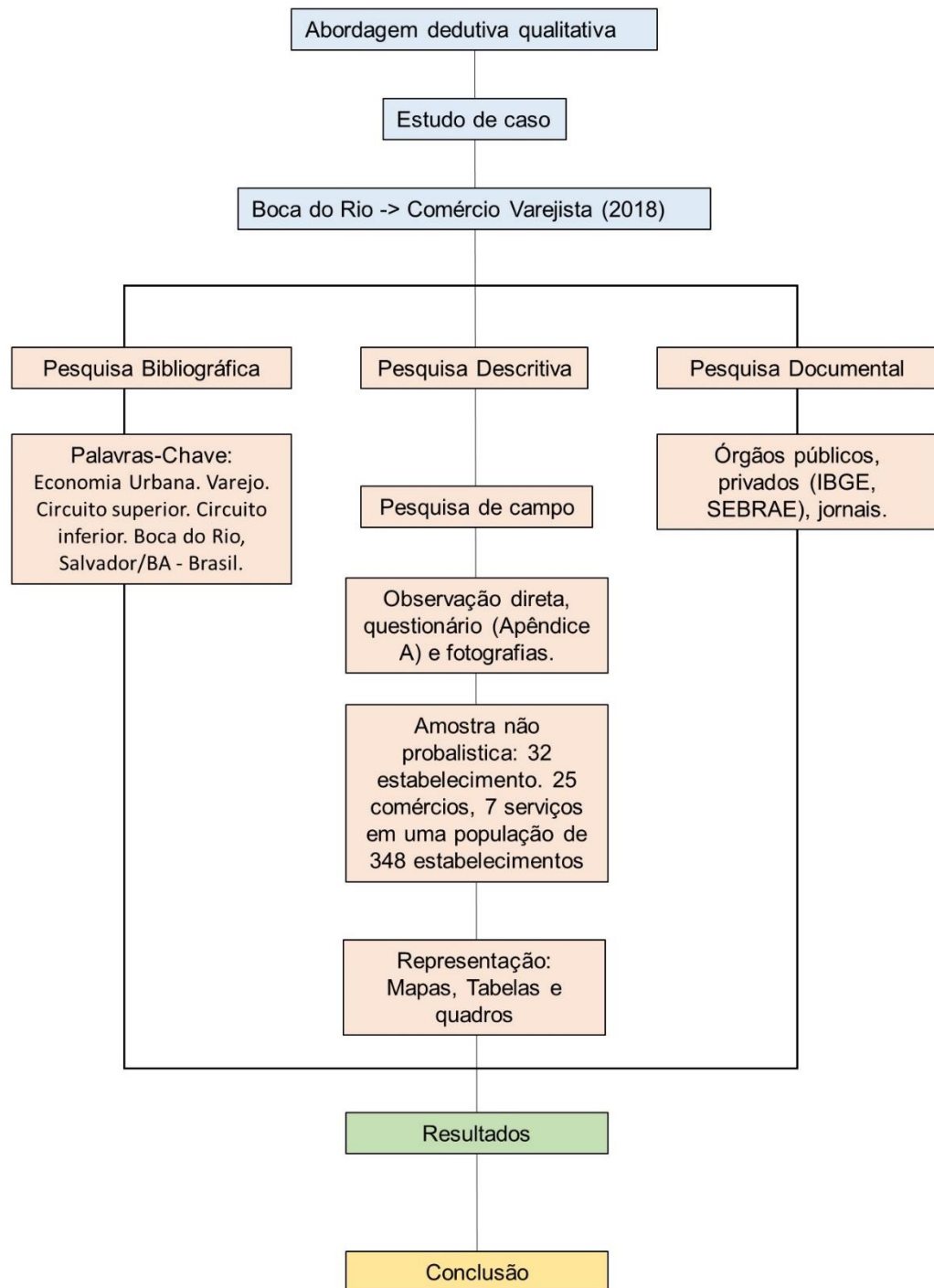
Foram determinados também os seguintes objetivos específicos: Identificar e mapear as atividades que apontam a presença dos dois circuitos da economia urbana no Bairro Boca do Rio a partir da teoria de Milton Santos; descrever as atividades comerciais que demonstrem tal presença; analisar a partir dos circuitos da economia urbana a organização comercial do bairro; e apontar qual circuito que mais se mostra dominante.

Quanto à estratégia metodológica do trabalho, para atingir os objetivos propostos, fez-se o uso de uma abordagem dedutiva qualitativa (Figura 6). O método dedutivo parte de uma teoria considerada geral, que busca explicar a ocorrência dessa teoria, em situações particulares, para chegar a uma conclusão sobre um determinado aspecto. É o método cuja a concepção científica parte da argumentação geral para o particular. Já a abordagem qualitativa são eventos em que se exige realizar classificações nas quais precisam ser comparadas para identificar proporção, grau, ou intensidade de uma determinada teoria (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Diante da pesquisa realizada para compreendermos o comércio varejista da Boca Rio no ano de 2018, utilizamos um estudo de caso, que segundo Yin (2013), consiste em analisar um evento dentro de uma conjuntura contemporânea, quando os limites do evento e da realidade não são nitidamente estabelecidos, e no qual são utilizados vários elementos de evidência.

A estrutura de pesquisa sobre o comércio varejista da Boca do Rio, consiste em uma combinação entre a pesquisa bibliográfica, descritiva e a documental. A pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2017), vai determinar um aporte teórico relevante ao objeto de estudo, onde utilizamos a teoria dos dois circuitos da economia urbana de Santos (2008a) e as características do comércio varejista na atualidade para descrever e qualificar o comércio da Boca do Rio.

Figura 6 - Etapas de desenvolvimento da pesquisa - 2018



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Na pesquisa descritiva que tem como seu propósito primordial a definição das particularidades de determinada população ou a definição de relações com determinada variável (GIL, 2017), realizou-se uma pesquisa de campo com a aplicação de

um questionário de pesquisa (Apêndice A), no mês de maio de 2018, junto aos estabelecimentos comerciais do bairro. A escolha das ruas para aplicação dos questionários se definiu pela maior concentração de atividade comercial e pelo maior adensamento de estabelecimentos que apontam a existência dos dois circuitos da economia urbana. As quatro ruas escolhidas para a aplicação do questionário de pesquisa foram: rua Hélio Machado, rua Simões Filho, rua Des. Lineu Lapa Barreto e a rua Lúcio Manoel da Hora (Figura 7).

Figura 7 - Área de estudo do comércio da Boca do Rio (a), ruas Hélio Machado (b) e Simões Filho (c)



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

O questionário de pesquisa foi dividido em nove itens temáticos tais como ramos de atuação; condição do imóvel; produto/mercadorias; mão de obra; formas de organização da empresa; finanças; sistema de informatização; publicidade e mercado/cliente. Os itens temáticos possuíam perguntas abertas e fechadas e foram ordenadas de acordo com a lógica das variáveis aplicadas na diferenciação dos dois circuitos como a organização, a tecnologia, a informação, a publicidade e finanças.

Foram mapeados 348 estabelecimentos comerciais nas ruas delimitadas para a pesquisa de campo, utilizando os recursos do *Google Maps* e o *Street View*. O questionário foi aplicado em 32 lojas, obtendo, dessa forma, uma amostra não probabilística, que, de acordo com Mattar (2014, p. 268) é “aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo”.

E por fim a pesquisa documental, onde foram analisados documentos de órgãos públicos e privado como o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e jornais de grande circulação no Estado da Bahia como o jornal *A Tarde*.

Além dos procedimentos metodológicos utilizados elaborou-se mapas de localização da Boca do Rio dentro da cidade de Salvador, dos bairros do entorno da região estudada, das ruas pesquisadas e seus estabelecimentos com suas atividades econômicas organizados por circuitos da economia urbana. Além disto, estabeleceu-se um acervo fotográfico decorrente da pesquisa de campo. Finalmente, foram elaborados quadros e tabelas específicos aos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Esta dissertação está estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo trata da construção do objeto de estudo e suas justificativa para pesquisa. O segundo expõe uma discussão sobre a caracterização e composição dos dois circuitos da economia urbana, cujo o título é “A economia urbana”. Procura-se nesse capítulo, caracterizar e compor o circuito inferior e superior da economia urbana, como os dois circuitos se constituem no comércio varejista popular nos dias atuais. A contribuição para essa discussão foram as obras de autores como Milton Santos (1975, 2000, 2008), que fornece a teoria principal para esse estudo relatada no livro “Espaço dividido”, Silveira (2009, 2010, 2011), Montenegro (2006, 2009, 2011, 2013) entre outros.

O terceiro capítulo cujo título é “O varejo”, onde trata-se da história do varejo no mundo e principalmente no Brasil e na Bahia, e as principais características e os tipos de instituições varejistas. Autores como Las Casas (2006), Varotto (2006). Kotler (2000), Braudel (1996), Normando (1975), Rocha (2012), Heinonen (2005), Gottschall (1997) e Santos (2008), entre outros, fundamentaram essa discussão.

No quarto capítulo, “A economia urbana na Boca do Rio”, é caracterizado o bairro Boca do Rio no contexto da cidade de Salvador na Bahia, expondo uma definição geográfica, histórica, econômica e social, e por fim a descrição do comércio varejista popular do bairro Boca do Rio com a descrição de suas atividades e a identificação dos circuitos da economia urbana em comércio popular.

E o quinto capítulo onde através da construção do seu objeto de pesquisa, se buscou fazer uma análise da organização do comércio varejista do bairro Boca do Rio em Salvador, tendo como fundamentação teoria dos dois circuitos da economia urbana que trata de uma importante contribuição de Milton Santos para o estudo da organização do comércio popular em países subdesenvolvidos.

2 A ECONOMIA URBANA

Nos estudos sobre a Geografia encontram-se muitos teóricos que, de alguma forma, sempre buscam a melhor definição sobre sua identidade e evolução, entretanto sempre houve uma busca para melhor definir a identidade geográfica e do seu verdadeiro objeto de estudo. Muitos conceitos foram elaborados e, em contextos históricos determinantes, muitos foram reformulados. Todavia para o entendimento desse estudo, o espaço urbano e o comércio varejistas em bairros populares será de uma maior relevância. O propósito é proporcionar o entendimento do comércio popular varejista com a compreensão dos dois circuitos da economia urbana, tema central do estudo.

Para iniciar os estudos sobre o espaço urbano delimitado pelo objeto de pesquisa, o bairro Boca do Rio em Salvador-BA, utiliza-se como marco teórico os dois circuitos da economia urbana de Santos (2008a). De acordo com o autor, essa teoria procura entender que as grandes cidades dos países subdesenvolvidos não funcionam como um sistema compacto. Na realidade esse sistema compacto é formado por dois subsistemas, dois circuitos econômicos, chamados de circuito superior e circuito inferior da economia urbana. Para Santos (2008a) essa teoria permite compreender os processos de organização do espaço e não apenas sob a perspectiva econômica e sim uma compreensão maior sobre o ambiente socioeconômico.

Conforme explica Santos (2008a) o circuito superior é formado por bancos, varejo e indústria de exportação, indústria moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores, compreendendo o fruto direto da modernização que atinge o território. Já o circuito inferior é constituído do produto indireto da modernização englobando os serviços não moderno, pouco capital, varejo pobre e de pequenas dimensões, destinados principalmente a população de baixa renda. Entretanto, apesar das características bastante distintas, os circuitos não consistem, contudo de sistemas isolados, já que se encontram interligados por relações de complementariedade, concorrência e subordinação.

Atualmente, devido às novas conjunturas socioeconômicas, existe uma ampliação considerável do circuito inferior nas grades capitais, não apenas na forma quantitativa, mas uma acentuada renovação de suas dinâmicas e de suas ligações com o circuito superior. Os novos limites entre os circuitos da economia urbana se redefinem, de acordo com os valores correlatos e a lógica entre eles (MONTENEGRO, 2013).

2.1 Caracterizações e composição dos circuitos da economia urbana

Durante o século XVIII até meados do século XX, os países subdesenvolvidos organizaram sua economia em função dos países europeus, que eram as principais potências econômicas nessa época (SANTOS, 2008a). Entretanto as transformações que ocorriam nas grandes potências econômicas da época, não atingiam, de forma direta os países subdesenvolvidos. Os aspectos econômicos modernos não são adotados de forma imediata e nem tomam a mesma direção. “Trata-se de uma história espacial seletiva” (SANTOS, 2008a, p. 20). Cada país absorve o contexto econômico mundial de acordo com sua estrutura socioeconômica.

Essas modernizações oriundas dos países desenvolvidos podem contribuir para formação de novas áreas produtivas que vão desempenhar novas características próprias de cada lugar. No entendimento de Santos (2008a), a influência dessas novas áreas produtivas seria, em parte, o causador dos desequilíbrios e instabilidade na ordenação do espaço. Dessa forma, a partir do Pós Segunda Guerra Mundial, os espaços dos países subdesenvolvidos passaram a assimilar as variadas influências, principalmente no que se refere aos países desenvolvidos. A consequência dessa influência territorial reflete em grandes desigualdades socioeconômicas do espaço geográfico mundial. Dessa forma a teoria do Espaço Dividido de Milton Santos desponta como uma base para se buscar e compreender as relações traduzidas nos dois circuitos da economia urbana.

No entendimento de Cataia e Silva (2013, p. 57) “[...] a urbanização dos países subdesenvolvidos ocorreu sob um forte crescimento demográfico, forte migração campo-cidade e um contexto de sujeição desses territórios à colonização [...]”, ocasionando o surgimento de cidades interessante aos países ricos. Dessa forma as grandes cidades de países subdesenvolvidos possuem grandes áreas periféricas com profundas desigualdades socioeconômicas.

Segundo Montenegro (2013) a nova realidade urbana e social provocou aparecimento de várias compreensões teóricas sobre o encadeamento da urbanização do terceiro mundo e suas particularidades. Nesse entendimento, surgiram diferentes aspectos da teoria da modernização, a qual previa a distinção entre dois setores desiguais nos países subdesenvolvidos: de um lado o setor moderno e, de outro lado, o setor tradicional. Esse modelo dualista proposto pela autora, se dá a origem do setor

informal, que, ao longo dos anos, evidenciou o valor de paradigma para explicar as realidades urbanas dos países periféricos.

De acordo com Santos (2008a, p. 32), “[...] a cada período histórico as regiões polarizadoras, funcionam como centro de dispersão das modernizações, que dispendo de energia potencial impactam os subsistemas subordinados fazendo com que estes entrem no sistema global. ” O entendimento dos dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos pode ser compreendido a partir da modernização. As mudanças nas periferias desses países vão depender, a priori, das intervenções das forças externas e dos impactos provenientes dessas forças.

Ainda nos estudos de Santos (2008a), o autor propõe que todo espaço procede de um progresso próprio, oriundo de uma junção de forças externas concernente a um sistema cujo o centro se encontra nos países desenvolvidos. É dessa forma que resulta em uma heterogeneidade nas circunstâncias de subdesenvolvimento e a singularidade da conjuntura para cada lugar. Cada região se desenvolve de forma particular, guardando as características chave, um local tem suas particularidades socioeconômicas distintas de outras.

A grande participação do Brasil na divisão internacional do trabalho implica a presença crescente dos agentes da economia globalizada e de suas atividades modernas nas grandes metrópoles do país, conforme propôs Montenegro (2009). Já no entendimento de Silveira (2009) a metrópole é um grande meio de produção, de consumo e comunicação, onde se convergem resultados contraditórios de um processo de modernização, como os salários mais altos, e nas diversas escalas de renda, como os salários mais baixos de uma nação.

Os altos níveis de globalização inseridos nas grandes capitais, seja ela em países desenvolvidos ou em países em vias de desenvolvimentos, não significa, em sentido amplo uma homogeneização territorial. As desigualdades dos sistemas técnicos atuais cooperaram para ampliação das especializações dos lugares em atividades produtivas, tornando-os mais independentes (CATAIA; SILVA, 2013).

A presença ainda maior dos grandes agentes da economia globalizada e suas atividades modernas, com grande meio de produção e consumo, com altos níveis de renda, nas grandes metrópoles, não se manifestam de forma rígida. No entendimento de Montenegro (2009) as cidades apresentam uma grande diferença nas divisões do

trabalho que vivenciam e estabelecem relações. As cidades atuais são organismos vivos, seja em relação às outras cidades vizinhas ou, até mesmo, a outros centros urbanos (SANTOS, 2008a).

No entendimento de Heinonen (2005) as relações das atividades econômicas em países do Terceiro Mundo têm características dualistas. Nas suas observações a autora relata que é fácil entender os extremos das atividades produtivas, todavia existe um meio termo nessas relações, principalmente na escala qualitativa, ocasionando uma divisão em dois setores. Na economia nos países subdesenvolvidos não existe apenas o setor econômico rico, de capital intenso e alto nível de especialização e nem o setor econômico pobre de pouco capital e de baixa especialização, existe também um setor intermediário com características da economia pobre e da economia rica.

Isto posto, as regiões seletivas, se distinguem não apenas pela ótica econômica, mas também social, levam a formatação da teoria dos dois circuitos da economia urbana (ARAÚJO, 2014). A Teoria de Milton Santos se destina, de certa forma, a planejar o espaço urbano no que tange as condições sociais versus a econômica. Na concepção de Santos (2008a) o circuito superior traduz a modernização, que determina uma nova dinâmica de organização espacial da cidade, além do seu território de atuação. “O essencial de suas relações ocorre fora da cidade e da região que os abrigam e tem por cenário o país ou o exterior” (SANTOS, 2008a, p. 22). Já o circuito inferior formado por pequeno varejo, com economias reduzidas, destinadas, principalmente, para o consumo das classes menos abastadas, com sua área de atuação bem definida (SANTOS, 2008a).

Nos dias atuais a nova geografia mundial dá sinais de uma grande organização econômica e territorial. Segundo Silveira (2009, p. 11), a autora relata em seus estudos as grandes disparidades econômicas e a interdependência entre os dois circuitos da economia urbana.

[...] o circuito superior renova, sobre a base da técnica da informação, sua capacidade de macro-organização do território, enquanto o circuito inferior contribui para criar, espontaneamente e sobretudo na metrópole, economias de aglomeração. De certo modo, graças à contiguidade, à soma de suas ofertas e demandas e à densidade comunicacional, este circuito reserva para si uma certa capacidade de comando dessas áreas menos valorizadas do meio construído. (SILVEIRA, 2009, p. 11).

Dessa forma, o circuito inferior está mais instalado em áreas periféricas, menos valorizadas, onde se localiza a população de baixa renda nas grandes cidades. Essa configuração traduz em algumas vantagens, segundo os estudos de Silveira (2011), onde a autora descreve essa aglomeração do circuito inferior na periferia associada a alguns aspectos econômicos significativos. Uma das principais questões está na acumulação de atividades semelhantes ou complementares criando uma espécie de efeito massa, ou seja, uma nova economia de escala que contribui para reduzir os custos globais e individuais. Outro ponto importante, é a proximidade entre tais atividades que pode provocar a difusão de informações gerais e específicas ligadas aos processos, contribuindo para o próprio funcionamento do mercado, traduzindo em vantagens comparativas.

Ainda nesse sentido, essa associação de atividades é muito importante para os dois circuitos da economia urbana. O que tange o circuito inferior, aparece a questão de consumo, que é o sustentáculo da sua sobrevivência onde, entre várias características, a oferta de produtos de primeira necessidade, determinante para a sobrevivência das famílias mais pobres, é um dos seus principais atributos. Isto posto, o fato de um espaço concentrar dinâmicas semelhantes como também outras que as complementam, acaba contribuindo com a demanda de consumo. Uma outra situação, com relação aos custos, todos dois circuitos se beneficiam dessa agregação. Entretanto o grande beneficiário, em incorporar todas essas vantagens em um mesmo lugar, é o circuito inferior que traz uma grande chance de se manter no mercado. As atividades com o menor grau de tecnologia, capital e organização, características do circuito inferior tem mais condições de subsistir e consolidar nas economias de aglomeração, pelo fato de ser o enraizamento e não a deslocalização, ou seja, por estar inserido em regiões periféricas das grandes cidades (SILVEIRA, 2011).

Nesse entendimento, Araújo (2014) relata em seus estudos, que o circuito inferior, atualmente apresenta características do circuito superior, procura se estabelecer, principalmente, em um comércio onde a população pobre predomina sem condições financeiras de consumir os produtos do circuito superior. No varejo do circuito inferior os produtos que estão à disposição dos consumidores são mercadorias fabricadas com matéria prima e insumos de menor qualidade, muitas vezes imitando os produtos que são comercializados no varejo superior para atrair a população de poder

aquisitivo menor. Todavia, o circuito inferior, para Silveira (2011), não é um setor convencional, ele é um produto indireto da modernização, em pleno processo de transformação, modernização e adaptação onde, a maior parte de seus produtos, são originários do circuito moderno. Nas economias atuais, principalmente de países subdesenvolvidos, os circuitos da economia urbano estão dispostos de forma complementar principalmente em aglomerações nas periferias dos grandes centros urbanos, os circuitos não estão isolados e sim, relacionados em diversos fatores.

Dessa forma, Corrêa (2010, p. 73) afirma que:

[...] os dois circuitos, em realidade, não estão isolados ente si. Primeiramente, porque a existência de uma classe média que utiliza um e outro circuito impede o isolamento. Em segundo lugar porque existem articulações de complementaridade e de dependência, envolvendo intercâmbios de insumos entre os dois circuitos. A longo prazo, entretanto, prevalece a dependência do circuito inferior ao superior. (CORRÊA, 2010, p. 73)

Para Silva (2015) deve-se fazer uma correlação para a interligação dos dois circuitos, ou seja, o circuito inferior e superior não estão no mesmo estágio de subordinação de um para o outro. “O circuito inferior depende diretamente do superior, demonstrando a hegemonia no segundo no mercado global” (SILVA, 2015, p. 15). A soberania do circuito superior está relacionada as transformações pela qual atravessou o mundo do trabalho, a informalização, terceirização e outras formas de relações sociais promovidas pela acumulação de capital nos dois setores, e mais sentidas financeiramente pelo circuito inferior pela carência de capital e estrutura financeira necessária para as transformações do mercado global.

O circuito inferior se beneficia das características do circuito superior de duas formas. A primeira está relacionada com a modernidade e a transferência de tecnologia na produção de produtos inferiores e mais baratos, porém semelhantes aqueles produzidos no circuito superior. A segunda, devido também, a essas tecnologias, o circuito inferior também comercializa produtos produzidos no circuito superior. Como relata Silveira (s.d., p. 10) em seus estudos, o circuito inferior não utiliza a propaganda como uma ferramenta mercadológica para propagar uma ideia, um produto, ou até mesmo uma doutrina, e sim como divulgação do seu estabelecimento ou produto.

[...] não apenas beneficia-se indiretamente da propaganda, fortalecendo a vertente da imitação, mas crescentemente faz publicidade por

meio de *banners*, cartões, comunicação entre clientes [...]. (SILVEIRA, 2010, p. 10).

O relato da autora supracitada, reproduz mais uma vez, a interdependência dos dois circuitos da economia urbana em diversos fatores como tecnologia, finanças, custos e propaganda, confirmando que o circuito inferior contém algumas características similares ao do circuito superior, porém em escalas menores, sem corromper suas propriedades fundamentais.

As diferenças básicas e primordiais entre os dois circuitos da economia urbana estão no uso da tecnologia, no grau de consumo, na propaganda e no capital utilizado tanto nos investimentos como na infraestrutura, todavia, tanto o circuito inferior quanto o circuito superior permitam prosperar em seus espaços geográfico (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Quer dizer, cada circuito tem sua área de influência definida na cidade, onde possibilita o avanço econômico de seus negócios, ou seja, cada cidade tem, conseqüentemente, duas áreas de atuação. Como Santos (2008a, p. 22) descreve em seus estudos que “[...] cada circuito mantém, com o espaço de relações da cidade, um tipo particular de relações. ”.

Nesse panorama, ainda em Santos (2008a), a economia urbana surge como um novo modelo da geografia urbana e no planejamento nos países subdesenvolvidos. Nesse entendimento a convivência dos circuitos inferior e superior dentro das grandes cidades dos países subdesenvolvidos, traz uma compreensão de que os circuitos se complementam em determinadas situações ou se ocultam em um jogo de forças devido as relações que se constituem ao grande capital empregado, das grandes empresas multinacionais nas quais estão constantemente estimulando as economias dos países subdesenvolvidos. “É a corrida pela inovação que, modificando os sistemas de objetos e de ações, permitirá novos e maiores excedentes e, em decorrência, reforçará a desigualdade” (SILVEIRA, 2010, p. 3). Essas constantes modificações do grande capital têm como intuito, no interior do sistema, reproduzir novas privações. Com a necessidade de sobrevivência, surge novas oportunidade de atividades complementares, aquelas existentes no circuito superior marginal e do circuito inferior.

Na concepção de Santos (2008a), no novo modelo relacionado à geografia e a dinâmica do conjunto urbano, os dois sistemas econômicos: o circuito superior e o

circuito inferior apresentam características bem distintas na sua concepção inicial e primária.

Simplificando, pode-se apresentar o circuito superior como constituído pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O circuito inferior é constituído essencialmente por formas de fabricação não-“capital intensivo”, pelos serviços não-modernos fornecidos “a varejo” e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão. (SANTOS, 2008a, p. 40).

A teoria dos circuitos da economia urbana possibilita um entendimento de que os circuitos superior e inferior apresentam características distintas, essas diferenças são importantes para o entendimento de sua dinâmica. Algumas características como preço, publicidade, nível de organização, tecnologia e capital empregado apresenta diferenças marcantes. Entretanto, mesmo com essas diferenças marcantes, os circuitos possuem fundamentos que são suplementares, formando uma conexão lógica entre eles.

Já na compreensão de Holanda (2013), a autora define a parcela da economia urbana não moderna como sendo aquela onde o trabalho é intensivo, pela sua forma criativa de existir, pouco dinheiro e ausência de capital de giro, se sustentando quase sempre sem ajudas governamentais e nem das grandes instituições financeiras, bem diferente do circuito superior, que sempre é apoiado por grande subsídios governamentais e pelos grandes bancos, com uma grande margem de lucro proporcionado pela alta tecnologia empregado na sua máquina produtiva.

Mas segundo Heinonen (2005) a caracterização e a composição dos circuitos da economia, a depender da região estudada, não correspondem nem totalmente ao circuito superior e nem ao inferior. Quando essas definições dos critérios não são mais coadunáveis entre eles, as divisões propostas aos dois circuitos se tornam dispensáveis.

Nesse entendimento, Magalhães e Spínola (2016) descrevem em suas observações que, em 1970, a realidade econômica na época justificava a existência de apenas dois circuitos. Os autores descrevem que era bastante clara a existências dos dois circuitos da economia urbana, as ligações mútuas entre eles com a sociedade e com o espaço geográfico. Atualmente pode-se encontrar o circuito inferior com as particularidades da década de 1970, como também o superior, porém, atualmente entre os dois circuitos pode-se constatar novos circuitos, mais ricos do que o primeiro

(inferior) e mais pobres do que o segundo (superior). A realidade atual para os dois circuitos é totalmente distinta, hoje em dia exige-se novas explicações de um maior número de circuitos, suas interdependências, as questões financeiras de seus participantes, isto é, que as diferenças de renda são indefinitivamente consideráveis e, assim sendo, a capacidade de compra também é diferente (MAGALHÃES; SPÍNOLA, 2015)

As definições dos circuitos da economia urbana não se traduzem de forma rígida, podemos encontrar características mistas que não afetam o próprio contexto original da parcela moderna e não moderna da economia urbana. Nessa percepção, para Santos (2008a, p. 42), “[...] a definição não é rígida. No que concerne à população ligada a cada um dos circuitos, é necessário notar vários desvios”. Independente da camada da população que o indivíduo pertença, ele pode consumir tanto no circuito inferior quanto no superior, relatando a existência de um circuito superior “marginal”, com característica de consumo, atividade e trabalho dos dois circuitos que constituem a economia urbana (SANTOS, 2008a).

Nos estudos sobre a economia urbana existem outros entendimentos sobre as funcionalidades dos circuitos urbanos. Em sua obra, Le Chau (1996 apud SANTOS, 2008a) relatou em seus estudos a existência de três setores da economia urbana: o primeiro setor, denominado de tradicional, caracterizado por uma composição de produção de subsistência e artesanato, com uma rentabilidade do trabalho gerado apenas para a sobrevivência, o setor moderno não-integrado, composto pelas indústrias multinacionais, exportação e serviços modernos, ocupando, dessa forma, um domínio econômico, e o setor de ligação composto principalmente pelo comércio e pela logística de transporte, servindo como engrenagem para os outros funcionarem.

Já Leloup (1970 apud SANTOS, 2008a) reconheceria a existência de três circuitos da economia urbana. A “classe privilegiada”, composta principalmente pelo capital agrário, do comércio, da indústria e das especulações imobiliárias. O segundo denominado de “classe média” e popular, formado pelos produtores e consumidores da cidade, onde seus salários são gerados pela classe privilegiada, pelo capital externo e pelo poder público (Federação, Estados e Municípios). E o último circuito, o que seria a classe mais pobre, dentro dessa definição do autor, a “classe marginal”, que sobrevive graças a empregos não-qualificados, os serviços domésticos, os pequenos negócios.

Com referência às características na composição dos circuitos inferior e superior dos centros urbanos não poderíamos tratar como elementos isolados. Uma das maiores características das cidades é a grande dinâmica que norteia o cotidiano desses centros urbanos, entretanto a grande particularidade desses circuitos econômicos está baseada nas diferenças de capital empregado, tecnologia e organização, publicidade e a financeirização e a creditização de seus estabelecimento com as suas diversas formas de utilização de cartões de crédito, crédito pessoal e financiamento dado pelas lojas como a utilização do crediário próprio.

Como descreve Santos (2008a):

O circuito superior utiliza uma tecnologia importada e de alto nível, uma tecnologia “capital intensivo”, enquanto no circuito inferior a tecnologia é “trabalho intensiva” e frequentemente local ou localmente adaptada ou recriada. O primeiro é imitativo, enquanto o segundo dispõe de um potencial de criação considerável. (SANTOS, 2008a, p. 43).

A forma de produção, ou até mesmo o tipo de negócio, do circuito superior necessita de uma grande proporção de capital empregado, em termos econômicos o capital é o fator mais importante para a indústria. Contudo para o circuito inferior, caracterizado principalmente pelo “comércio não-moderno”, a mão de obra intensiva em que o fator humano é o mais expressivo.

As maiores diferenças encontradas entre os circuitos da economia urbana estão nas relações entre o uso do capital, da tecnologia e da organização das atividades. Já no entendimento de Cataia e Silva (2013), essas diferenças, na maioria das cidades, se tornam mais estreitas e semelhante em alguns aspectos. Os autores salientam que é importante considerar que as dependências entre os lugares, as desigualdades regionais, as novas tecnologias utilizadas hoje pelo circuito inferior, a utilização dos créditos e do consumo por parte da população pobre e a divisão dos dois circuitos com relação ao ramo da atividade faz com que os dois circuitos se aproximem no que tange a sua funcionalidade.

Já em Heinonen (2005) as relações sobre os dois níveis da economia urbana apresentam um contraste muito forte, são suas definições bem opostas e exclusivas que as definem, entretanto, existe trocas entre atividades de qualidades diferente. Basicamente os circuitos da economia urbana se define pelos bens que produzem e distribuem, pela população que empregam e pela classe consumidora que abastecem.

As definições dos dois circuitos não se fazem somente com a caracterização dos seus elementos, se traduz também pelo conjunto das atividades realizadas e o setor da população ligado pela atividade e pelo o consumo. Todavia é importante salientar, tanto as atividades realizadas e o consumo nesses circuitos, não são feitas de forma rígida. Todas as camadas da população podem consumir fora do circuito que pertencem como também os indivíduos ligados diretamente ao circuito inferior não é, necessariamente, uma forma exclusiva desse circuito econômico (SANTOS, 2008a).

No século XVIII os países europeus eram as maiores potências industriais e comerciais da época, e, a partir desse momento, os países subdesenvolvidos começaram a importar seu modelo econômico, entretanto, esse padrão econômico não alcançavam de forma imediata os países subdesenvolvidos, cada país incorporava esse contexto econômico mundial de acordo com sua estrutura sócio econômica. Esse novo modelo de modernização contribui para o surgimento e formação de novas áreas produtivas. Essas transformações econômicas ocorridas nos países subdesenvolvida ocasional em uma grande desigualdade socioeconômica. Essa nova conjuntura socioeconômica dos países subdesenvolvidos provocou um forte crescimento populacional, forte migração, provocando um interesse dessas cidades aos países ricos (HEINONEN, 2005).

Essa nova perspectiva socioeconômica trouxe para os países subdesenvolvidos grandes áreas periféricas com profundas desigualdades socioeconômicas. Essa nova realidade urbana ocasionou o surgimento e a construção da urbanização do terceiro mundo e suas peculiaridades, como a distinção de dois setores da economia urbana: o setor moderno e o setor não moderno, formando referência para esclarecer as realidades da economia urbana nos países periféricos. Essa nova perspectiva trouxe, não apenas pela ótica econômica, mas também pela social, originou a composição da teoria dos dois circuitos da economia urbana de Santos (2008a), onde o autor relata o espaço urbano no que se refere as condições sociais versus a econômica.

Para a compreensão dos dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvido é necessário entender o processo de modernização. As transformações ocorridas nessas periferias são ocasionadas, por suposição, por forças externas oriundas dos países desenvolvidos, entretanto, as suas características próprias da região e da própria estrutura socioeconômica são fatores determinantes para sua percepção. Contudo é importante ressaltar que a economia nos países subdesenvolvidos

não apresenta apenas o setor econômico rico e o setor econômico pobre, existe também um setor econômico intermediário, um setor marginal, com características dos setores ricos e do setor pobre. Os dois circuitos da economia urbana não estão isolados, se complementam, apesar da subordinação do circuito inferior ao circuito superior. Essa complementação econômica dos circuitos da economia urbana, é, ocasionada, entre outros fatores, pela composição da classe média, tão característica dos países subdesenvolvidos, que, ora consome em áreas tipicamente do varejo inferior, ora em áreas tipicamente do varejo do circuito superior.

Nos dias atuais a nova organização geográfica mundial apresenta circunstâncias de uma nova organização econômica e territorial, o circuito superior se renova com base técnicas da informação, sua macro organização do território, seu capital, a informatização, sua publicidade e sua organização empresarial enquanto o circuito inferior fornece, sobretudo nas grandes metrópoles, economia de concentração, assumindo para si uma certa capacidade de comando.

2.2 Novos nexos entre os circuitos da economia urbana

No período atual pode-se destacar que na economia pobre nos países subdesenvolvidos o circuito superior e o inferior estão cada vez mais correlacionadas, reafirmando os vínculos de dependência e reciprocidade. As finanças e o crédito, por exemplo, estão cada vez mais inseridos nas economias periféricas trazidas por diferentes canais. Dessa forma a oferta de crédito está cada vez mais desburocratizada a uma parcela da população sem rendas relevantes, proporcionando uma redefinição das práticas do consumo.

No entendimento de Montenegro (2009), as metrópoles possuem um número enorme de atividades produzidas pela população mais carente, dessa forma elas contêm um número bem considerado de divisão do trabalho que se sobrepõe, estabelecendo relações diferenciadas com seu meio construído. Essas divisões do trabalho podem ser consideradas como os circuitos da economia urbana.

Neste contexto Silveira (2009) entende que as cidades não são lugares apenas das grandes multinacionais e dos grandes bancos. É também um lugar para o trabalho

não-especializado, dos pequenos serviços, do consumo popular. As grandes metrópoles não são formadas apenas por uma economia hegemônica, e sim por uma mescla de atividades oriundas dos dois circuitos da economia urbana.

Cataia e Silva (2013) respaldam esse entendimento sobre a hegemonia econômica das grandes metrópoles,

Grosso modo, a economia política da cidade não deixa de ser o conjunto materializado de fragmentos de uma infinidade de circuitos produtivos, no entanto, algumas etapas dos circuitos produtivos são mais propensas à modernização, enquanto outras fornecerem trabalho em grande quantidade via subsistema inferior [...]. (CATAIA; SILVA, 2013, p. 66).

Ainda nesse entendimento Silva (2015) relata que podemos encontrar a existência de circuitos intermediários, com o surgimento de setores de produção intermediário novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados, inovações comerciais, tecnológicas e organizacionais. Desse modo a tecnologia passa a ser utilizada pelos dois circuitos da economia, porém com particularidades, a depender da carga maior ou menor desse insumo estratégico para empresas pessoas e governo.

Os circuitos superior e inferior se definem tanto pelas atividades realizadas em determinados contextos, quanto pelos diferentes estratos da população que se ligam e eles pela realização da atividade e pelo consumo (SANTOS, 2008a). Nesse entendimento Montenegro (2011) descreve uma tendência muito comum encontrada em países em vias de desenvolvimento, é a expansão do consumo cada vez maior da população de baixa renda nesses países. Essa característica traduz uma nova redefinição dos circuitos da economia urbana, uma nova análise do papel do consumo e novas definições de pobreza devido a possibilidade de financeirização que as classes menos abastadas passaram a possuir.

Continuando em Montenegro (2013), as relações estabelecidas nos dias de hoje entre, principalmente, o circuito inferior, geradas pela globalização, estão definidas como a técnica, a informação, o consumo e a finanças. Estas características atuais intensificam as transformações da economia pobre nas cidades brasileiras. A propagação desses atores, podem ser entendidas, como parte do processo de transformação dessas variáveis determinantes para variáveis dominantes.

De acordo com Silveira e Santos (2007), o aumento do crédito das classes pobres e o aumento do consumo nas grandes cidades brasileiras, envolve, de uma forma direta ou indiretamente o circuito inferior e o circuito superior da economia urbana. Os pequenos negócios característicos do circuito inferior, procuram responder o aumento do consumo oferecendo, uma gama maior de serviços e produtos parecidos ou inspirados naqueles do circuito superior. Já o circuito superior da economia urbana, apresenta-se cada vez mais interessado no nicho do mercado popular das classes média e pobre, naquele mercado predominantemente pertencente ao circuito inferior da economia. O acesso ao crédito por parte da população pobre vem contribuindo para inserção desta parcela no mercado consumidor de grandes redes do circuito superior, que coincidem com os incentivos do governo federal direcionados ao crédito. Esse novo contexto estabelece novas formas de relacionamento entre as grandes cadeias varejistas, bancos, instituições financeiras de crédito pessoal para englobar os pobres no mercado de consumo, com acesso ao crédito de forma mais fácil.

Silveira (2009) em seus estudos relata que, nos dias de hoje existe uma oferta impressionante de crédito de instituições financeiras bancárias e não bancárias que oferecem crédito sem muita burocracia. Esta multiplicidade de créditos pessoais oferecido no mercado, favorece, de forma absurda o aumento do consumo, principalmente das classes baixas, ocasionando o aumento da inadimplência e a insolvência. Entretanto devido a essa facilidade de crédito, livre de burocracia, a propagação do consumo encontra menos impedimentos sociais. Dessa forma a população mais pobre começa a frequentar o varejo do circuito superior, como as grandes redes varejista, como também os grandes *shoppings centers*, antes frequentado exclusivamente pela população rica.

Sobre consumo, Contel (2006) relata em seus estudos que o fator catalizador do consumo nas grandes metrópoles está na própria financeirização da vida cotidiana, ocasionada, dentre outros fatores, pela maior acessibilidade do crédito. Existe atualmente uma grande facilidade de se adquirir crédito, principalmente cartões de crédito, apenas uma pequena comprovação de renda e um endereço fixo possibilita a aquisição de um cartão.

No entendimento de Santos e Silveira (2001) o encadeamento da oferta de crédito da sociedade, compõe, efetivamente, um fator determinante da expansão atual do consumo entre a parcela da população de baixa renda no Brasil. Entretanto, todo

esse processo de creditização, se dá, principalmente, nos grandes centros urbanos, devido ao fácil acesso a todos os canais do sistema financeiro.

Toda essa creditização relatada pelos autores supracitados foi estimulada, a partir da década de 1990, pela propagação das novas tecnologias da informação, a estabilização da moeda e as políticas sobre a égide neoliberal lastreada por uma administração econômica e monetária estável (DIAS, 1992; ARROYO, 2006). A estabilidade econômica que o Brasil passava na década de 1990, possibilitou a reforma de todo o sistema financeiro nacional arrolada pela privatização e a imposição de novas normas monetárias, ocasionou, dentre outros fatores, na contemporização das normas relativa a instituições de crédito e na proliferação e diversificação de instituições credoras no país, como os bancos privados e as agências de crédito pessoal (CONTEL; MONTENEGRO, 2017).

Ainda em Contel (2006), toda a reformulação bancária que ocorreu na década de 2000, no que tange sua organização e a evolução tecnológica que lastreia todo o funcionamento das atividades bancárias, fortaleceu muito o papel das finanças enquanto variável determinante no Brasil. O papel da financeirização no consumo nacional, evolui muito a partir dessas mudanças, o crédito ficou mais acessível e desburocratizado para todas as parcelas da população brasileira.

Para Contel (2006), a nova topologia bancária implementada nos anos 2000, como novas agências bancárias, caixas eletrônicos, postos de atendimento e correspondentes bancários, proporcionaram não só a maior oferta de serviço, e sim uma nova possibilidade de concessão de crédito. Esta facilidade de financeirização e do crédito relatada nos estudos de Contel (2006), possibilitou uma expansão das finanças em todo território nacional, promovendo o consumo, principalmente das classes menos abastadas.

Segundo Contel e Montenegro (2017), outra razão esclarecedora sobre a financeirização ocorrida no Brasil, que, de uma forma gradativa, alcançou a população de baixa renda, foi o advento de novos produtos financeiros, especialmente elaborados para cada camada social. Muitos produtos apareceram, mais aperfeiçoados e ampliados, destinados tanto à pessoa jurídica, quanto à pessoa física. Para as pessoas físicas foram ofertados produtos como crédito consignado em folha de pagamento, cartões de crédito, crédito pessoal, crédito imobiliário e o crédito rural. Esse processo de financeirização só diminui a distância entre os dois circuitos da economia urbana,

o circuito inferior, que não possuía nenhum tipo de crédito bancário, atualmente pode contar com tais produtos financeiros. Já para o circuito superior aparece a possibilidade do aumento do consumo em seu varejo com o advento de novos clientes, oriundos das classes menos privilegiadas financeiramente.

Fortalecendo a questão do crédito e a financeirização, Dias (2009) e Mattos (2014) explicam que esse processo não se limita a prática dos capitais tradicionais, visto que, surge a oferta de crédito disponibilizada por instituições financeiras não bancárias, como agências de crédito pessoal e o próprio crédito de grandes lojas varejistas. O grande ator do processo de financeirização deixou de ser, de forma direta, as grandes instituições financeiras e os bancos, passando a ser representado pelas grandes lojas de varejo (de eletrodomésticos, roupas e materiais de construção, entre outros) do circuito superior. Todavia, essas redes de varejo não atuam sempre com seu capital próprio na oferta de crédito, muitas vezes, assinam contratos de parcerias com instituições financeiras e não financeiras (bandeiras de cartão de crédito). As grandes lojas de varejo com essa mutação do crédito, na maioria das vezes, conseguem maior lucratividade, com a venda de crédito ao consumidor, como pagamento através de carnê, ou até mesmo com a oferta de garantia estendida, devido aos juros que são incorporados nessas transações que, exercem, consideravelmente, os juros negociados no mercado financeiros (DIAS, 2009; MATTOS, 2014).

As grandes instituições financeiras juntamente com as grandes redes de varejo, utilizando das suas novas estratégias de crédito e financeirização para a população de baixa renda, garantindo a inclusão dessa faixa de indivíduo em um novo mercado consumidor. Essas novas características contribuem para o surgimento de uma nova e complexa organização do circuito superior (SANTOS, 1975; SILVEIRA, 2011), formado basicamente por associações de instituições financeiras bancárias, instituições de crédito pessoal e grandes redes de varejo e de serviços, sistematizadas para incorporar as classes menos abastadas no mercado consumidor tecnicamente formado pelo circuito superior.

Ainda sobre o processo de creditização e financeirização da população de baixa renda, Santos, J. (2007), salienta que o grande protagonista dessa nova formação de consumo, são os grandes grupos empresariais e financeiros que tomaram consciência da necessidade de desburocratização, devido à grande quantidade de pré-requisitos para acesso aos cartões e empréstimos, que atualmente se limitam a

apenas a apresentação da carteira de identidade e Cadastro de Pessoa Física - CPF. Sem maiores exigências, qualquer pessoa, possuidora de um CPF, sem restrições financeiras, moradia fixa pode possuir um crédito rápido, formal e livre de imposições (SILVEIRA, 2009).

Toda creditação e financeirização relatadas pelos autores supracitados sedimenta os estudos de Santos (2008a) onde o autor descreve sobre a comunicabilidade dos circuitos da economia urbana. Esta expansão de consumo pela população de baixa renda, no entendimento do autor, significa que os circuitos superior e inferior da economia urbana não são sistemas fechados e independentes, já se encontram interligados por intensas relações de complementariedade, concorrência e subordinação. Nos dias atuais, podemos encontrar nas grandes periferias, e nos seus aglomerados comerciais vários estabelecimentos que anteriormente eram apenas encontrados em regiões onde se predomina o circuito superior da economia urbana. Nessas áreas periféricas, onde se predomina o circuito inferior, podemos observar uma mescla de características tanto do circuito superior, como rede de lojas de grupos do grande varejo, como também pequenas lojas do circuito inferior com um grau de tecnologia, oferta de crédito, que eram apenas encontrados no circuito superior da economia urbana.

É importante salientar, que nos dias atuais existe uma expansão considerável do circuito inferior nas cidades, além de uma expansão quantitativa, verifica-se também um crescimento qualitativo com a modernização de sua dinâmica e do seu vínculo com o circuito superior. As fronteiras entre os dois circuitos da economia urbana estão sendo redefinidos (MONTENEGRO, 2011).

Outra consideração retratada no trabalho de Cataia e Silva (2013) sobre o surgimento dos circuitos superior e inferior e suas inter-relações atuais estão ligadas à globalização que, em primeira instância, não significa homogeneização territorial e sim, desigualdades dos lugares. No entendimento dos autores, essas desigualdades promovidas pela globalização trouxeram um aprofundamento maior das especializações dos lugares em atividades produtivas, demandando, dessa forma, uma interdependência entre os circuitos da economia urbana.

Outro aspecto relatado nos estudos de Montenegro (2009) acerca das grandes empresas multinacionais e as áreas onde serão acolhidos os agentes da “moderni-

dade”, é que a área atingida por esse processo é pequena frente ao restante da cidade, onde predomina uma enorme variedade de infraestrutura. Apesar de toda essa modernidade ocasionada pelo processo de globalização, essas áreas selecionadas se tornam ainda mais aceleradas e excludentes. As cidades atingidas por toda essa modernidade, trazidas pelas empresas transnacionais, não devem ser confundidas ou identificadas, apenas, como uma única área onde se processa o trabalho mais moderno. Ela é formada por uma variedade de setores distintos da economia urbana que se completam e coexistem.

É nesses setores distintos que o circuito inferior reside e intensifica suas atividades devido à capacidade do meio construído em hospedar um cenário menos produtivo, menos gerador de lucro e menos capaz de dar valor agregado aos seus produtos comercializados. A própria evolução urbanista e histórica das cidades e o meio construído, oriundo das divisões sociais e territoriais do trabalho, ocasiona um grande empecilho a propagação da modernização (MONTENEGRO, 2009).

Outra característica tratada sobre a economia urbana relatada nos estudos de Cataia e Silva (2013) no que tange a produção, lucro e valor agregado, é que a própria dialética entre os circuitos superior e inferior se torna mais complexa, principalmente para o circuito inferior que, na maioria das vezes, comercializa produtos oriundos de lugares distantes, até mesmo de outros países, como também abastece a população de origem distantes.

Outro aspecto importante sobre a economia urbana está relacionado à geração de emprego e renda nos circuitos. O resultado das combinações com as questões do capital empregado, nível de produção, lucro, localização e todas as outras variáveis na oferta de emprego e geração de renda que caracterizam os circuitos moderno e não moderno da economia.

De acordo com Santos (2008a) os aspectos dessa relação.

Se as atividades modernas conduzem de preferência ao assalariado como forma de relação de trabalho, elas empregam, todavia, poucas pessoas, considerando-se o volume e o valor da produção, apresentando também uma tendência constante à redução do emprego na indústria. Nos serviços, manifesta-se uma tendência geral à relação, graças, em boa parte, à participação do governo. Mas, no que diz respeito aos serviços ligados diretamente à atividade econômica – os serviços privados -, uma boa parte do emprego corresponde a atividades do circuito superior é criada nas cidades ou regiões mais desenvolvidas do exterior e do país. (SANTOS, 2008a, p. 45).

No circuito superior a relação empresa-empregado é feita de forma formal, dentro dos procedimentos legais, o trabalho é especializado por se tratar da quantidade produzida e o nível de tecnologia utilizado. Já no circuito econômico urbano inferior a relações de emprego são realizadas de forma informal, muitas vezes sazonal, a depender do período do ano, ou, até mesmo ao fluxo de atividades, o trabalho, normalmente não é especializado, de baixa qualificação pela utilização de baixa tecnologia, sempre suprido pela camada da população de baixa renda, média de ocupação por unidade baixa, em compensação, o número total de pessoas ocupadas é considerável devido à grande densidade de empresa em uma determinada área, sendo, dessa forma o verdadeiro fornecedor de ocupação para a população mais pobre da cidade (SANTOS, 2008a).

Apesar de ser o grande gerador de renda e oferta de trabalho, o circuito inferior da economia urbana, para Santos (2008a), o emprego nessa camada da economia urbana, não é permanente e sua remuneração, muitas vezes, está abaixo do limite vital, e o contrato de trabalho assume a forma de acordo pessoal entre a empresa e o empregado.

Ainda sobre a questão de geração de emprego e renda, Montenegro (2009) afirma que essas características demonstradas nas pequenas empresas do circuito inferior, geram um grande número de empregos e postos de trabalho, resultante de pouco capital empregado e a pouca tecnologia utilizada. Como o comércio do circuito não-moderno oferece um número reduzido de empregos, contudo, a grande quantidade de estabelecimentos, na maioria das vezes em áreas reduzidas, tem um efeito compensador sobre o mercado de trabalho.

Ainda em Montenegro (2013), as grandes empresas do circuito moderno, devido ao seu alto nível tecnológico e organizacionais, geram menos emprego, já o circuito não moderno, se concretiza como o maior gerador de emprego das regiões metropolitanas, confirmando, segundo a autora, que existe uma grande tendência de movimentação da mão-de-obra das grandes empresas para as pequenas empresas.

Silveira (2007) reafirma essa condição da movimentação da mão de obra dos circuitos moderno para os circuitos não-moderno. Devido ao rearranjo de novas divisões do trabalho e a infraestrutura dos centros urbanos, a maior oferta de trabalho e de geração de renda está sendo demandada no circuito inferior devido aos baixos

níveis de investimento e o capital empregado, permitindo a oferta de um número significativo de postos de trabalho.

Montenegro (2013) esclarece que:

As feiras e os mercados populares configuram situações especialmente emblemáticas deste fenômeno em que se somam ou se subdividem atividades de vendedor, ajudante, carregador de mercadorias, montador de barracas, abastecedor etc. Por um lado, a subdivisão de funções intermediárias permite a ampliação da quantidade de ocupações e da capacidade de geração de ocupação e renda do circuito inferior. Por outro lado, contudo, a fragmentação extrema das tarefas implica igualmente o fracionamento do capital disponível. (MONTENEGRO, 2013, p. 33).

Outro ponto bastante relevante na caracterização dos circuitos da economia urbana é a constituição regional. De acordo com Santos (2008a) a pulverização das atividades dos circuitos da economia urbana, tem explicações geográficas e socioeconômicas. Os habitantes de bairros pobres, frequentemente, compram no local onde mora. Normalmente essas localidades já possuem um comércio, que, geralmente, é composto de estabelecimentos que suprem as primeiras necessidades da população. O preço do transporte e das mercadorias não lhes permite ter acesso ao comércio moderno, normalmente situados em outras áreas já caracterizada pelo circuito superior da economia urbana. Entretanto com as novas possibilidades de crédito adquirida pela população mais pobre, o varejo superior já faz parte dessas regiões periféricas, modificando a constituição regional nas periferias.

Como define Cataia e Silva (2013, p. 65). “[...] em palavras, o lugar importa na constituição do estabelecimento das atividades econômicas.”. Para os autores, compreender toda a operacionalização da teoria dos circuitos urbanos da economia deve-se considerar a constituição regional. A depender da região estudada, existem características peculiares de cada localidade que agregam características próprias a cada circuito da economia urbana. O tamanho da população, renda per capita, a conjuntura da população pobre, das classes média e alta dentre outros fatores contribuem para determinar também, a proporcionalidade e no surgimento do circuito inferior e do circuito superior.

Nesse entendimento sobre constituição regional, Oliveira (2009) relata que as questões geográficas e socioeconômicas são fatores determinantes para o surgimento dos circuitos da economia. Em seus estudos o autor relata que a existência do

circuito inferior está diretamente relacionada na desvalorização e a degradação de certas localidades. Áreas pobres, menos valorizadas, localizadas nas periferias das grandes metrópoles apresentam a maior densidade das atividades do circuito inferior, visto que os recursos pertencentes aos seus agentes lhes permitem apenas, a incorporação somente nessas regiões.

Ainda sobre as questões geográficas e socioeconômicas no surgimento dos circuitos da economia urbana, Silveira (2010) destaca em seus estudos que, apesar das metrópoles possuírem um pequeno número de empresas que dominam a maior parte do mercado, é um transcurso que não se completa, existem espaços, sobras na divisão de tarefas e no meio construído, que não pertencem ao circuito superior. Esses espaços do tecido urbano e da divisão social do trabalho que o circuito inferior se expande.

Com relação ao crédito bancário, o circuito superior, por trabalhar com um grande volume de capital, o relacionamento com essas instituições financeiras é realizado através de uma série de processos e trâmites (SANTOS, 2008a). A maior parte dos relacionamentos financeiros é feita de forma burocrática, ou seja, nas transações bancárias onde ocorre uma movimentação de um grande volume de dinheiro exige-se umas séries de procedimentos entre o banco e a empresa.

Ainda em Santos (2008a), no circuito urbano inferior as relações são fundamentadas simultaneamente no crédito e no dinheiro. O crédito nesse circuito tem uma outra definição, aqui o crédito é pessoal, essencial para as atividades envolvidas, sem acúmulo de dinheiro. Como a movimentação de mercadorias é pequena e contínua, e com falta de crédito bancário, tem-se uma necessidade de dinheiro líquido e imediato para saldar parte das dívidas com os fornecedores (SANTOS, 2008a).

No entendimento de Montenegro (2011) o nível de capitalização entre os circuitos da economia urbana tende a se distanciar cada vez mais. Atualmente existe uma desproporção entre os níveis dos coeficientes de capital fixo e de giro utilizado nas atividades das empresas dos circuitos superiores e inferiores. O aumento da capacidade de lucro e a rentabilidade dos negócios avançados, revelados pela própria conjuntura atual que está ligada ao fenômeno da financeirização da riqueza, que é a transformação da riqueza do capitalismo, contrasta com a escassez de capital que define o cotidiano da maioria das atividades urbanas, caracterizando o circuito inferior.

Dessa forma, seria toda uma economia pobre, com pouco dinheiro, mas que é determinante para o orçamento de milhares de pequenos negócios localizados nas cidades brasileiras.

A grande diferença entre os dois circuitos, na obtenção e utilização do crédito, tem uma realidade bastante distinta entre essas economias urbanas. Santos (2008a) declara que, enquanto uma pequena parcela da população assume compromissos devedores para manter seu patrimônio ou ostentar seu estilo de vida, em função da modernização, a grande maioria da população do circuito pobre endivida-se simplesmente para sobreviver, manter sua família.

O autor tece os seguintes comentários sobre a obtenção de crédito aos clientes:

O crédito é fornecido segundo uma linha descendente, cujo ponto de partida é essencialmente o atacadista, que por sua vez recorre ao crédito bancário. Mas sua explicação deve ser procurada num processo ascendente que parte do consumidor e de sua necessidade de consumir. Se no circuito moderno as linhas de crédito são abertas seletivamente para estimular a produção, no circuito inferior são as necessidades de consumo que estão na origem do crédito. Esse crédito é pessoal e feito entre amigos, conhecidos e vizinhos. [...] Dívida monetária e dívida de reconhecimento asseguram uma clientela fixa e se estabelece uma ligação pessoal entre o devedor e seu credor em todos os níveis do circuito inferior. (SANTOS, 2008a, p. 241).

Em Silveira (2009) o processo de creditização da população de baixa renda está diretamente ligado ao varejo do circuito superior, que reconheceu, a necessidade de facilitar o crédito para esse público menos abastado, visto que os pré-requisitos para acesso a cartões e empréstimos se reduzem a medida que aumenta o custo do dinheiro.

O circuito superior é o responsável pelo processo de creditização da população de baixa renda, essa evolução foi ocasionada para que essa classe social se insira no mercado das grandes redes. Tal evolução está associada com a consolidação das finanças enquanto variável chave (MONTENEGRO, 2011).

A creditização das classes pobres no conceito de Santos (2007) tornou-se mais um mecanismo de empobrecimento dessa classe, o crescimento do número de cartões de crédito e das financeiras que oferecem crédito sem burocracia estimulou o consumo nas grandes metrópoles brasileiras. Houve uma generalização do crédito, que segundo Silveira (2009), possibilitou que as populações pobres tivessem acesso ao consumo de bens de vestuário, eletrodomésticos e até mesmo automóveis.

Entretanto existe um ponto negativo nessa nova configuração de creditização das classes mais pobres conforme os estudos de Cataia e Silva (2013). A expansão do crédito e o aumento do consumo das classes mais pobres acarretou um empobrecimento ainda maior das classes populares. As antigas modalidades de crédito do circuito inferior como o “fiado”, o crediário e até mesmo a agiotagem coincidem com as novas formas de creditização, enraizando ainda mais a dominação do circuito superior sobre o circuito inferior no que tange as finanças (CATAIA, SILVA, 2013).

Nesse entendimento, Silveira (2009) e Santos (2007) relatam que a obtenção de crédito da população de baixa renda, contribuem e garantem, de forma definitiva, a inclusão dessa parcela da sociedade no mercado consumidor das grandes redes do circuito superior.

Ainda sobre a creditização das parcelas mais pobres da sociedade, Montenegro (2013) expõe em seus estudos uma outra estratégia utilizada pelas grandes redes de varejo do circuito superior para alcançar, ainda mais, esses novos consumidores. Aproveitando a intensa circulação de pessoas nas centralidades populares das grandes cidades, o varejo do circuito superior vem abrindo e multiplicando suas filiais nessas localidades. Lojas de departamento, eletrodomésticos, farmácias, vestuário, calçados, agências financeiras, já fazem parte do varejo do circuito inferior.

Ainda em Montenegro (2013), a nova topologia do circuito superior, nessas localidades periféricas, vem atraindo continuamente outros grandes equipamentos de consumo, outrora característico apenas da parcela do circuito superior da economia urbana, como os *shopping-centers*, supermercados, hipermercados e lojas e serviços sobre sistemas de franquias. Essas localidades periféricas, além de possuir um grande mercado pobre, que hoje tem acesso ao crédito desburocratizado.

Confirmando, ainda mais essa nova topologia do circuito superior, nas áreas predominantemente do circuito inferior, Duhau e Giglia (2007) são categóricos em afirmar que os estabelecimentos do varejo superior em bairros pobres, configura-se, entre outros elementos, para que as práticas de compras da população de baixa renda se dividam, cada vez mais, entre a oferta das grandes redes varejista, agora presente nas periferias.

Com relação à movimentação de estoque, a diferença basicamente é na manipulação dos volumes de mercadorias, enquanto o circuito superior transporta grandes

quantidades, o circuito inferior, tanto no comércio ou na fabricação, manipula pequenas quantidades. Todavia, mesmo no circuito superior, essas quantidades podem ser bastante reduzidas, em se tratando de lojas especializadas, de uma demanda bem específica, onde são praticados preços altos, em virtude da qualidade dos produtos oferecidos (SANTOS, 2008a).

Com a expansão territorial e social do varejo do circuito superior devido às características técnicas, da informação e das finanças, favorece-se que as organizações, evitem a superprodução, a capacidade ociosa da indústria e, até mesmo o excesso de estoque no varejo, incluindo a limitação da vida útil das mercadorias (SILVEIRA, 2009). Com aumento considerável das filiais, devido à expansão territorial do circuito superior nas áreas ora pertencentes ao varejo inferior, a estratégia, devido aos altos investimento, na gestão dos estoques é a manutenção cada vez menor de mercadorias em seus centros de distribuição como também parcerias firmadas com fornecedores e a utilização na venda pela internet.

Já em Montenegro (2006) a utilização de modernas técnicas de administração, utilizando sistemas de controles gerenciais em computador, já faz parte das novas características do circuito inferior importadas do circuito superior da economia urbana. Apesar de trabalharem com uma quantidade reduzida de estoque, o varejo do circuito inferior utiliza controle de estoque para gerenciar suas mercadorias, com relação, principalmente, a quantidade, pedido de compra e preço, evitando dessa forma dispêndio de capital desnecessário.

Ainda com relação aos estoques, segundo Santos (2008a), a política de preço depende das condições de estocagem do pequeno comerciante. Com relação aos produtos mais perecíveis, os vendedores procuram negociar o mais rápido possível, devido às pequenas dimensões de seu estabelecimento e a falta de espaço para estocar. “O produto utilizando será então oferecido ao que se poderia chamar de preço de ocasião”. (SANTOS, 2008a, p. 248). Segue o exemplo dado por Santos (2008a).

A situação é a mesma para o vendedor de frutas e legumes desprovido de refrigerador, que vê findar o dia ser ter vendido totalmente o estoque, ou para o motorista de taxi cujo número de passageiros diminui em certas horas do dia. A mercadoria que os dois têm para vender não é estocável e tem que ser vendida a baixo preço para não ser desperdiçada. (SANTOS, 2008a, p. 250).

É exatamente o que acontece nos bairros pobres de países subdesenvolvidos, onde o grande número de vendedores ambulantes e de pequenos estabelecimentos, sem infraestrutura alguma, comercializando produtos de alta rotatividade, como frutas, legumes e verduras. O que se vê ao final do dia é a prática de preços bem abaixo do estabelecido no início do dia. Muitas vezes, para não perder a mercadoria, elas são vendidas a preço de custo, evitando, dessa forma um prejuízo (MONTENEGRO, 2011).

A prática dos preços nos dois circuitos são peculiaridades muito importantes de se caracterizar. Enquanto no circuito superior geralmente os preços são fixos, mesmo para as empresas que dominam o comércio de um determinado produto ou serviço, não podendo estar muito abaixo dos níveis de mercado, no circuito inferior, a questão do preço fixo, geralmente não é utilizado, a negociação do valor do produto é muito praticada, ocasionando uma grande variação na margem de lucro (SANTOS, 2008a).

Para Silveira (2009) a relação de preço e custos está ligado aos novos conteúdos informatizados e de automação, como caixas eletrônicos, cartões de créditos e o acesso em tempo real aos bancos de dados. Esse poder técnico característico do varejo superior, já presente no circuito inferior da economia urbana com sua financeirização permite uma margem de lucro anteriormente não encontrada nesses estabelecimentos.

A grande financeirização do varejo inferior, com relação às formas de pagamento, ocasionou uma fixação de preços mais rígidos, reduzindo, na prática, a pechincha, outrora uma modalidade tão comum nos mercados dos circuitos inferior da economia urbana (MONTENEGRO, 2011). O comércio da periferia que atualmente está bem equipado no que diz respeito ao crédito, com máquinas de cartão de crédito e débito, possibilita a fixação de preço, mas contínuo, evitando assim a quase extinto “caderno de débito” e a barganha na hora da compra por utilizar apenas o dinheiro em espécie.

A negociação com os fornecedores é consideravelmente desigual entre os agentes dos circuitos da economia urbana, no que tange a qualidade, a quantidade, o preço e o prazo de pagamento dos produtos negociados. Enquanto as grandes redes varejistas do circuito superior compram em grandes quantidades, obtendo vantagens

na negociação na qualidade, no prazo e principalmente no preço do produto, os pequenos varejistas, do circuito inferior, não conseguem, devido a quantidade pequena negociada, obter diferenciais de preço e podem ser repassados aos consumidores finais (SILVEIRA, 2010).

Na concepção de Silva (2015), na década de 1970 os preços apresentavam conjuntura de estabilidade, onde o circuito superior os tinha, normalmente, fixos, já o circuito inferior, negociava o preço de suas mercadorias por meio de “pechincha” e parcerias, de acordo com o comprador. Nos dias atuais podemos concluir que, além dessas formas, outras modalidades de preço, valores e pagamentos são negociadas. No circuito inferior, os vendedores autônomos ainda praticam o escambo a depender da necessidade de reposição de um produto, suprimindo a necessidade de um e de outro.

Outro aspecto interessante na caracterização dos circuitos é a noção de lucro para cada um deles. De acordo com Santos (2008a) a questão do lucro para esses circuitos econômicos se diferencia da seguinte forma:

No circuito superior, trata-se de acumular capitais indispensáveis à continuidade das atividades e à sua renovação em função dos progressos técnicos. No circuito inferior, a acumulação de capital não constitui a primeira preocupação ou simplesmente não há essa preocupação. Trata-se, antes de tudo, de sobreviver e assegurar a vida cotidiana da família, bem como tomar parte, na medida do possível, de certas formas de consumo particulares à vida moderna. (SANTOS, 2008a, p. 46).

Enquanto o circuito superior tem uma preocupação em poupar para garantir novos investimentos, tanto na abertura de novas filiais, bem como de inovações técnicas em função dos seus concorrentes, o circuito inferior vive um dia após o outro, tendo, a priori, seu objetivo maior, a sua sobrevivência da empresa, do empresário e de sua família, naquilo que necessita no cotidiano.

Com relação ao lucro no circuito inferior, Silveira (2004) enfatiza que apesar das grandes cidades possuírem grandes centros varejistas superiores, e, várias ramificações desses circuitos nas periferias das cidades, contribuindo para expansão do circuito inferior, não significa, que, nesses setores, fundamentalmente apresente-se situações geradoras de grande lucro, ou seja, ainda são menos capazes de conferir valor aos seus produtos.

No que se refere à logística de abastecimento para o comércio varejista moderno, predomina uma característica bastante peculiar, salienta Santos (2008a). Na maioria das vezes a origem dos produtos, normalmente, é de regiões diferente onde o estabelecimento se encontra. Para o autor na distribuição, o comércio do circuito superior, depende basicamente das importações e da produção nacional. Nessa situação encontramos um problema, que pode acontecer, no nível de industrialização do país, ou, nas facilidades de importação, dos transportes e também da moda (SANTOS, 2008a).

Pode-se analisar, nos dias atuais, a relação do circuito inferior com os fatores base que determinam os circuitos da economia urbana nas grandes metrópoles, demonstra diferentes procedimentos de adaptação e resistência da economia pobre, revelando o debate desta dinâmica, que combina a necessidade e a impossibilidade de seguir a modernização atual. A capacidade de renovação do circuito inferior a transformações socioeconômica do momento, renova-se constantemente, enquanto o circuito superior elabora a conjuntura o circuito inferior se adapta a essa conjuntura para garantir seu funcionamento (SANTOS, 2008a).

Pode-se concluir que o circuito inferior está cada vez mais acometido e relacionado com as novas características do período de globalização. Algumas características como a financeirização da pobreza, o consumo, o advento de novas tecnologia, informação e o próprio crescimento do circuito superior em áreas periféricas, que, anteriormente pertencia apenas ao circuito inferior, fazem presentes hoje nas grandes metrópoles. Essa nova peculiaridade só demonstra a especialização, o aprofundamento e a subordinação do circuito inferior face ao circuito superior em novos estágios. Anteriormente a esse período os circuitos da economia urbana apresentavam características bem distintas um do outro, porém com a modernização da economia, e a nova conjuntura socioeconômica, o circuito inferior passou, até por uma questão de sobrevivência, a compor características únicas do circuito superior como o crédito e a financeirização das classes pobres.

Nas grandes cidades, com diferentes características, os limites entre os circuitos da economia urbana se apresentam com novos termos e característica com o circuito inferior transitando por um intenso processo de reestruturação de suas atividades. Entretanto é importante ressaltar que o circuito inferior, apesar de passar por

essa nova formatação, continua se ajustando pela renovação da pobreza em busca de seu sustento.

Relatamos nesse capítulo as principais características que norteiam a teoria dos dois circuitos da economia urbana bem como as novas relações entre o circuito superior e inferior. Como objetivo desse trabalho é estudar as relações dessa teoria em um comércio de um bairro popular, apresentamos no próximo capítulo um aporte teórico relacionado ao varejo, devido às próprias características do estabelecimento comerciais envolvido nessa pesquisa.

3 O VAREJO

Este capítulo tem como propósito apresentar este importante setor da economia, partindo de sua história e desenvolvimento pelo mundo, no Brasil e na Bahia. Iremos mencionar suas principais instituições que o compõem com suas principais características e por fim uma nova definição para o varejo e suas tendências no Brasil.

O comércio varejista no Brasil tem passado, nas últimas décadas, por intensas modificações na sua estrutura e oferta de produtos. Muitas empresas redes varejistas de sucesso indiscutível no passado, saíram do mercado, outras, médias ou até pequenas redes varejistas ocuparam o espaço deixado, aproveitando a estabilidade proporcionado pelo Plano Real nos anos de 1990, alcançando um vertiginoso patamar de crescimento. Esse fato ocorreu devido, principalmente, pela ausência de práticas saudáveis de gestão e a utilização de estratégias equivocadas, em um mercado extremamente concorrente.

A maior finalidade do varejo é de satisfazer a demanda do consumidor final, ou seja, atende a necessidade de consumo dos indivíduos. É um tipo de venda que é feita diretamente ao consumo final, sem intermediários, e em quantidades pequenas. Nos mercados varejistas as mercadorias são vendidas em quantidades proporcionais a demanda dos consumidores. Esses produtos são negociados em diversos locais como lojas, supermercados, feiras, quiosques, nas residências e atualmente, através da internet (LEVY; WEITZ, 2000).

A procura de uma definição mais apurada sobre Varejo verificamos uma variedade de definições. Nos estudos de Levy e Weitz (2000, p. 27), o “[...] varejo é um conjunto de atividades de negócios que adiciona valor a produtos e serviços vendidos aos consumidores para seu uso pessoal e familiar”. Mas segundo Spohn (1977, p. 3), relata que “[...] varejo é a atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores. “ Já Parente, apresenta sua definição desses termos da seguinte forma:

Varejo consiste em todas as atividades que englobam o processo de venda de produtos e serviços para atender a uma necessidade pessoal do consumidor final. O varejista é qualquer instituição cuja atividade principal consiste no varejo, isto é, na venda de produtos e serviços para o consumidor final. (PARENTE, 2000, p. 22).

Dentre várias definições apresentadas sobre o varejo e toda a sua dinâmica, Kotler (2000, p. 540) apresenta um conceito mais abrangente: “O varejo inclui todas as atividades relativas à venda dos produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais, para o uso pessoal e não comercial.” Em sua definição o autor ressalta que qualquer organização comercial que destina seus produtos ou serviços à consumidores finais estão praticando varejo.

Em todas definições supracitadas podemos perceber que o varejo é o setor intermediários entre quem produz e quem consome os produtos e ou serviços.

Posto que após o relato de diversos conceitos, pode-se verificar que o varejo apresenta como maior de seus fundamentos a conexão de troca entre bens e ou serviços de um produtor e o seu consumidor final, sendo o varejista, o responsável por toda essa dinâmica intercambial. Dessa forma, devido à grande importância do segmento varejista na economia, apresentaremos a seguir como e de que forma o comércio varejista se apresenta aos seus consumidores.

3.1 Instituições varejistas

Ao discorrer sobre diversas conceituações e os segmentos do comércio varejista nota-se que os autores atentam para o fato de que os varejos atendem pela demanda do consumidor final, ou seja, acata a vontade do indivíduo. Dessa forma serão apresentados conceitos e algumas categorias de instituições varejistas para um melhor entendimento sobre este tão importante setor da economia.

O varejo centraliza toda as atividades desde a formação do produto até seu consumo de bens e serviços, regulando todas as desigualdades entre eles, seja na quantidade, qualidade ou variedade, gerenciando como modelador da relação de grandes produtores e clientes. Dessa forma as organizações varejistas podem se agrupar conforme várias características (PARENTE, 2000).

Para Kotler (2000) as instituições varejistas pela importância e pelo volume de negociação os empreendimentos varejistas continuam surgindo de diversas formas. Mesmo com uma enorme estrutura, podemos classificar o comércio varejista em quatro grandes grupos: o varejo com loja, o varejo sem loja, o varejo de serviços e o varejo virtual.

Já em Angelo e Silveira, (1996, p. 87), os autores fazem uma abordagem mais profunda e crescente sobre as novas formas de ofertar o produto. “O fato de nem todas as atividades serem realizadas em lojas, muitas transações podem ser realizadas por vendedores que vão ao encontro do consumidor, ou através de catálogo, televisão, internet ou outras mídias eletrônicas.”

Para fins de pesquisa existe uma dificuldade em se estabelecer limites para estudo deste tema uma vez que uma das características do comércio varejista é a ausência de uma tipologia adequada para a definição do setor, sendo assim, não existe uma classificação única para o setor tanto no meio acadêmico quanto nos órgãos oficiais públicos ou os representativos de classes. Entretanto utilizarei a caracterização acadêmica para explicar os tipos de instituições varejista mais comuns.

3.1.1 O varejo com loja

É importância trazer discussões sobre o varejo com loja, para tanto olhamos para as considerações feitas por Churchill e Peter (2000), segundo os pesquisadores, existe três tipos gerais de varejo com loja, a primeira são lojas especializadas, a segunda as lojas de consumo em massa e a terceira as lojas de conveniência. Os autores ao propor esta divisão, mesmo relatando que o especialista da área de marketing tem destacado outros tipos de lojas com uma diversidade de características, variedades de ofertadas de produtos.

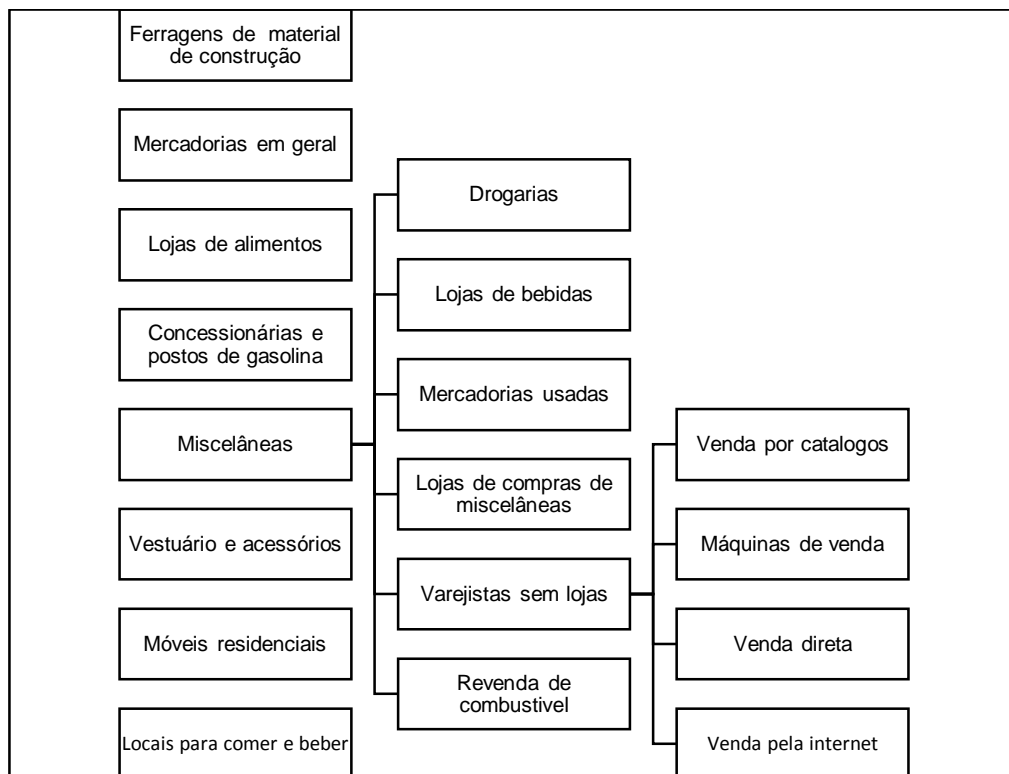
Ainda em Churchill e Peter (2000), os autores destacam as diferenças existentes entre os tipos de lojas, acima citado considerando que: as lojas especializadas apresentam aos clientes particularidade em seus produtos, nessas podem ser encontrados uma limitação em variedade, que recai em uma boa qualidade de produtos, considerando uma seleção de seus objetos ofertados. Já as lojas de consumo em massa, ao contrário desta oferta uma variedade de produtos, buscando oferecer ao consumidor a possibilidade de encontrar diversos produtos em um só lugar, observa-se que nesse sentido a qualidade não é fator principal, e sim o preço.

Ainda nesse sentido sobre o terceiro e último tipo de varejo chamado de lojas de conveniência os autores segue afirmando que: “A falta de tempo faz com que alguns consumidores privilegiem a conveniência. Após ter trabalhado o dia inteiro, estão

dispostos a pagar preços mais altos para poupar tempo, comprando em lojas de conveniência” (CHURCHILL, PETER, 2000, p. 420). Isso certamente induz a procura desse esse tipo de varejo.

Ainda sobre a questão do varejo Levy e Weitz (2000) partem do princípio que este oferece uma subclassificação, ofertando serviços e mercadorias no ambiente da loja, com uma variedade de mercadorias, baseada na natureza do composto varejista. Esse composto é classificado de acordo com o tipo de mercadoria, a variedade e o sortimento das mercadorias, o nível de atendimento e o preço da mercadoria. (Figura 8)

Figura 8 - Sistema de classificação varejista do mercado norte-americano



Fonte: Levy e Weitz (2000, p. 44). Adaptado pelo autor.

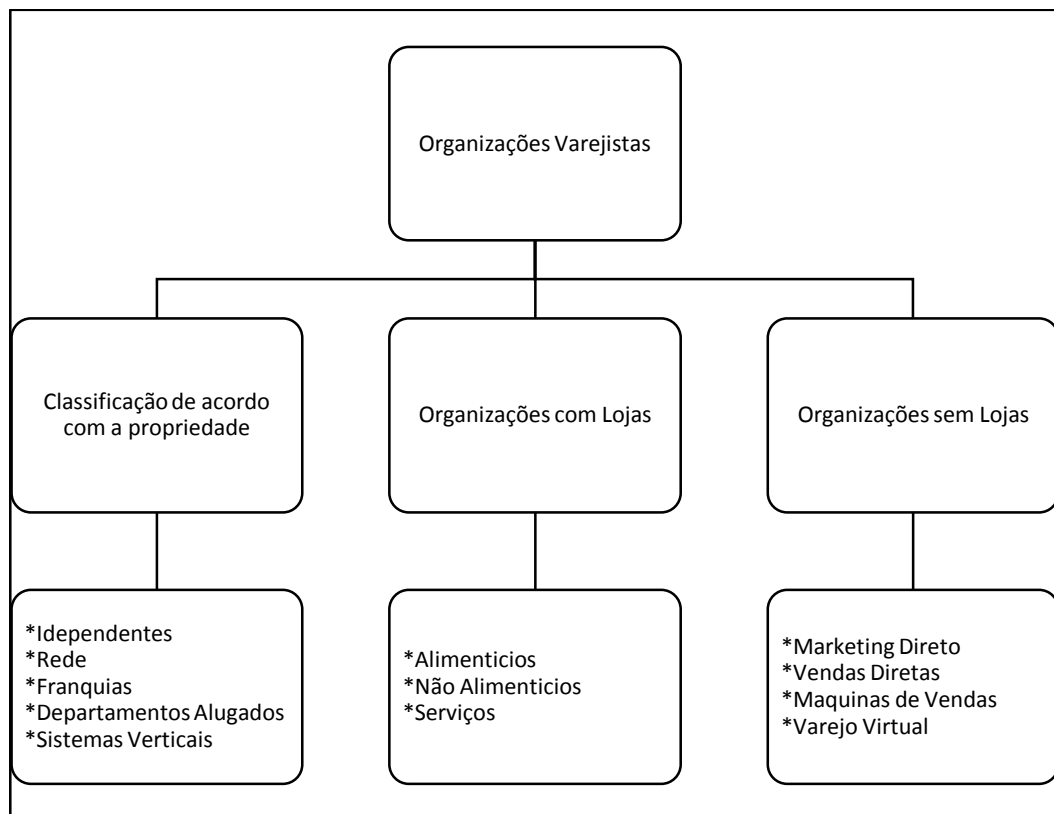
Ao considerar características como nível de preço, variedades de produtos os especialistas de *marketing* dividem as lojas em vários tipos como estes apresentados acima, permitindo uma compreensão desse universo de varejo e lojas que cercam o mercado, é importante também levar em consideração a presença da internet, nesse ambiente uma vez que este pode interferir no comportamento de compra e venda.

Parente (2000) faz uma classificação do varejo que caracteriza primeiramente com o tipo de propriedade e, posteriormente, com o sistema de varejo com loja e sem

loja. O varejo com loja está subdividido em três categorias: Varejo Alimentar, Varejo Não Alimentar e Varejo de Serviço (Figura 9).

Esses aspectos servem para apresentar diferenças existentes, nas ofertas e serviços que representam uma classificação, que resulta na caracterização do varejo inicialmente conforme o tipo de propriedade em seguida, pelo o sistema de varejo com loja e sem loja, assim o varejo representa o elo de ligação entre quem fabrica e os prestadores de serviços e o consumidor final, uma estrutura física como um veículo facilitador entre essas partes que compõe o processo varejista.

Figura 9 - Classificação das organizações varejistas



Fonte: Parente (2000, p. 25). Adaptado pelo autor.

3.1.2 O varejo sem loja

É necessário entender o varejo sem loja, assim buscamos olhar para as considerações feitas por Parente (2000), para o autor essa modalidade de varejo permite aos consumidores a compra sem precisar ir até as lojas varejistas, uma vez que as

técnicas de venda trazem essas possibilidades de compra e venda assim esta modalidade de varejo acontece de quatro maneiras distintas sendo: marketing direto, as vendas diretas, as máquinas de vendas e o varejo virtual.

Para Parente (2000) o *marketing* direto é praticado através de um ou vários meios de comunicação, tendo na relação comercial um vendedor e um consumidor, visando uma operação comercial. A venda direta é realizada através do contato físico entre o vendedor e consumidor, considerado que na oferta do serviço ou produto é necessária uma explanação sobre o objeto de compra e venda.

Ainda em Parente (2000) existe outra variedade da prática do varejo sem loja que foi estabelecida no Brasil a partir da década de 1990. As máquinas automáticas de vendas é uma modalidade varejista na qual os consumidores podem adquirir seu produto através de máquinas.

Já em Churchill e Peter (2000) o *marketing* direto é aquela campanha onde os vendedores utilizam variadas modalidades de contato com o cliente de promover a venda. Anteriormente esse processo era utilizado através dos correios, e-mail e telefones, atualmente esse recurso mercadológico utiliza revistas, rádio, televisão e internet.

O varejo virtual que para Parente (2000) é considerada como uma grande realidade contemporânea do mercado brasileiro, absorvidas pelas empresas do país. O ambiente virtual criado pela empresa na internet constrói uma interface envolvendo vendedor e consumidor de modo que o cliente tenha uma sensação de estar visitando a loja fisicamente. A grande vantagem dessa modalidade, além da consulta de produtos e serviços, possibilita-se a verificação de um número maior de produtos e serviços sem ter que ir à loja, agregando uma comodidade maior além de muitos casos encontrar a oferta do produto com preços inferiores aos encontrados nas lojas físicas.

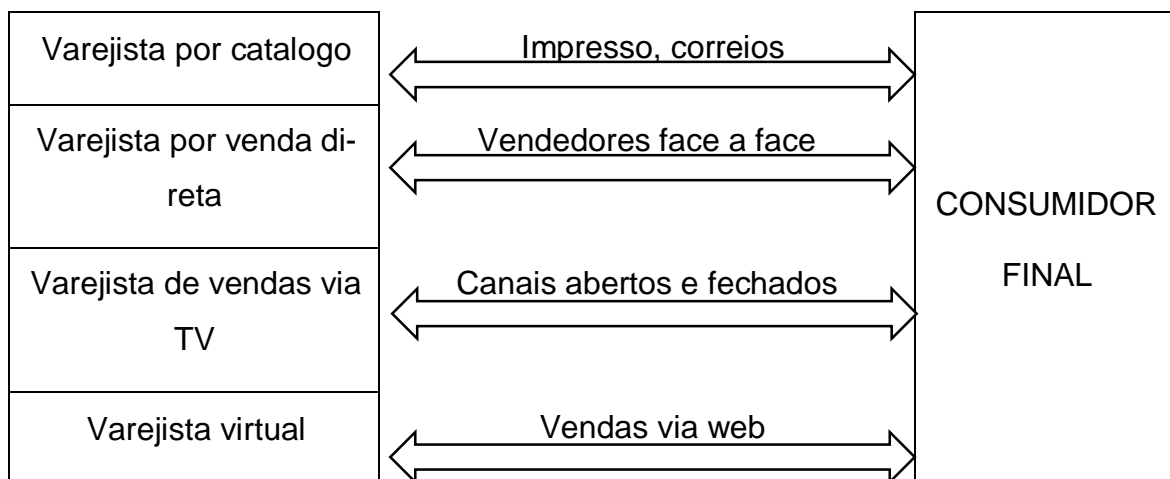
Sobre o varejo sem loja queremos também olhar para o que nos relatou Levy e Weitz (2000) que em suas pesquisas relatou que esta modalidade é apenas uma forma diferenciada de intercambiar as transações comerciais entre o consumidor e produtos.

Já em Churchill e Peter (2000) o varejo sem loja ocorre principalmente sob dois tópicos diferenciados: o *marketing* direto e as máquinas de vendas. Basicamente os

consumidores, no entender dos autores, compram mercadorias a partir de catálogos, ofertas na televisão, máquinas de venda e, sobretudo, na internet.

Mediante as discussões apresentadas acima, ao observamos as colocações dos autores anteriormente citados, trazemos a definição de varejo sendo como uma atividade comercial que acontece envolvendo o vendedor e o consumidor final, sem a necessidade de presença física do consumidor, contando com uma relação comercial, de segurança e credibilidade. Para melhor sintetizar nossa compreensão teórica (Figura 10)

Figura 10 - Modelo de varejista sem loja



Fonte: Levy e Weitz (2000, p. 77). Adaptado pelo autor.

3.1.3 O varejo de serviços

Inicialmente queremos enfatizar que o varejo de serviços é um componente mais importante, isso se dá por dois motivos o primeiro deles é o fato da procura do consumidor atual não está atrelada não apenas um produto, mas uma experiência, ou seja, um é uma espécie de teste de produtos, já a segunda, parte da ideia que tudo hoje em dia é um serviço.

Vale ressaltar que em um primeiro momento ao tratar de varejo, tem-se a ideia de uma atividade que acontece apenas através de uma troca de mercadorias ou produtos entre as partes envolvidas, diante disto é importante lembrar que no mundo varejista, encontra-se atividades além das vendas de produtos, entre essas, aquelas

ligadas a prestação de serviços, para melhor compreender vejamos o que tem nos alertado Parente (2000, p. 34): “Existem muitos tipos de varejo em que a atividade exclusiva ou principal consiste na prestação de serviços como salões de beleza, clínicas médicas, academias de ginásticas.” .

Ainda nesse sentido queremos destacar as dificuldades existentes para separar o varejo de serviços do varejo de produtos, desse modo Parente (2000) nos orienta para buscar uma melhor compreensão sobre o tema, assim, nos recomenda a separação de ambas modalidades, para segundo o autor, ao realizar a distinção devemos ter por base quatro características a saber:

- intangibilidade – os serviços não são facilmente percebidos pelos sentidos humanos;
- perecibilidade – geralmente não podem ser armazenados;
- inseparabilidade – não há como separar a execução do seu consumo;
- heterogeneidade – há variação da prestação de serviços dependendo do executante.

Ainda nesse sentido Parente (2000) retrata uma classificação do varejo de serviços, conforme demonstra o quadro 1.

Conforme as afirmações de Levy e Weitz (2000, p. 62) “Os varejistas de serviços são definidos como varejistas cujo principal aspecto de suas ofertas são os serviços e não as mercadorias”. Como a era do serviço está em alta nas transações comerciais, o varejo de serviço representa uma grande parcela no total da indústria de varejo ofertada.

Esta afirmação dos autores supracitados tem grande afirmativa quando observado o Produto Interno Bruto (PIB) dos principais países do mundo, além de que, o estilo de vida atual e a rotina acelerado das pessoas, a utilização dos serviços no dia a dia, como alimentação, saúde dentre outro e muito solicitado.

Ainda em Levy e Weitz (2000) ao relatar as fundamentais diferenças entre o varejo de serviço e o varejo de mercadoria os autores evidencia quatro tipos importantes: são intangíveis, têm produção e entrega simultânea, são perecíveis e têm inconsistência nas ofertas aos clientes.

Quadro 1 - Critérios e tipos do varejo de serviço

CRITÉRIOS	TIPOS	EXEMPLOS DE LOJAS
Grau de tangibilidade	Produtos alugados	Locadoras de roupas de festa, locadoras de veículos
	Produtos de que o consumidor mantém posse	Oficinas de carros, assistência técnicas de eletrodomésticos
	Sem produtos	Escolas de idiomas, academia de ginástica
Grau de competência	Alta especialização	Clínicas médicas
	Baixa especialização	Reparos em sapatos, borracharias
Intensidade de mão-de-obra	Baseada em pessoas	Salões de beleza
	Baseado em equipamentos	Lavanderias
Grau de contato com o cliente	Contato alto	Lanchonetes, restaurantes, Grau de contato com o hotéis
	Contato baixo	Cinemas
Por objeto	Objeto de lucro	Bancos
	Não lucro	Biblioteca, posto médico

Fonte: Parente (2000, p. 25). Adaptado pelo autor.

São intangíveis porque, normalmente, os consumidores não conseguem tocar ou sentir o serviço. Quanto a entrega simultânea e produção, geralmente o serviço é realizado na presença do cliente. Já a perecibilidade, Levy e Weitz (2000), esclarece que o consumo e a criação do serviço são inerentes, os serviços são transitórios, eles não podem ser guardados, uma vez contratados, são utilizados e consumidos. Por fim temos a inconsistências do serviço, ou seja, a prestação é realizada por seres humanos, sendo assim, os clientes podem encontrar serviços similares mas nunca iguais.

3.1.4 O Varejo virtual

A tecnologia tem atuado como fator transformador em diversas áreas da sociedade, inclusive no mercado comercial. Uma vez que tem se configurado novas formas de compra e venda, nesse sentido buscamos discutir o varejo virtual que tem se apresentado como uma nova forma de relacionamento entre consumidor e vendedor. Certamente essas mudanças são fruto das novas tecnologias que vem se desenvolvendo nas relações comerciais que a cada dia ocupa novo espaço, como uma diversidade de forma e estratégia na busca de conquista de um número cada vez maior de clientes.

Na perspectiva de Parente (2010) o varejo eletrônico utiliza como o propulsor de vendas o ambiente virtual, a internet, como ferramenta que auxilia o produtor ou a loja em oferecer seu produto ao consumidor final por meio de um sistema interativo.

Desse modo, observamos o que nos diz Levy e Weitz (2000, p. 86) ao denominarem o varejo eletrônico como a “compra interativa em casa”. Os autores chamam atenção para tal modalidade comercial e como ela pode representar uma possibilidade de crescimento, diante do aumento do quantitativo de usuários conectados às redes mundiais de computadores. Como já dito anteriormente essa conectividade é certamente um fator importante para o crescimento econômico desse mercado consumidor.

Para Churchill e Peter (2000) o varejo virtual é denominado de marketing online, para os autores esta modalidade de varejo, deve crescer de forma progressiva e contínua, atrelado ao desenvolvimento tecnológico, mediante a proximidade dos usuários às redes.

Com relação à população jovem, Levy e Weitz (2000) afirmam que muitos consumidores, nessa faixa etária, têm facilidade com a utilização de computadores e com o ambiente virtual, essa característica tem favorecido a utilização da compra, via ambiente virtual.

Mediante o universo do varejo virtual e a busca de satisfazer os consumidores, Levy e Weitz (2000) indicam benefícios que somam qualidade e valor para o consumidor neste modelo varejista.

Entre esses trazemos a questão da segurança, pois facilita para o consumidor a visualização aquisição do produto sem que ele precise ir até o produto e comprometer sua segurança ao sair de casa, ou trabalho uma vez considerado ser um local seguro.

O segundo aspecto relacionado pelos autores, com relação à utilização do varejo virtual é a assistência técnica para seleção de alternativas, bem como o mecanismo de busca e por fim o fornecimento de informações para avaliação da mercadoria.

Assim temos entendido O varejo virtual como uma realidade atual, pois o mundo virtual já é parte do cotidiano dos consumidores isso certamente conta com alguns entres que certamente com a inversão da internet tende a ser quebradas, entre essas destacamos a desconfiança dos sistemas de operação no ambiente virtual, mas acreditamos que isso certamente não será limite para o mercado consumidor.

Na concepção de Levy e Weitz (2000) esta modalidade de varejo apresenta um ponto negativo está na restrição em satisfazer as necessidades sociais e de entretenimento do consumidor final.

Parente também observa que

Apesar de toda a euforia das empresas à utilização da Internet como forma de negócios, cabe aos consumidores, como *transformadores do canal*, a decisão de adotar, ou não, a nova forma de realizar suas transações. Algumas vezes os consumidores adotam as inovações, mas frequentemente são resistentes. As novas tecnologias só irão mudar a demanda dos canais se elas solucionarem os antigos problemas dos consumidores de forma melhor do que as soluções existentes. (PARENTE, 2000, p. 44).

Dessa forma, tanto as questões sociais, de entretenimento e cultural pode ser um entrave na utilização de modelo de varejo, levando as organizações a estudarem adequações e atrativo a utilização desse modelo.

Apesar de alguns pontos negativos desse modelo, de acordo com Parente (2000), existe na concepção do varejista, dois pontos relevante na utilização dessa modalidade de compra. A redução dos custos de operação e a ampliação carteira de clientes em potencial, utilizando a internet, a nível mundial.

Em compensação, Levy e Weitz (2000) alerta para questão da concorrência de preço, que na maioria das vezes, nessa modalidade, os preços são inferiores ao praticados nas lojas físicas, a eficiência e eficácia na logística, e na grande variedade de mercadorias.

O varejo virtual já faz parte da realidade do cotidiano dos consumidores porque a internet é uma realidade utilizada por milhões de pessoas. Notoriamente existem algumas barreiras culturais que devem ser quebradas, tais como desconfiança no sistema, a credibilidade da empresa, dentre outras, porém não serão barreiras para o desenvolvimento desse modelo de varejo.

Apesar do comércio varejista apresentar atualmente toda essa segmentação com diversas características e critérios para oferecer aos seus consumidores tudo que eles necessitam, a sua evolução se deu ao longo da própria história da humanidade, das cidades e dos países. No próximo capítulo apresentaremos a sua evolução histórica.

3.2 A história do varejo no Brasil e no mundo

O nascimento do varejo se deu quando as famílias deixaram de serem autosuficientes, com isso precisavam de outros produtos para sua sobrevivência. Não sendo capazes de produzir tudo que necessitavam para o seu cotidiano, além de existir um excedente na produção devido a sua especialização em um determinado produto, essas famílias, buscavam na base da permuta, oferecer seu excedente por outros produtos que tinham necessidade (LEVY; WEITZ, 2000).

Os primeiros registros históricos no varejo no mundo remontam a idade antiga. Nas cidades mais desenvolvidas da época como Roma, Atenas e Alexandria já existia o comércio como atividade lucrativa. Nos tempos grandiosos do Império romano, na cidade de Roma, já existiam centros comerciais onde as lojas se aglutinavam em um determinado local, e em cada uma delas existiam placas informando o tipo de mercadoria que os comerciantes ofereciam para compra em seus estabelecimentos (LEVY; WEITZ 2000).

Esse relato se confirma em Richter (1954, p. 4), onde ele afirma que “Atenas, Alexandria e Roma foram grandes áreas comerciais e os gregos antigos eram conhecidos como grandes comerciantes”. Confirmando que a existência do comércio e seus intermediários remontam a antiguidade.

Essa dinâmica deu origem ao comércio a sua fase mais embrionária e na formação das primeiras feiras e centros comerciais. É nessa fase que surge a utilização da moeda e o aparecimento do intermediário, que comercializava o excedente produtivo das famílias.

Braudel (1996) atesta que os mercados e as feiras, com o passar dos anos, invadiram os grandes centros urbanos e se multiplicaram, principalmente no continente europeu no século XV. Nesse mesmo período, afirma este autor, qualquer espaço livre era imediatamente ocupado pelas feiras.

Com o passar dos anos, o crescimento das feiras, a especialização dos produtos e o surgimento dos intermediários a dinâmica comercial começa a se modificar para um patamar mais especializado, dessa forma as cidades foram obrigadas a construir centros comerciais com intuito de organizar toda essas dinâmicas. Na realidade esses centros comerciais eram as feiras locais devidamente cobertas que passavam a funcionar de forma permanente (BRAUDEL, 2006).

Segundo Braudel (1996), o crescente aumento dessas feiras, boa parte dos comerciantes procuraram trabalhar com a especialização de determinados produtos. Dessa forma, surgiram as primeiras lojas que comercializavam produtos mais específicos que faziam concorrência direta às feiras livres.

A partir do século XVII, o comércio varejista começa a tomar uma outra formação nos grandes centros urbanos, como Paris, Madri e Veneza por exemplo. Essa nova formatação varejista traz uma nova característica comercial aos estabelecimentos, que se agrupavam em uma mesma localidade, comercializando o mesmo produto (BRAUDEL, 1996).

De acordo com os estudos de Las Casas (2000), o grande impulso para o setor varejista se deu a partir do século XIX, com o surgimento das lojas de departamento criadas pelos ingleses e pelos norte-americanos. Eles apresentaram uma nova modalidade de lojas onde se vendia de tudo, as chamadas *general store*. Segundo ainda

este mesmo autor, também foi nesse mesmo período que surgiram as casas de vendas pelo correio postal e as lojas em cadeia.

3.2.1 A história do varejo no Brasil

A história do varejo no Brasil sofreu grande influência dos principais momentos da formação econômica e social do país, se confundindo com a própria história do País, desde o descobrimento e logo depois com as primeiras relações comerciais entre a colônia e Portugal. Segundo Varotto (2006), no Brasil a primeira forma de comércio que se tem notícia foi o escambo, onde os primeiros exploradores de nossas terras utilizavam-se da mão-de-obra indígena para a derrubada das árvores de pau-brasil, nossa principal riqueza em troca de quinquilharias e bugigangas.

Todo o formato da economia brasileira era caracterizado pelo tipo de colônia de exploração, baseada apenas na extração minerais e matéria-prima para suprir as necessidades da metrópole portuguesa. Historicamente tivemos a extração do pau-brasil que gerando um grande interesse da Coroa pela nova colônia, depois, foi o cultivo da cana-de-açúcar, monopolizando toda essa produção, em um terceiro momento o gado, a mineração e o cultivo do café que sustentou toda a economia brasileira.

De acordo com os estudos de Varotto (2006), o comércio varejista brasileiro propriamente dito surgiu a partir das formações populacionais nas primeiras vilas litorâneas, através dos empórios de importação de escravos, manufaturas e da exportação de açúcar, e posteriormente ouro, pedras preciosas e outras poucas mercadorias.

No início da colonização o varejo brasileiro sofreu com a falta de infraestrutura como a inexistência de estradas, meios de transporte e comunicação. Toda a produção era escoada para o interior do Brasil em lombo de animais. Dessa forma surge o primeiro componente do varejo genuinamente brasileiro, o tropeiro. Pela carência dessas estradas a navegação de cabotagem e fluvial eram as principais vias de existentes no Brasil (LAS CASAS, 2000)

Para Normando (1975) a figura do então bandeirante foi substituída pelo tropeiro como fator de expansão de nosso comércio. O tropeiro surge como o transportador de mercadorias, de dinheiro, de pessoas, de notícias e de correspondência postal. Ele é o intermediário para todas as transações.

Com o propósito de aumentar os lucros comerciais que a colônia brasileira poderia gerar, aprimorando o processo produtivo para ultrapassar os países concorrentes, surgem as Companhias de Comércio que apesar de possuir uma parte dos investimentos oriundos da Coroa, essas empresas eram independentes.

Em 1649, de acordo com Varotto (2006), surgiu a Companhia Geral do Comércio do Brasil, criada pela Coroa Portuguesa que teve sua duração até o ano de 1720, a mesma passou a monopolizar a venda de vinhos, azeites, farinhas e bacalhau, ficando também responsável por organizar e escoltar as frotas comerciais que partiam do Rio de Janeiro para Salvador com produtos brasileiros com destino a Portugal.

Só a partir de 1755, conforme os estudos de Varotto (2006) começam a surgir, na então colônia brasileira, as primeiras companhias comerciais. A Companhia Geral do Comércio do Grão-Pará e Maranhão (1755) e a Companhia Geral do Comércio de Pernambuco e Paraíba (1759), com os mesmos objetivos de exportar produtos brasileiros.

Na região que hoje o estado de São Paulo, no Planalto de Piratininga surge as primeiras atividades comerciais. Varotto (2006) descreve:

[...] ao mesmo tempo, na periferia do sistema colonial, surge no planalto de Piratininga uma outra formação social, onde se situam os paulistas. Ali imperavam instabilidade e mobilidade, tendo como principal atividade econômica, em um primeiro momento, a captura de índios para servirem de escravos e mercadorias e, em um segundo, a busca de ouro e pedras preciosas no interior do território, as chamadas bandeiras e monções. (VAROTTO, 2006, p. 87).

Com o passar dos anos foram surgindo novos movimentos que deram maior mobilidade e dinâmica ao comércio brasileiro. Para Varotto (2006), o ano de 1808 foi marcado por profundas mudanças nos rumos da Colônia e do comércio brasileiro, devido à chegada da família real portuguesa ao Brasil, fugindo de Napoleão Bonaparte na Europa.

Nos estudos de Vinhosa (1999), uma das principais medidas que beneficiaram o comércio no Brasil, tomadas por Dom João VI, foi a abertura dos portos brasileiros

as nações amigas de Portugal. Da mesma forma outra medida importante adotada pelo governo Português foi a abolição de toda e qualquer proibição de instalações de manufaturas no Brasil, favorecendo o início das atividades de fabricação de tecidos, as indústrias extrativas de minerais, a atividade dos ouvíres, a extração de diamantes e a siderurgia, representando o último golpe no sistema de exclusivo metropolitano.

O desenvolvimento do varejo brasileiro ocorreu, efetivamente, com a chegada da República em 1889. Sobre essa nova perspectiva política, Prado Jr. (1982) relata que essa nova organização governamental estimula ativamente a vida social e econômica, trazendo iniciativa e novas perspectivas comerciais, contribuindo de forma acentuada todo o sistema econômico. A nova ótica mercantilista era lucro e enriquecimento, entrada de finanças internacionais e incremento da lavoura.

Las Casas (2010), sobre essa nova fase política, relata em seus estudos, que, o comerciante Irineu Evangelista de Sousa, mas conhecido com Barão e Visconde de Mauá, entre suas conquistas comerciais, inclui-se a fundação de uma das mais importantes casas comerciais, fundação de um banco, construção de estradas de ferro, patrocínio em companhias de iluminação a gás, estaleiros e industriais.

Ainda em Las Casas (2010), nesse período inicial republicano surgem no Brasil algumas empresas varejistas que vão ainda mais consolidar este ramo da economia. Em 1871 é fundada a Casa Masson. Em 1906, a Loja Pernambucanas, no ramo de tecidos. Em 1912, é fundado a Mesbla, como filial de uma firma francesa a Mestre & Blatgé que foi uma das percussoras de lojas de departamento no Brasil. Em 1913 surge outra loja de departamento, a Casa Anglicana, mais conhecida como Mappin, sendo também uma da pioneira do comércio varejista.

Na cidade de São Paulo, já na década de 1920, com o desenvolvimento da indústria, seguida da crescente urbanização da cidade e o grande aumento da população e da carência de alimentos, que ainda, eram, em sua grande maioria, importados, foram instalados as primeiras “feiras livres”, onde se comercializavam produtos de primeira necessidades mais baratos, Além dessas feira, existiam os mercados que comercializavam a produção dos arredores e o excedente de outras regiões, além dos armazéns de secos e molhados e os vendedores ambulantes (VAROTTO, 2006).

O comércio varejista brasileiro começa a se modernizar a partir do final da 2ª Grande Guerra. Essa modernização se dá na virada da década de 1940 com o surgimento, em São Paulo, de algumas redes de loja que ofereciam a seus clientes muito mais do que produtos. A Sears, empresa varejista norte americana, chegou no país em 1949, revolucionando o mercado varejista de grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, comercializando desde produtos feminino, a eletrodoméstico a móveis, além de oferecer aos clientes lanchonete e estacionamento próprio, pioneira na utilização do *self-selection*, modalidade de autosserviço em que o cliente escolhe a mercadoria, sendo a venda finalizada por vendedores em cada departamento (VAROTTO, 2006).

Em meados da década de 1940, as empresas de roupas e as lojas de departamento começam a utilizar vitrines para expor seus produtos, veicular propagandas nas rádios e jornais, lançamentos de promoções aproveitando datas como Natal, festas Juninas, Carnaval e Dias das Mães. Esse período marca o início do crediário (VAROTTO, 2006).

O comércio varejista brasileiro evoluiu gradativamente, acompanhando as principais tendências mundiais a partir da década de 1950. Os supermercados são os grandes modelos de varejo, em 1953 foi inaugurado o *Sirva-se S.A.*, na cidade de São Paulo, logo depois a *Peg-Pag*, em 1954, a *Mapps* em 1957 e o *Pão de Açúcar* em 1959. Já na década de 1960, surge o aglomerado varejista mais famoso, os *shopping centers*, O Iguatemi, em de São Paulo, ganhando a clientela pela sua comodidade, segurança e facilidade de estacionamento (VAROTTO, 2006).

Já na década de 1980 e principalmente na de 1990, de acordo com Varotto (2006), ocorre um grande processo de reestruturação e concentração no mercado supermercadista brasileiro, onde grupos tradicionais como Paes Mendonça e Eldorado são incorporados por outro e novas bandeiras internacionais passam a atuar no país, como o Pão de Açúcar e o gigante Wal-Mart em 1995.

Compreendendo a evolução de nossa história, o varejo brasileiro está pontualmente ligado a infraestrutura das cidades. Não só a estrutura é decisiva para a existência de um comércio varejista, como também as questões mercadológicas, a existência de clientes em potencial e a circulação de dinheiro, transporte e comunicação é determinante para existência do varejo (LAS CASAS, 2010).

Em se tratando de evolução histórica, o varejo no Brasil surgiu com a Colônia e foi gradativamente sofrendo transformações ao longo do seu processo histórico. E certamente nos reservará grandes surpresas futuras, através de sua facilidade em adaptar-se as mudanças tecnológicas e às exigências do mercado consumidor, recriando-se continuamente (VAROTTO, 2006).

3.2.2 A história do varejo na Bahia e na cidade de Salvador

A cidade de Salvador, antiga capital do Brasil, fundada em 1549, é a capital do Estado da Bahia e a mais antiga das cidades brasileira, e, segundo o IBGE atingirá em 2017 cerca de 2,9 milhões de habitantes. Por três séculos foi a aglomeração mais importante do país, tendo seu porto o mais importante do Brasil.

A função portuária de Salvador, existe desde a sua fundação, sendo essa característica uma condição necessária para realização de outras atividades. A atividade comercial e o surgimento do varejo na capital Baiana devem, principalmente, à função portuária que Salvador exercia (SANTOS, 2008b).

Desde os seus primeiros anos de fundação da cidade de Salvador, a Cidade Alta vem passando por inúmeras transformações. Essa região da cidade já teve funções administrativas, religiosas e políticas. Na década de 1950, o processo de migração do interior, e o rápido processo de industrialização levam a cidade a passar por um grande processo de expansão urbana (HEINONEN, 2005).

No início da década de 1950 o comércio soteropolitano, localizado no centro da cidade, estava dividido basicamente em 4 tipos de comércio: o grossista, o comércio varejista, subdividido em o pobre e o rico, o comércio de alimentação e o comércio de rua (SANTOS, 2008b).

O Comércio grossista, ou mais conhecido hoje como atacadista, estava localizado basicamente na Cidade Baixa. A sua função mais habitual dentro da cadeia de distribuição é ser intermediário entre o fabricante e o vendedor varejista (SANTOS, 2008b).

O comércio varejista está situado, em sua grande maioria na Cidade Alta, dividido em um setor de luxo e um outro setor de pobre que ocupa uma região diferente no centro da cidade. A instalação do comércio varejista na Cidade Alta condiz com o

aumento da população nos bairros da Barra, Corredor da Vitória e Graça. O varejo rico estava localizado nas ruas Chile, Misericórdia, Ajuda, Carlos Gomes, Av. Sete de Setembro e uma parte da Av. Joana Angélica, bem no centro da cidade, acompanhando as linhas do transporte coletivo, que trafega também, nos bairros ricos. Já o Comércio varejista pobre ocupa a Baixa do Sapateiro, região onde trafega os ônibus que se dirige aos bairros de classe média e pobre de Salvador. Nesse tipo de comércio não se encontrava grandes magazines e casas de artigo de luxo, como no varejo rico, nessa região do comércio central de Salvador, prevalecia lojas que vendiam artigos de segunda necessidade (SANTOS, 2008b).

Com a modificação da paisagem urbanística de Salvador, a cidade também passava por mudanças dos hábitos de consumo. Um acontecimento importante com relação ao estilo de compras dos baianos, que, durante séculos, frequentava os velhos armazéns “secos e molhados”, vendas e feiras-livres, que abasteciam as suas despensas, começou a ceder a nova forma de comprar que surgia na capital baiana: O serviço de autoatendimento dos supermercados. O Comerciante Raul Schwab foi o pioneiro nesse estilo de estabelecimento comercial, inaugurou, em meados da década de 1950, o primeiro supermercado no bairro da Saúde. Mas o grande revolucionário do varejo baiano de supermercados foi o Sergipano Mamede Paes Mendonça. Mamede, sabendo das dificuldades que o comerciante Raul Schwab passava, comprou a sua loja no bairro da Saúde, que, no início da década de 1960, inaugurou, nesse local, a primeira loja da rede de supermercados Paes Mendonça. O sucesso foi vertiginoso, chegando, no final da década de 1980, com 156 lojas espalhadas pela Bahia, Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro (ROCHA, 2012).

Nos meados da década de 1970, surge em Salvador, a rede de Supermercado Unimar, do grupo Correia Ribeiro, voltado para uma clientela mais elitizada, sendo comprada anos mais tarde pelo grupo Paes Mendonça (ROCHA, 2012).

O início da década de 1960 Salvador começa a passar por grandes transformações urbanas que mudam por completo toda a estrutura comercial da cidade: grandes avenidas são construídas para aliviar os congestionamentos, as formosas “avenidas de vale”, abrindo a estrutura urbanas consolidadas nos morros. A partir desse período foram inauguradas grandes avenidas que contribuíram para melhorar toda a mobilidade de Salvador. A Av. Paralela, com 17 km, ligando a região da rodoviária ao aeroporto, a Av. Bônoco ligando o centro da cidade ao Iguatemi e a Av. Antônio Carlos

Magalhães que liga a Rótula do Abacaxi ao bairro da Pituba. Com todas essas transformações urbanas, é fundado em 1975, o primeiro *shopping center* do Nordeste, o Iguatemi, sendo um novo marco para atividade comerciais na capital Baiana. Essa nova área que se consolida com a construção desse empreendimento, será propositalmente, desenvolvida como o novo centro da cidade (HEINONEN, 2005).

Na realidade a região do Iguatemi começou a ser arquitetada a partir da década de 1970, fazendo parte do processo de reestruturação urbana de Salvador, gerando, dessa forma, um processo de descentralização, dando uma nova configuração urbanística a cidade, alterando o seu cotidiano, as relações intraurbanas e interurbanas, fazendo surgir novos equipamentos urbanos colaborando para a mudança daquela região (SANTOS, 2007).

O processo de reestruturação urbanística de Salvador teve participação do Estado, nos níveis estadual e municipal, trazendo para área alguns fatores de atração, como, por exemplo, a construção da Estação rodoviária em 1970, a criação do Centro Administrativo da Bahia, em 1972, a criação do Detran, em 1973. A iniciativa privada também colaborou para o desenvolvimento dessa nova localidade, uma vez que grandes mercados, lojas e escritórios dos mais variados começaram a se instalar. A especulação imobiliária também foi um fator importante para valorização da região devido a construção de vários empreendimentos comerciais (MAIA, 2015).

Mesmo com a nova orientação urbana da cidade de Salvador para a região do *Shopping Iguatemi*, já como nova região central da cidade, principalmente, por assumir o novo centro financeiro da capital, o antigo centro comercial de Salvador inicia uma nova fase de desenvolvimento varejista. É inaugurado em 1985 o Shopping Piedade, construído na antiga área do comércio nobre, ao lado do terminal de ônibus da Lapa. Na mesma região, em 1996, um segundo shopping center é inaugurado, o Center Lapa. A inauguração desses dois novos empreendimentos traz um novo contexto para o comércio varejista do centro da cidade, quebrando a característica elitizada dos shoppings centers, que são, estrategicamente projetados para atender as camadas populares. A construção desses shoppings, na antiga área central da cidade, reflete a importância desse espaço urbano e, demonstra o interesse pela revitalização dessa região (HEINONEN, 2005).

A distribuição do comércio na cidade de Salvador está longe de ser homogênea. No centro e na orla marítima existe uma clara concentração comercial. Nos bairros ricos da cidade, estão os comércios de alta qualidade. Na periferia de Salvador, no miolo, e ao longo da Av. Afrânio Peixoto (Av. Suburbana), não existem centros comerciais de grande porte, porém, o comércio de bairro mostra-se bastante expressivos em certos pontos. Normalmente, a estrutura comercial de bairros populares é formada basicamente por empreendimentos que oferecem produtos de primeira necessidade, lojas mal equipadas e com uma estrutura empresarial extremamente primária (GOTTSCHAL, 1997).

3.3 As novas características varejistas e suas tendências no Brasil

Na concepção de Levy e Weitz (2000, p. 72) “[...] várias teorias foram criadas para explicar a estrutura atual da indústria de varejo e prever como a estrutura será mudada”. De um modo geral todas essas teorias não explicam todas as transformações que ocorreram no mundo varejista nem prever de uma forma concreta tudo que poderá acontecer.

Em se tratando de Brasil, para Parente (2010) o setor varejista vem se transformando e assumindo uma parcela de destaque no Produto Interno Bruto (PIB) nas últimas décadas. As revistas especializadas em economia publicam notícias sobre as atuações destas empresas, tecnologia empregada, modelos de gestão, fusões e aquisições, evidenciando ainda mais a importância desse setor para a economia nacional.

O setor varejista vem crescendo constantemente e de forma bastante expressiva no mercado empresarial brasileiro, estando dentro desse segmento algumas das maiores empresas do país. Todo esse crescimento do varejo se deve a grande facilidade de adaptação e inovação as tendências exigidas pelo mercado, através da utilização de estratégias diferenciadas, novas tecnologias e mudança no relacionamento com cliente e fornecedores.

No Brasil o ramo varejista vem assumindo uma importância cada vez mais crescente no panorama econômico. A medida que as empresas varejistas se expandem, passam adotar altos níveis de tecnologia e modelos de gestão, desempenhando um papel importante na modernização do sistema de distribuição e na economia. Ao longo

dos últimos 40 anos, as instituições varejistas vêm atravessando uma intensa transformação. Na maioria dos empreendimentos varejistas atuais não existiam na década de 1960, concretizando a grande diversificação e a evolução crescente do varejo nos últimos anos (PARENTE, 2010).

Podemos citar três razões que coloca o varejo como destaque na economia brasileira: em primeiro lugar o setor varejista e um ramo que demanda muita quantidade de mão de obra, em geral menos qualificada, compensando dessa forma o desemprego da indústria (SANTOS; COSTA, 1997). Em segundo lugar, após a década de 1990 quando o varejo brasileiro passou por uma forte transição, saindo de uma de uma formação mais pulverizada para grupos mais estruturado de varejo, ocasionando uma maior diversificação e um acirramento maior na concorrência. Por último o terceiro elemento de destaque na economia é a grande capacidade do varejo de gerar um canal direto entre a produção e o consumo, sujeito a variação da demanda e as preferências do consumidor, influenciando de forma direta ao elo final da cadeia de produtos (FALEIROS, 2009).

O setor varejista não assume apenas um papel importante no setor econômico brasileiro, no que tange a importância social desse setor, percebe-se que atividade de compra em nossa sociedade atual assume muito mais do que uma necessidade. Ir às compras, ao supermercado, ao *shopping*, tornou-se, em nosso mundo contemporâneo, uma atividade de convívio social. As pessoas além de solucionar problemas com a compra de produtos, festejam, expressam-se, e exercem a cidadania (NIZZA JR., 2003).

Atualmente o varejo vem alcançando grandes índices de crescimento no mundo empresarial Brasileiro. Tudo isso se deve a grande expansão das empresas varejistas nas quais vem adotando avançadas tecnologias de informação e variados modelos de gestão, desempenhando um papel fundamental para a economia brasileira.

Segundo Parente (2009, p. 22), “Varejo consiste em todas as atividades que englobam o processo de venda de produtos e serviços para atender a uma necessidade pessoal do consumidor final”. Sendo assim é de extrema importância que o varejista esteja bastante atento as novas tendências do mercado, para que possa atender as necessidades de seus consumidores de maneira ágil e eficaz.

Na década de 1990 o varejo passa por um período de evolução lenta, conforme as afirmações de Souza e Serrentino (2002), em comparação as décadas anteriores, devido ao menor crescimento populacional, pela prudência dos consumidores ocasionado pela perda de renda, a saturação do próprio mercado de bens duráveis. Na perspectiva dos mesmos autores, a telefonia celular, os serviços de telecomunicações e o turismo tiraram, de uma maneira geral, a capacidade de compra dos consumidores.

Em Faleiros (2009), o ramo varejista, na década de 1990, passa por uma transformação muito importante. Anteriormente o setor tinha uma característica mais pulverizada, passando para uma composição mais estruturada, com grupos econômicos mais organizados, elevando, dessa forma a concorrência, a diversificação e oferta de produtos. Com essas transformações as empresas varejistas, para ganhar mais consumidores, tiveram que barganhar com os fornecedores a redução de preço.

Com todas essas mudanças no setor varejista, com as empresas disputando cada cliente em potencial, Levy e Weitz (2000) declaram que os varejistas vêm desenvolvendo, em virtude dessa perspectiva, fontes de vantagem competitiva, como ferramenta indispensável a sobrevivência da organização. Os empresários tiveram que investir em tecnologia, logística, serviços de pós-venda e *marketing* para atender, cada vez mais, as demandas exigentes dos consumidores.

No entendimento de Morgado e Gonçalves (1997) a trajetória do varejo reflete com veracidade as mudanças ocorridas na sociedade, ao longo dos tempos. Outro ponto citado pelos autores é o fato do ramo varejista apresentar, dentre outras características, o dinamismo devido à baixa intervenção do estado e do grande volume de capital que circula nesta atividade.

Como foi falado anteriormente, a década de 1990 foi um período de muitas transformações, mudanças e adaptações que o mercado varejista experimentou, e, só aquelas que souberam criar vantagens competitivas sobreviveram dentro desse novo cenário econômico. O perfil dos consumidores, maior nível de exigência, abertura econômica, estabilização monetária foram os fatores que determinaram o rumo do comércio varejista brasileiro.

O estilo de vida moderno e a falta de tempo mudou completamente os hábitos consumistas e conseqüentemente o perfil do consumidor. De acordo com Parente

(2000), o descontentamento e inconformidade com lojas lotadas e a busca por socialização faz com que os lojistas realizem grandes investimento em tecnologia e informação para satisfazer esse novo perfil consumista.

O comércio varejista procurou se adaptar a esse novo perfil exigente do consumidor, buscando agilidade no atendimento, maior informatização de seus cadastros, novas possibilidades de vendas com uma gama maior de opções de consumo, seja nas lojas físicas ou comércio eletrônico e um maior dinamismo no setor logístico.

Esse novo perfil de cliente, a partir da década de 1990, para Souza e Serrentino (2002), começou a fazer parte da estratégia varejista. Essa estratégia refletiu nas vantagens competitivas, onde os comerciantes buscaram conhecimento nos hábitos, atitudes e padrões de comportamento dos consumidores.

Outro fator importante que deu ingresso no mercado de uma grande quantidade de consumidores foi o fim da era inflacionária e a estabilização econômica a partir da metade da década de 1990. O fim desse período, que marcou a economia brasileira por décadas, deu a chance de uma grande parcela da população brasileira ao acesso de bens de consumo, mudando completamente o perfil do consumidor brasileiro.

Fernandes (2005) relata em seus estudos que a partir de 1994 o Brasil passou por uma transformação econômica que mudou completamente o rumo do país. A economia brasileira tinha enraizado em sua política a cultura da inflação, com o término desse período foi introduzido no mercado uma grande parcela da sociedade.

O Brasil, a partir do Plano Real, incrementou no efeito globalização, o término da inflação significou de acordo com Fernandes (2005, p. 39) “A remoção dos amortecedores que tornavam as relações comerciais bastante distorcidas, isolando o Brasil do resto do mundo” O período inflacionário fazia com que a economia brasileira se preocupasse exclusivamente com o mercado interno ocasionando na falta de concorrência e a aplicação financeira meramente ilustrativa.

A união da estabilidade monetária e a globalização de mercado nesse período mudou o padrão de consumo de boa parte da população brasileira. A população mais carente, prejudicada pela inflação, começou a conviver com uma economia onde os preços eram estáveis e com as melhores condições de crédito que o mercado oferecia.

Com o fim do período inflacionário, os varejistas tiveram a oportunidade de estender sua clientela, devido as condições de oferta que eles ofereciam aos consumidores. O Plano Real deu oportunidade do mercado trabalhar com linhas de créditos diferenciadas, de médio e longo prazo, em 12 vezes, e até mesmo em 24 meses para pagar, beneficiando principalmente as classes menos abastadas.

De acordo com a revista Ranking 2017 da SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, o ciclo Pós- Real foi marcado pelo início do comércio eletrônico e pela incorporação da tecnologia, além da sobrevalorização cambial que levou as empresas abrir novas fontes de fornecimento.

Ainda na Revista Ranking 2017 o período que vai de 2003 a 2012, o setor varejista teve um ambiente externo favorável com as transformações econômicas e sociais incrementado pelo governo Lula, gerando grandes transformações no varejo. Devido as políticas sócio econômicas do governo ocasionou na diminuição da taxa de desemprego e o salário mínimo teve um aumento real acumulado de 66% no período, provocando uma transformação no poder aquisitivo do brasileiro, aumentando o consumo, também gerado pelo volume de crédito destinado a pessoas físicas. No varejo, os segmentos que mais se beneficiaram foram os eletrodomésticos, móveis, telefonia e informática (SBVC, 2017).

Após 2013, segundo a revista *Racking* (2017), a economia do Brasil começou a desacelerar, e para o varejo brasileiro, após um período de crescimento e amadurecimento, começa a conviver com um período de equilíbrio. O comércio eletrônico continua a crescer, as novas tecnologias aumentam a capacidade de interação com clientes. Atualmente o setor varejista brasileiro apresenta sinais de maturidade e com grande potencial, de médio e longo prazo de crescer, tendo o maior desafio continuar o processo de expansão em sua capacidade de aumento da lucratividade e rentabilidade.

O setor varejista brasileiro assume um papel destaque dentro da economia do país, assumindo boa parcela do PIB nas últimas décadas e com uma perspectiva de crescimento nos próximos anos. Essa nova perspectiva do setor varejista é devido a sua grande condição de se adaptar e inovar diante de um mercado cada vez mais exigente, utilizando estratégias eficazes e um alto nível de tecnologia.

A importância do varejo brasileiro é muito mais a questão do consumo para atender apenas as necessidades básicas. A importância social do comércio varejista é uma das principais características desse setor, percebemos que a atividade de compra assume muito mais que uma questão de necessidade, ir às compras representa uma atividade de convívio social. Este novo perfil do consumidor evidencia as novas estratégias utilizadas no varejo, buscando conhecer os hábitos, atitudes e padrões de consumo dos consumidores.

4 UMA LEITURA DO BAIRRO BOCA DO RIO EM SALVADOR/BA À LUZ DA TEORIA DOS DOIS CIRCUITOS DA ECONOMIA URBANA

Foi com base nos referenciais teóricos anteriormente discutidos que se elaborou um panorama do Bairro Boca do Rio a luz da teoria dos dois circuitos da economia urbana e do seu potencial varejista, que oferece à população do bairro e de seu entorno uma gama de produtos e serviços dos mais variáveis possíveis.

Para se compreender o funcionamento e a dinâmica do comércio varejista em bairros populares é necessário reconhecer os dois circuitos da economia urbana nas regiões periféricas nas grandes cidades dos países subdesenvolvidos ante a modernização tecnológica que se evidencia pós Segunda Guerra Mundial, e que, se torna incontestável nas grandes capitais brasileiras a partir de 1970. O entendimento das duas variáveis da economia urbana de Milton Santos (2008a) é de grande importância para a compreensão e redefinição das transformações da economia, do comércio popular, da sociedade e da organização do espaço. A partir de 1970, a cidade de Salvador também foi influenciada por essas variáveis da economia urbana em decorrência, também, do crescimento urbanístico da cidade.

Dessa forma os dois circuitos estão dispostos na organização no varejo popular, sendo o circuito superior diretamente ligado ao capital, à tecnologia, à publicidade e à financeirização, enquanto o circuito inferior deriva indiretamente das modernizações oriundas do circuito superior. O circuito superior apoia-se na tecnologia para funcionar, dispondo altos níveis de modernização para operar, de maneira oposta, o circuito inferior, sem condições de manter essa alta tecnologia, apoia-se, acima de tudo, no consumo. Os dois circuitos encontram no espaço os meios de se desenvolverem, todavia, o circuito superior abriga as regiões mais seletivas; já o circuito inferior se expande nas grandes periferias dos grandes centros urbanos, sob a condição de existir demanda de pessoas e infraestrutura.

Para Corrêa (2010):

[...] os dois circuitos, em realidade, não estão isolados ente si. Primeiramente, porque a existência de uma classe média que utiliza um e outro circuito impede o isolamento. Em segundo lugar porque existem articulações de complementaridade e de dependência, envolvendo intercâmbios de insumos entre os dois circuitos. A longo prazo, entretanto, prevalece a dependência do circuito inferior ao superior. (CORRÊA, 2010, p. 73).

No Brasil, a presença do circuito superior se mostrou presente a partir da década de 1940 com o surgimento na cidade de São Paulo de algumas lojas varejistas de departamento. Já em Salvador/BA o varejo moderno, próprio do circuito superior, começa a surgir na década de 1960, com a rede de supermercados Paes Mendonça e em 1975 é inaugurado o marco da atividade varejista baiana, o *Shopping Center Iguatemi*. Essa nova área vai se consolidar mais tarde como o novo centro financeiro de Salvador. No bairro Boca do Rio, o comércio varejista popular surge a partir da formação do bairro e se desenvolve com a própria dinâmica urbanista de Salvador a partir da década de 1970.

O estudo sobre Boca do Rio será focalizado na teoria dos circuitos da economia urbana, sendo os resultados obtidos com base na aplicação dos questionários nos estabelecimentos comerciais do bairro. As variáveis que caracterizam os dois circuitos permitem classificar e caracterizar o comércio varejista popular das grandes cidades nos países subdesenvolvidos (SANTOS, 2008a).

4.1 A organização sócio espacial e econômica do bairro Boca do Rio

Fundamentado no estudo efetuado a partir da teoria dos circuitos superior e inferior da economia urbana no bairro Boca do Rio em Salvador/BA, procurou-se averiguar a presença dos mesmos no mencionado espaço, posto que sua atual formatação foi resultado de várias ações que dominam o comércio varejista popular.

O bairro Boca do Rio apresenta algumas atividades, que, no início de sua formação, tinha como principal finalidade abastecer os moradores da região com produtos de primeira necessidade, devido à grande distância de outros centros que já apresentavam um comércio consolidado. Com o desenvolvimento urbanística da região, como a abertura de grandes vias, como a av. Paralela e a crescente urbanização da orla marítima na região da Av. Otávio Mangabeira, a Boca do Rio teve um grande desenvolvimento urbano e por sua vez comercial.

Nessa conjuntura, o bairro Boca do Rio apresenta um comércio varejista popular que tem a finalidade de satisfazer a demanda final do consumidor, ou seja, atender a necessidade de consumo dos indivíduos. Na maioria das lojas instaladas no bairro realiza-se um tipo de venda que é feita diretamente ao consumo final, sem intermedi-

ários, e em quantidades pequenas. No comércio popular da Boca do Rio as mercadorias são vendidas em quantidades proporcionais à demanda dos consumidores, sendo negociados em diversos locais como supermercados, mercearias mercadinho, lojas, quiosque e feiras livres.

Alguns conceitos e definições relatadas por diversos autores foram tratados no capítulo 3, mas para Parente (2010) o varejo representa diversas atividades comerciais que compreendem a venda de algum tipo de produto ou serviços a todas as pessoas que necessitam suprir uma carência.

Diante disso, o varejo popular da Boca do Rio é caracterizado por apresentar dois tipos de instituições, o varejo com loja e o varejo de serviço. Os estabelecimentos com lojas basicamente são divididos em três tipos: a primeira são lojas especializadas, a segunda as lojas de consumo em massa e a terceira as lojas de conveniência. Na área comercial em questão, as lojas do varejo com loja especializadas, são as que vendem artigos como calçados, roupas, papelaria, açougues entre outras, e as de consumo que são caracterizadas pelos supermercados, mercados e mercearias. O varejo de serviço que no entendimento de Parente (2000), são as instituições que tem como atividade exclusiva ou principal, consiste na prestação de serviço como salão de beleza, clínicas médicas, academias entre outras.

Destarte, o varejo popular da Boca do Rio apresenta um comércio bastante diversificado onde podemos encontrar diversos estabelecimentos como: pequenos supermercados, açougues, lojas de sapato, vestuário feminino e masculino, material de construção, farmácia, *bomboniere*, *petshops*, restaurantes e pizzarias, lojas de artigos para o lar, cama e mesa, artigos religiosos, celular, depósito de bebidas, lojas de colchão, lavanderia, oficina de auto, lojas de polpa de frutas, cosméticos, ótica dentre outros (Figura 11). No bairro em questão, até pela própria conjuntura, não encontramos lojas de departamentos tais como vestuário, calçados, lojas especializadas em artigos de luxo, franquias, normalmente dispostas em *shopping centers*. Entretanto, o bairro abriga algumas redes pertencente a grandes grupos varejistas do ramo de supermercado, perfumaria e drogaria.

Assim sendo, o bairro ostenta uma variedade de atividades comerciais tanto de primeira necessidade como de bens de consumo, propiciando a comunidade, que, na sua grande maioria, pertence à classe pobre, não ter a necessidade de se deslocar

para outros centros, economizando dinheiro com transporte, podendo comprar no próprio bairro que reside.

Figura 11 - Comércio diversificado da Boca do Rio

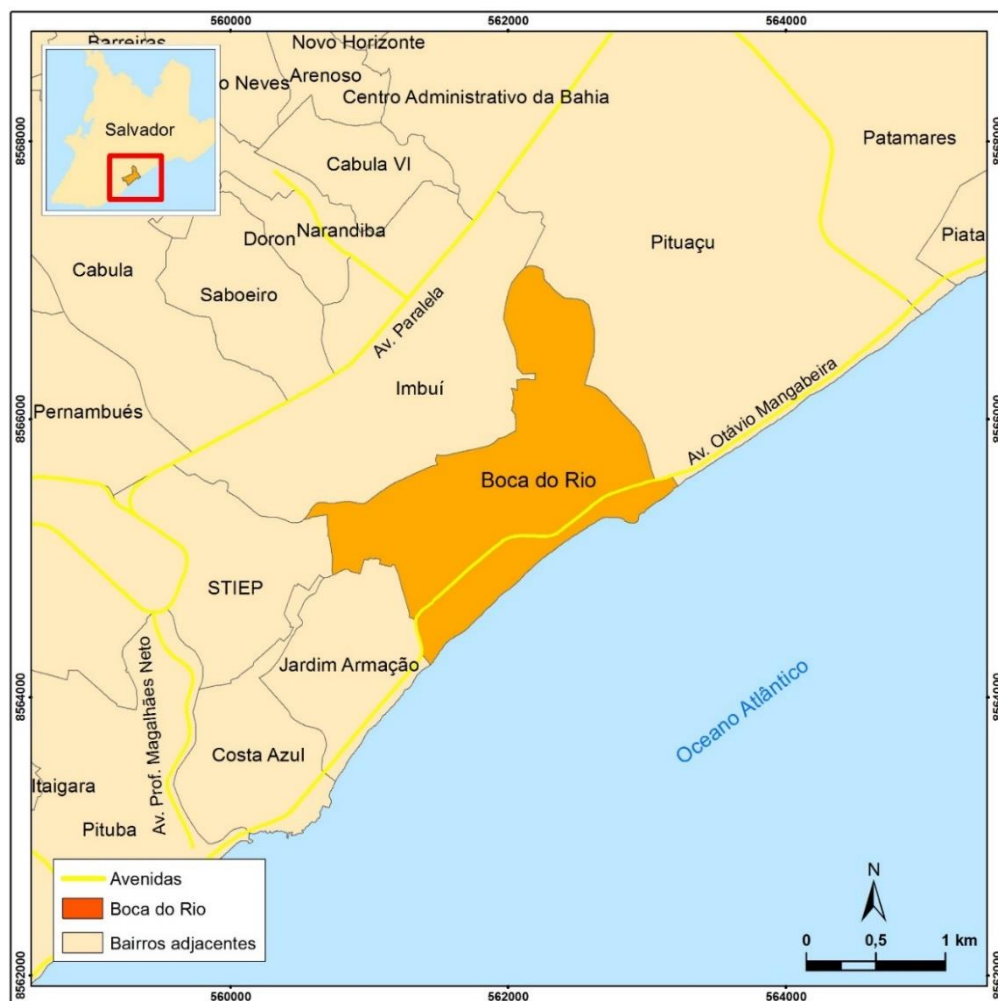


Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Próximo ao novo centro financeiro de Salvador, a região do Iguatemi, o bairro Boca do Rio apresenta algumas características bem peculiares. Apesar de ser uma localidade onde a maioria dos moradores pertencerem a classe de baixa renda e por

apresentar uma estrutura degradada, o bairro apresenta um comércio rico em atividades, e está localizado em uma região turística da Orla Marítima de Salvador, com intensa urbanização, e vizinho a bairros que estão em crescente expansão imobiliária como o Imbuí e o Jardim Armação, além de estar próximo a vias de intensa circulação como a Av. Otávio Mangabeira e a Av. Paralela, que, atualmente possui a linha de metrô, facilitando de forma exponencial a dinâmica da região, trazendo uma boa acessibilidade de transporte urbano com diversas linhas de ônibus que circulam nessa região (Figura 12). Nas principais ruas da Boca do Rio, como a rua Hélio Machado, Des. Lineu Lapa Barreto e Simões Filho circulam cerca de 10 linhas de ônibus provenientes de várias regiões de Salvador, tais como: Imbuí – Praça da Sé, Boca do Rio – Lapa, Marback – Terminal Acesso Norte, Rio das Pedras - Campo Grande, Mirantes de Periperi – Imbuí (via BR), Cajazeiras 6/7 - Imbuí, Cajazeiras 11 – Imbuí e Vale dos Rios – Trobogy (MEU BUZU, 2018)

Figura 12 - Mapa do bairro Boca do Rio e seu entorno - 2018



Fonte: IBGE (2010).

Elaboração: Luis Henrique C. Paixão e Almir Martins Junior (2018).

Além disso, para diversificar os circuitos da economia, analisou algumas variáveis-chaves para o entendimento do funcionamento atual do comércio varejista popular, tais como o nível organizacional, a tecnologia, a publicidade, as finanças e o mercado. Diante desse proposto, Santos (2008a, p. 43) assinala a tecnologia e a organização como primordial para diferenciar:

Não se poderiam caracterizar os dois circuitos da economia urbana através de variáveis isoladas. Antes, é necessário considerar o conjunto dessas atividades. Mas, pode-se dizer, desde já, que a diferença fundamental entre as atividades do circuito inferior e as do circuito superior está baseada nas diferenças de tecnologia e de organização. O espaço torna-se assim, seletivo principalmente no que se refere ao grande capital. Essa seletividade espacial vai comandando essas áreas de influências. (SANTOS, 2008a, p. 43).

Na cidade de Salvador, a presença dos circuitos aparece de forma bem definida onde é possível observar locais predominantemente ocupados pelo circuito superior, e outros, onde a presença do circuito inferior prevalece com uma mescla de estabelecimentos com características do circuito superior também. Cada bairro, contém, de certa forma, um ou outro circuito, e, eventualmente os dois conjuntamente, evidenciando a nova configuração dos circuitos da economia urbana.

A identificação da presença dos dois circuitos da economia no bairro em questão foi realizada a partir de informações coletadas nas ruas mostradas no mapa da figura 13.

Os estabelecimentos comerciais localizados nas ruas pesquisadas possibilitaram o entendimento das variáveis que denunciam a presença dos circuitos na composição do bairro, posto que ambos apresentam suas peculiaridades sobrepostas dentro da mesma área comercial. Dessa maneira, é exequível entender a convivência dessas atividades, pois no entendimento de Silveira (2010, p. 1) “[...] o espaço geográfico é um resultado, dinâmico e contraditório, da superposição de divisões do trabalho e dos respectivos circuitos espaciais de produção e círculos de cooperação.” Dessa forma, na Boca do Rio, o comércio tipicamente popular, já apresenta em suas atividades diferentes técnicas já oriundas da superposição de períodos diferentes com características hodiernas. Os estabelecimentos modernos convivem com diferentes técnicas oriundas dessa imposição de diferentes épocas mantendo um ciclo de relação com as novas atividades. Entretanto, no comércio popular varejista na Boca do

Rio, as novas lojas surgem em função das já existentes, devido as características próprias do local em abrigar e favorecer o mesmo tipo de negócio.

Figura 13 – Mapa da área de estudo da Boca do Rio - 2018



Fonte: Pesquisa de Campo e Google Earth, 2017.

Elaboração: Luis Henrique C. Paixão e Almir Martins Junior (2018).

A Boca do Rio apresenta um comércio bem variado e sortido, esses estabelecimentos estão mais voltados ao setor de gêneros de primeira necessidade oferecidos em pequenas mercearias, minimercados e supermercados. Esses tipos de varejo popular contribuem para o circuito inferior utilizarem elementos de uma organização moderna, em virtude da concorrência de estabelecimento originário do circuito superior, como por exemplo, as grandes redes de supermercados.

O bairro apresenta uma gama enorme de produtos comercializados nos seus diversos estabelecimentos. O quadro a seguir (Quadro 2) expõe as atividades identificadas no bairro levando-se em consideração a amostragem da pesquisa. Quanto à diversidade, o quadro aponta para os principais ramos de negócios.

Quadro 2 – Atividades predominantes na Boca do Rio, em Salvador/BA, por segmentos – 2018.

ATIVIDADES ECONÔMICAS NA BOCA DO RIO, EM SALVADOR/BA, POR SEGMENTO	
Comércio	Mercadinho, mercearias, supermercados, açougues, farmácia, material de construção, material elétrico e hidráulico, produtos religiosos, roupas, calçados, lingerie, depósito de bebidas, auto peças de carros e motos, polpa de frutas, óticas, restaurantes, pizzarias, lanchonete, padaria, verdureiro, <i>petshop</i> , produtos de limpeza, bomboniere, colchões, cosméticos e perfumaria, papelaria, móveis, embalagens, eletrodomésticos, concessionária de moto, banca de jornal e revistas, bicicletas, informática, chaveiro, suplementos alimentar.
Serviço	Mecânica de carro e moto, lavanderia, clínica médica, clínica odontológica, salão de beleza, barbearia, lotérica, serviços financeiros, escritório de advocacia, hotel, assistência técnica de celular, assistência técnica de eletrodoméstico, borracharia, curso técnico profissionalizante.

Fonte: Pesquisa de Campo (2018).

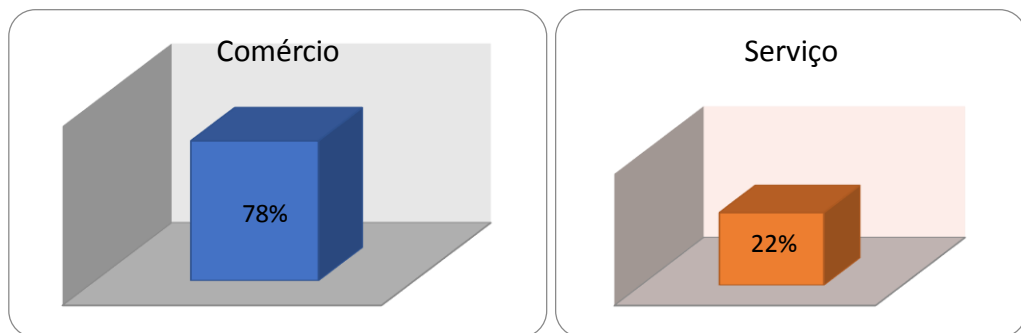
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

O total de estabelecimentos mapeados nas ruas Hélio Machado, Simões Filho, Des. Lineu Lapa Barreto e a Lúcio Manoel da Hora foram no total de 348 lojas, onde foram aplicados 32 questionários sendo o segmento mais recorrente o do comércio, com 25 estabelecimentos entrevistados, representando 78%, e o de serviços com 7 estabelecimentos entrevistados, representando 22%. O gráfico 1 demonstra como estão divididos os estabelecimentos na Boca do Rio por atividade desenvolvida. As atividades de comércio provavelmente visam atender as demandas dos clientes em obter produtos de primeira necessidade e o consumo de bens duráveis. É o caso do grande número de minimercados, mercearias e açougue que encontramos nas ruas pesquisadas.

A análise inicial do comércio popular do bairro Boca do Rio no que tange a predominância do circuito superior e inferior podemos relatar a seguinte análise. Dos 32 estabelecimentos onde foram aplicados o questionário de pesquisa, pelos dados

coletados, como condição do imóvel, número de filiais, número de empregados, formas de pagamento aos fornecedores, crédito bancário, bancos e tecnologia podemos destacar que existe uma predominância do circuito inferior com a utilização de algumas características do circuito superior, devido a concorrência e a própria exigência do mercado. Sobre essas características iremos relatar de forma individual nos próximos parágrafos.

Gráfico 1 - Principais atividades do bairro Boca do Rio



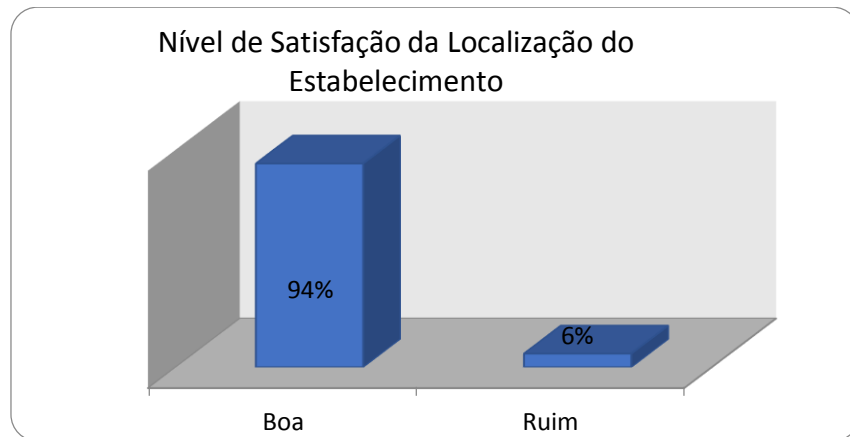
Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Com relação à propriedade dos imóveis ocupados pelos estabelecimentos, a grande maioria, ou seja, 81% são imóveis alugados, e apenas 19% são imóveis próprios. Os valores dos contratos de aluguel variam entre R\$ 1.000 (hum mil reais) e R\$ 2.500 (dois mil e quinhentos reais), no entanto dos 32 estabelecimentos pesquisados, 20 (vinte) omitiram o valor do aluguel.

Quanto à localização do imóvel (no bairro) ser adequado para as atividades dos estabelecimentos, auferiu-se o seguinte resultado: dos 32 estabelecimentos pesquisados 94% acham a localização boa enquanto que 6% apenas acham ruim (Gráfico 2).

As causas fundamentais apontadas pelos estabelecimentos pesquisados, quanto ao bairro ser adequado para suas atividades esta pelo próprio fato do comércio da Boca do Rio ser atrativo quanto à demanda de consumidores, à diversidades de produtos e serviços, à mobilidade urbana (transportes coletivos), valor dos aluguéis e a própria localização do bairro, em uma área central, perto de bancos e vizinhos de outros bairros que não possui um comércio forte. No tocante aos que não consideram o local adequado para sua atividade, as causas foram a falta de segurança e a grande concorrência comercial.

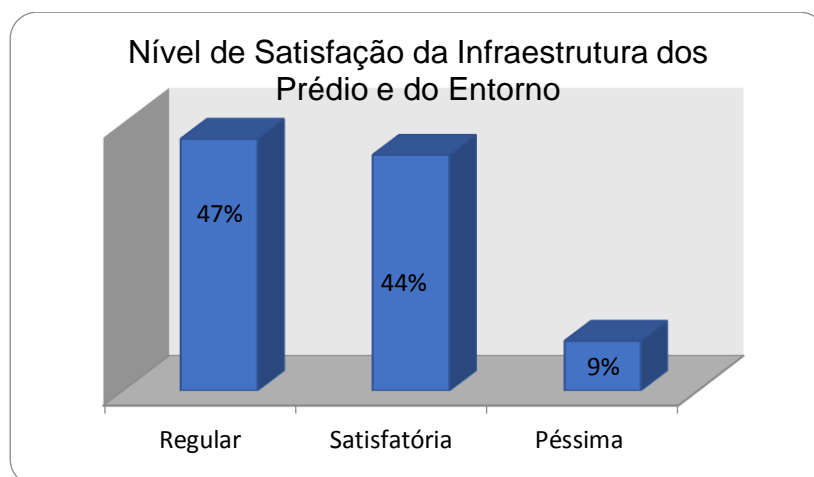
Gráfico 2 – Nível de satisfação localização dos estabelecimentos em relação ao bairro Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Outra questão apresentada pela pesquisa no comércio do bairro Boca do Rio é o nível de satisfação dos comerciantes quanto à infraestrutura dos prédios e do entorno. Cerca de 47% dos estabelecimentos pesquisados julgaram regular a infraestrutura do local e dos prédios, 44% consideram satisfatória e apenas 9% péssima (Gráfico 3). A infraestrutura do bairro é bastante antiga e não sofre muitas intervenções do poder público, os imóveis ocupados pelos estabelecimentos são antigos, muitos deles com cerca de 30 anos. Existem algumas construções que se confundem com o próprio nascimento e crescimento do bairro. Os prédios onde o comércio se localiza, em sua maioria, são casas antigas que sofreram melhorias ao longo do tempo em virtude do surgimento de um ou outro estabelecimento comercial.

Gráfico 3 – Nível de satisfação localização da infraestrutura dos prédios e do entorno



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

O bairro Boca do Rio é constituído praticamente por ocupações de baixa renda, onde os problemas sociais e de segurança fazem parte do cotidiano dessa localidade, e, surpreendentemente, esses fatores influenciam grande parte dos estabelecimentos comerciais, que, esperam, algum tipo de intervenção pública que viabilize a melhoria do bairro, porém as únicas intervenções realizadas pelo poder público foram ou estão sendo realizadas no entorno do bairro como a revitalização da orla marítima e na área do antigo Aeroclube Plaza, será construído o novo Centro de Convenções de Salvador, como informa a Prefeitura Municipal de Salvador em placa no local. A Figura 14 mostra as principais intervenções realizada em um trecho da Av. Otávio Mangabeira e a área do antigo Aeroclube que pertencem ao bairro Boca do Rio.

Figura 14 - Intervenções pública no entorno do bairro Boca do Rio



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Contudo, por mais que o poder público seja muito omissivo com relação as melhorias de infraestrutura do bairro, os próprios comerciantes não têm ajudado na recuperação e restauro das condições de seus estabelecimentos. Observou-se nas ruas

Hélio Machado e Lineu Barreto, onde se concentra a maior parte dos estabelecimentos, muitos imóveis degradados e antigos, porém alguns outros bens cuidados e reformados tendo um papel importante na atração da clientela, todavia, o forte do comércio da Boca do Rio é sua diversidade de produtos aliado a preços competitivos (Figura 15).

Figura 15 - contraste do comércio degradado e bem cuidado nos estabelecimentos do bairro Boca do Rio



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Essas peculiaridades de infraestrutura e a localidade do comércio varejista da Boca do Rio caracterizam uma área predominantemente de atividades do circuito inferior, com interações técnicas com o circuito superior, visto que está localizada em uma área urbana degradada da cidade de Salvador/BA. Devido à pouca tecnologia, capital, publicidade e organização, o circuito inferior, por sua vez, se instala em lugares onde o espaço urbano se encontra mais degradado (SILVEIRA, 2009). Isto posto, como já foi relatado anteriormente, no comércio do bairro Boca do Rio, são encontradas construções com péssimo estado de conservação, imóveis sem manutenção, com

pinturas opacas e com aspecto descuidado nas fachadas externas dos estabelecimentos. Ainda assim o velho comércio varejista popular da Boca do Rio poderia ser, ainda mais, um local interessante do ponto de vista comercial (Figura 16)

Figura 16 - Estabelecimentos em mau estado de conservação



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

No bairro Boca do Rio, mesmo sendo uma área tipicamente povoada por estabelecimento do circuito inferior, os poucos estabelecimentos pertencentes ao circuito superior como grandes redes de supermercados e drogarias, não exibem na sua infraestrutura externa do imóvel um padrão de ostentação (Figura 17) se comparados a atividade desse circuito em outros bairros da cidade. Entretanto, os estabelecimentos que estão localizados fora da área comercial da Boca do Rio, apresentam construções modernas, criando um contraste de paisagens. É o caso do bairro Imbuí, Jardim Armação e um pouco mais adiante a Pituba, que apresentam um comércio tipicamente do circuito superior.

Figura 17 - Rede de franquia instalada no comércio da Boca do Rio



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

Dessa forma, as dinâmicas que envolvem os dois circuitos da economia urbana aparecem em diferentes lugares, acompanhando as condições oferecidas pela área estabelecida, com isso o meio construído e por sua vez, o comércio varejista popular, está em constante transformação, buscando novas condições de se estabelecer e de sobreviver (SILVEIRA, 2010). Destarte, Boca do Rio oferece um comércio varejista tipicamente popular, que se aproxima ou se afasta de outras localidades semelhantes, contudo preservando suas peculiaridades e características próprias.

O comércio varejista popular do Boca do Rio apresenta uma pluralidade de atividades comerciais e de serviços. Na pesquisa realizada no comércio da Boca do Rio foi constatado alguns aspectos interessantes na disposição e localização dos estabelecimentos. Na rua Simões Filho, é basicamente especializada em bares, restaurantes, lojas de informática, salão de beleza, lavanderia e oficinas mecânicas de auto e motocicletas. Nas ruas Hélio Machado e Des. Lineu Lapa Barreto, localidade conhecida como “Fim de Linha da Boca do Rio”, a especialidade está na comercialização em produtos de primeira necessidade, colocados à venda em inúmeros mercadinhos, mercearias e supermercados, seguido de lojas de bens de consumo como móveis, eletrodomésticos, roupas, sapatos, drogarias, lojas de cosméticos, lojas especializadas em produtos do lar, clínicas médicas, exames clínicos, escritório de advocacia e material de construção. Já na rua Lúcio Manoel da Hora encontramos algumas oficinas mecânicas, borracharia, materiais de construção, clínica médica e um supermercado de uma grande rede varejista, o “Atakarejo”, representante máximo do circuito superior no comércio varejista popular na Boca do Rio, que comercializa seus produtos no varejo e no atacado (Figura 18).

Figura 18 - Rede de supermercado varejista e atacadista instalado no bairro Boca do Rio



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

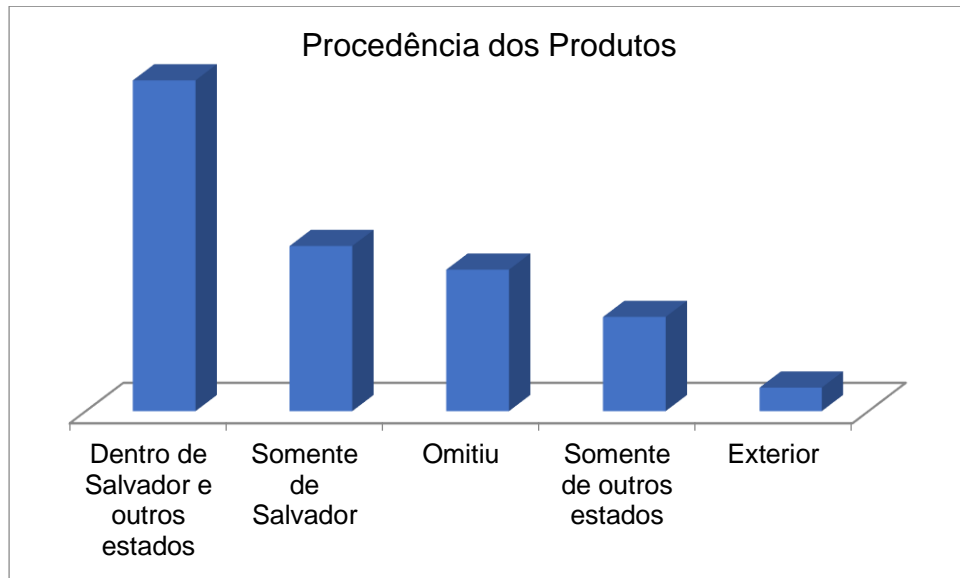
Mas um componente significativo na busca de identificar as características entre os circuitos das economias urbanas foi reconhecer a origem dos produtos comercializados nos estabelecimentos, já que, a origem das mercadorias e/ou produto teve uma função primordial, na medida em que a sua compra pode assinalar uma logística com relação ao fluxo das mercadorias, tipo de transporte e capital que envolve essa transação comercial entre os dois circuitos.

O Gráfico 4 apresenta a procedência dos produtos comercializados no varejo popular no que tange às 32 lojas pesquisadas onde obtive o seguinte resultado: 44% do total das lojas pesquisadas declararam que compra seus produtos de fornecedores de Salvador/BA e outras capitais, com 22% são os estabelecimentos que adquirem seus produtos de fornecedores apenas de Salvador/BA, 13% compram seus produtos em outros estados e 3% do exterior. 19% dos entrevistados omitiram sobre a procedência muitas vezes devido a falta de informação por exercer uma função que não lhe permite saber determinadas informações.

A análise do gráfico aponta para uma característica muito peculiar entre o circuito superior e inferior da economia urbana. Com a financeirização, a tecnologia e os meio de informação, o circuito inferior utiliza-se de técnicas antes só utilizadas pelo circuito superior para garantir sua sobrevivência no mercado. Outro fator importante é a logística oferecida pelas empresas na hora de fornecer seus produtos e a própria

internet que também possibilita essa nova tendência comercial. Nessa nova perspectiva o circuito inferior consegue alcançar uma gama maior de produtos antes provenientes do circuito superior, como podemos observar 44% das lojas entrevistadas no comércio da Boca do Rio compram de fornecedores de outros estados.

Gráfico 4 - Procedência dos produtos no comércio da Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

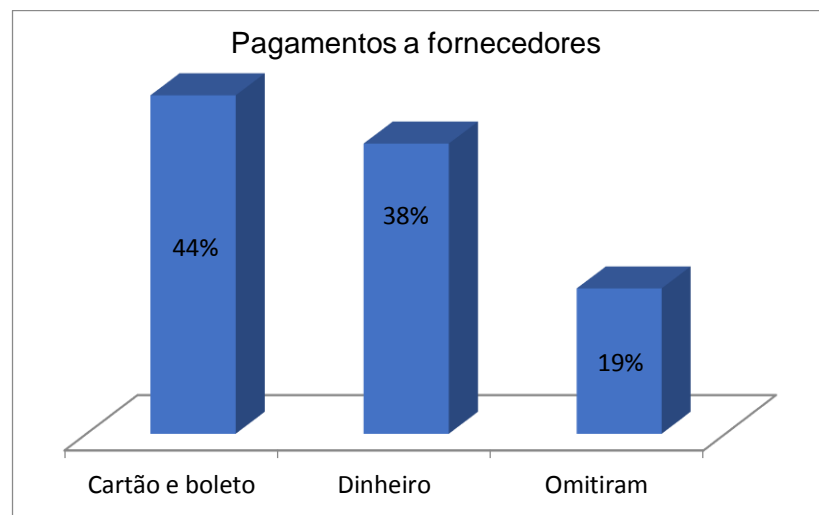
Entre os estabelecimentos que adquirem os seus produtos somente em Salvador/BA, 22% do total de 32 lojas, a grande maioria são do ramo alimentício e de serviços como bar, restaurante, pizzarias e lanchonete. Esse tipo de varejo não tem a necessidade de adquirir produtos provenientes de outros lugares, visto que este ramo comercial pode ser abastecido até em grande rede atacadistas locais. Os estabelecimentos que adquirem seus produtos em Salvador e outros estados (44%), são os do ramo de supermercados, bens duráveis, drogaria, materiais elétricos e de construção, cosmético e eletrodoméstico onde as principais indústrias se encontram em estados do sul do Brasil.

Pela análise da pesquisa, o varejo popular da Boca do Rio estabelece relações com os fornecedores em níveis local, regionais nacionais. A abrangência que cada uma dessas empresas tem com relação ao mercado, tecnologia e o capital empregado são importantes na caracterização entre os circuitos, e no caso, do bairro Boca do Rio, do circuito inferior. De acordo com Silveira (2010, p. 18) as organizações “[...]”

segundo seu poder, adaptaram-se em maior ou menor grau às novas configurações e, desse modo, tal participação acaba por constituir um indicador de sua inserção no circuito superior”. As técnicas de gestão e organização utilizadas pelas organizações tem um papel diversificado entre os dois circuitos.

No que concerne à forma de pagamento aos fornecedores, o gráfico 5 demonstra como ficaram divididas as formas utilizadas, 44% utilizam seu próprio cartão de crédito e/ou boletos bancários faturados para pagar seus fornecedores; 38% utilizam dinheiro e 19% omitiram a informação por não saber responder. Como podemos analisar, apesar dos estabelecimentos entrevistados possuírem características do circuito inferior, a utilização de boleto bancário faturado é extremamente relevante, visto que é uma prática utilizada pelo circuito superior, embora o pagamento à vista continua sendo uma modalidade ainda muito utilizada pelos comerciantes da Boca do Rio.

Gráfico 5 - Tipos de pagamentos realizados a fornecedores



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Outro fator relevante como diferencial entre os dois circuitos da economia urbana está na mão de obra contratada, porque, apesar do circuito superior, devido a sua alta tecnologia empregada, utilizar pouca mão de obra, o circuito inferior utiliza de maneira oposta, e vai depender também primordialmente do capital e da tecnologia envolvida. Para Santos (2008a, p. 45), “[...] o emprego oferecido por qualquer dos circuitos é, portanto, o resultado da combinação dessas variáveis [...]”. No bairro Boca do Rio, o número de empregados depende do tamanho do estabelecimento e o ramo da atividade que pertence. Um pequeno supermercado depende de um número maior

de empregados pela própria natureza do comércio que demanda de diversos setores como hortifrúti, bebidas, cereais etc, diferente de uma loja de moda feminina que necessita de um número bem menor de colaboradores. A Tabela 1 ilustra o número de funcionários por estabelecimentos pesquisados.

Tabela 1 - Números de funcionários dos estabelecimentos pesquisados no bairro Boca do Rio

QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	ESTABELECIMENTO	%
0 a 1	11	34%
2 a 5	13	41%
Mais de 5	7	22%
Omitiu	1	33%
Total	32	100%

Fonte: Pesquisa de Campo (2018).

Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Dos 32 estabelecimentos pesquisados 41% empregam de 2 a 5 pessoas, seguido de 34% das empresas que empregam até 1 pessoa e 22%, as empresas que empregam acima de 5 funcionários e apenas 1 empresa omitiu a pergunta. De acordo com os dados apresentados, os estabelecimentos comerciais empregam uma quantidade pequena de empregados, devido a sua própria composição organizacional.

Utilizaremos a metodologia do SEBRAE utilizando o critério de número de empregados do IBGE como classificação do porte da empresa em microempresa, empresa de pequeno porte, empresa de médio porte e empresa de grande porte (SEBRAE, 2018), assim como a estrutura organizacional e o ramo da atividade que assumem. Estas características juntamente com alguns fatores contribuem para uma melhor definição dos estabelecimentos pesquisados quanto a sua diferenciação em cada um dos circuitos. No comércio da Boca do Rio, segundo a classificação do SEBRAE (2018), 100% das empresas pesquisadas são microempresas (Tabela 2), constatando que existe uma predominância da micro e pequena empresa no varejo popular da Boca do Rio, concretizando a superioridade do circuito inferior nesse comércio, que tem uma das características estabelecimentos primitivos e não estruturada.

Tabela 2 - Classificação das empresas segundo o número de empregados

PORTE DA EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS COMÉRCIO E SERVIÇO
Microempresa	Até 9
Empresa de pequeno porte	10 a 49
Empresa de médio porte	50 a 99
Empresa e grande porte	> 99

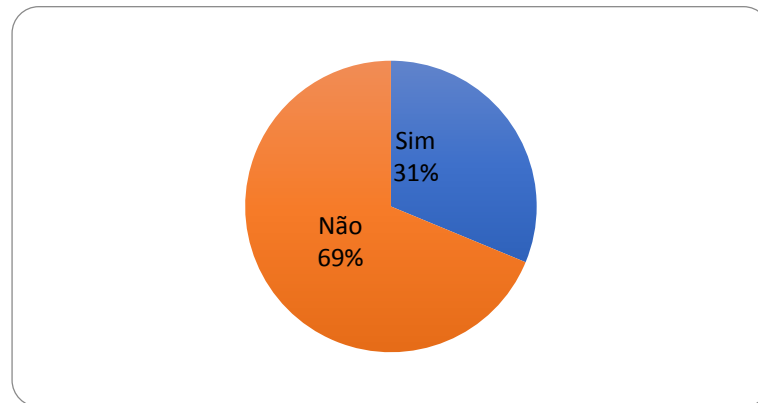
Fonte: SEBRAE (2018).

Quanto ao uso da tecnologia nos estabelecimentos pesquisados, foram citados instrumentos de trabalho como computadores, telefones fixos e celulares na organização dos empreendimentos estudados. Alguns desses estabelecimentos utilizam algum tipo de programa de computadores, *software*, para gerir a empresa tais como: controle financeiro, como contas a pagar, bancos e contas a receber, controle de estoque e controle de cartão de ponto que permitem administrar os negócios com mais segurança, modernidade e agilidade.

Na pesquisa realizada obtivemos o seguinte resultado quanto a tecnologia utilizada no estabelecimento: cerca de 69%, 22 estabelecimentos dos 32 pesquisados não utilizam nenhum tipo de tecnologia para gerir o negócio e cerca 31%, 10 estabelecimentos, utilizam algum tipo de tecnologia para administrar o negócio. O Gráfico 6 demonstra o nível de utilização da tecnologia na gestão dos estabelecimentos no bairro Boca do Rio (Gráfico 6).

Verificou-se que a grande maioria dos estabelecimentos não utiliza de algum tipo de método moderno de organização como sistema de controle ou *software* para gestão. Esse aspecto é atribuído aos estabelecimentos do circuito inferior, que, por questão de capital e/ou técnica organizacional não utiliza de métodos modernos de administração, que, mesmo possuindo um microcomputador, esse é utilizado de forma precária. Já os estabelecimentos que utilizam da tecnologia para administrar seus negócios, empregam no seu estabelecimento algum tipo de controle de estoque e/ou financeiro, que, muitas vezes é subutilizado, não trazendo benefício à gestão do empreendimento.

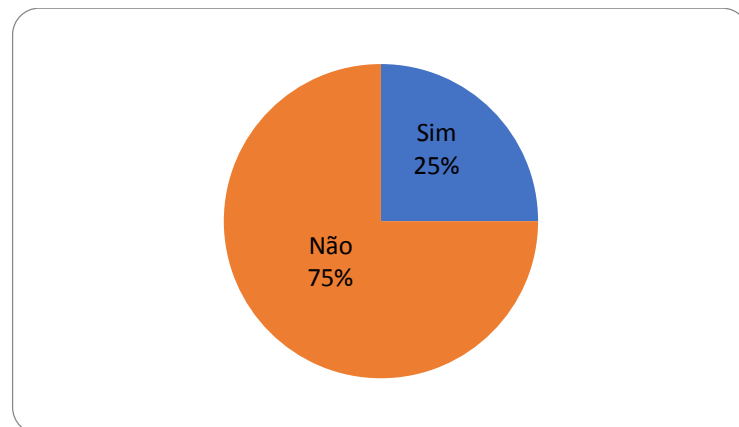
Gráfico 6 - Uso da tecnologia nos estabelecimentos no bairro Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Quanto ao emprego de linhas de créditos, dos 32 estabelecimentos, 75% afirmaram que não utilizam de uma ou mais linha de crédito. Outros 25% afirmaram que se utilizam de empréstimo de qualquer tipo para gerir e incrementar seus negócios (vide gráfico 7).

Gráfico 7 - Uso de linhas de créditos utilizadas pelos estabelecimentos na Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Em se tratando de circuito inferior, é pouco comum o uso de linhas de créditos por parte dos proprietários, cerca de 8 estabelecimentos (25%) afirmaram em se utilizar de empréstimo. Destarte existem diversos fatores que apontam essa falta de credibilidade. Uma delas é não oferecer garantias que sejam capazes de cobrir o não pagamento do empréstimo, imposição colocada pelo Banco Central, como forma de

reduzir os riscos da operação e para obrigar o comerciante a se comprometer mais com seu negócio na realização das obrigações contratuais (SEBRAE, 2014).

Assim sendo, fica impraticável o varejo do circuito inferior obter empréstimo, visto que a grande maioria não pode oferecer tais garantias, ou, simplesmente, não se arriscam. Santos (2008a) retrata que as normas bancárias para empréstimos são desconcordantes com o cotidiano do circuito inferior, mesmo com o apoio de instituições fomentadoras como o SEBRAE em garantir créditos mais atrativos para as microempresas, entretanto nem sempre essas prerrogativas são suficientes para cobrir as exigências das instituições financeiras. Entre os que afirmaram em utilizar linhas de crédito junto às instituições os fazem para ter um capital de giro, e, muitos comerciantes usam sua própria conta bancária, seus cheques especiais, seus cartões de crédito para gerir as finanças da empresa.

De uma forma geral, tanto o circuito superior quanto o inferior utilizam as instituições financeiras de forma bastante diferenciada, devido ao volume de capital, tecnologia e organização (SILVEIRA, 2009). Todavia, o circuito inferior, de certa forma, consegue obter junto aos bancos algum tipo de crédito para manter-se competitivo no comércio, devido a própria formatação mercadológica que leva aos lugares novos conteúdos e significados de varejo.

Há algum tempo atrás, os pequenos comerciantes utilizavam de um capital extra através dos agiotas que empregavam altas taxas de juros. Nos dias atuais, as instituições financeiras oferecem vários produtos às micro e pequenas empresas, fortalecendo a supremacia do circuito superior no varejo popular tipicamente do circuito inferior, própria da sua seletividade espacial.

No entanto, mesmo os estabelecimentos que declararam não usufruírem de linha de créditos, operam com algumas das operações bancárias expostas da tabela Tabela 3. Dessa forma, verifica-se que atualmente é quase nula a expectativa de uma empresa pertencente ao varejo popular não sustentar qualquer tipo de relação com um ou mais bancos, visto que os procedimentos que envolvem o dia a dia desses estabelecimentos carecem de recorrer aos serviços e produtos oferecidos pelas instituições financeiras.

É interessante observar que dos 32 estabelecimentos do varejo popular pesquisados na Boca do Rio, 19 lojas, cerca de 52%, utilizam mais de uma operação

bancária, 9% apenas depósitos, 6% somente cartão de crédito, 3% somente emissão de cheques, 3% somente cartão de débito e, 19%, omitiram a resposta. Atualmente as instituições financeiras oferecem, para todo tipo de cliente, produtos destinados ao comércio, como maquinetas de cartão, onde o empresário consegue realizar diversas transações financeiras como compras a débito, e a crédito, obtendo uma maior agilidade e segurança ao seu negócio, além de oferecer a seus clientes uma oportunidade de compra (Tabela 3).

Tabela 3 - Operações bancárias utilizadas pelos estabelecimentos da área pesquisada

TIPO	ESTABELECIMENTO (QUANTIDADE)	%
Somente emissão de cheques	1	3
Somente depósitos	3	9
Somente cartão de débito	1	3
Somente Cartão de crédito	2	6
Somente empréstimos	0	0
Mais de uma	19	59
Não utiliza	0	0
Omitiu	6	19
Total	32	1

Fonte: Pesquisa de Campo (2018).

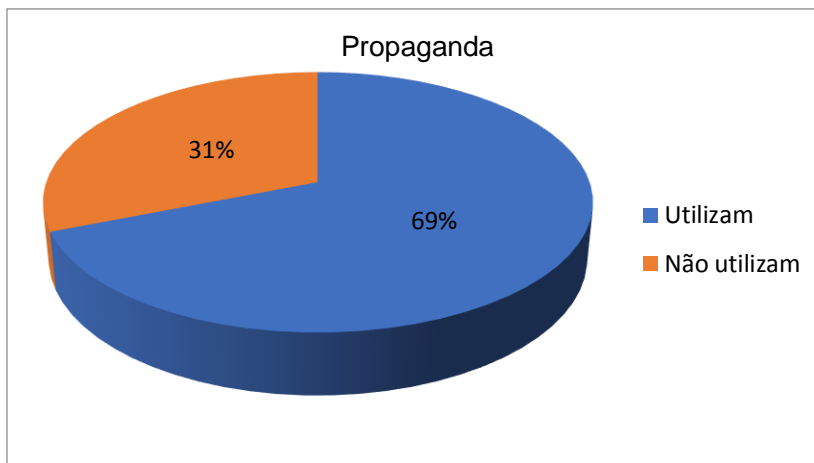
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Outro elemento questionado entre os estabelecimentos pesquisados é o emprego da publicidade para divulgar a loja e seus produtos e serviços. No circuito superior a publicidade é necessária e utilizada maciçamente, com emprego de um volume enorme de capital, enquanto no circuito inferior não existe. Entretanto no panorama contemporâneo, graças às novas tecnologias e à *internet*, ela surge principalmente para o circuito inferior como uma nova característica. A publicidade é utilizada nesse circuito através das redes sociais e das mídias eletrônicas devido ao seu baixo custo.

De acordo com o Gráfico 8, dos 32 estabelecimentos pesquisados no varejo popular da Boca do Rio, 69% dizem que não utilizam da propaganda como ferramenta de divulgação e 31% fazem esse tipo de divulgação. Porém, desses que utilizam da publicidade, não recorrem a maneira tradicional, que seria com agência de propaganda, utilizando uma campanha de marketing para divulgar seu negócio, e sim, através das redes sociais como o *whatsapp*, *facebook* e o *instagram* e outras modalidades como cartão, panfletos e carro de som.

A publicidade é um instrumento marcante no circuito superior, como relata Santos (2008a, p. 46), “a atividade do circuito superior é, em grande parte, baseada na publicidade, sendo uma das formas utilizadas para modificar os gostos e deformar o perfil da demanda.” Apesar da publicidade ser uma característica primordial do circuito superior, ela acontece e se manifesta de uma forma mais simples no circuito inferior, utilizando das novas tecnologias, que antes, também, pertenciam somente ao circuito superior.

Gráfico 8 - Utilização da propaganda nos estabelecimentos comerciais da Boca do Rio



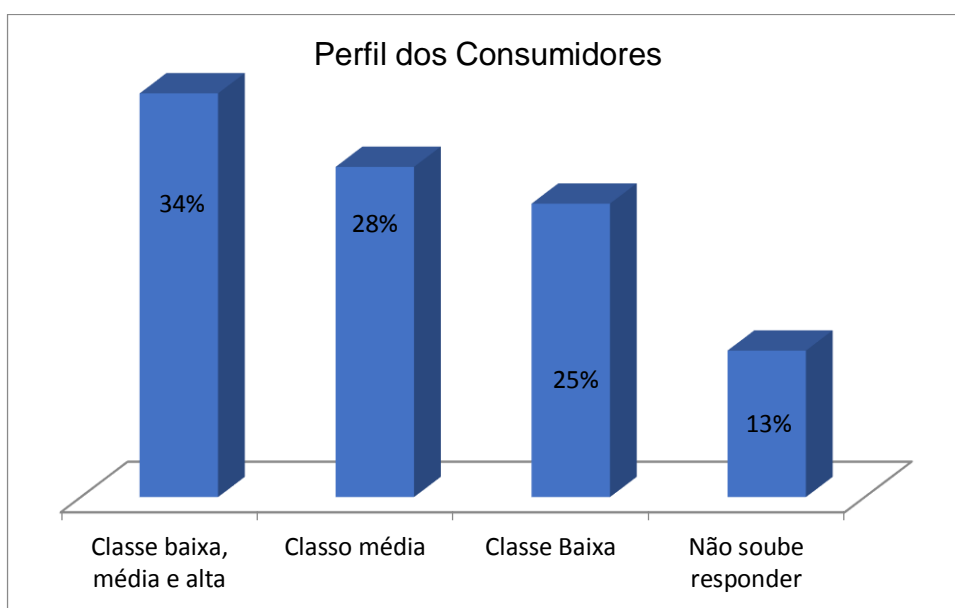
Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

O que compete ao mercado, na pesquisa verificamos algumas particularidades tais como a abrangência do negócio, perfil do consumidor, forma de pagamento oferecido ao consumidor e a aquisição de mercadorias.

No que tange a área de abrangência dos 32 estabelecimentos pesquisados, 100% comercializam seus produtos e serviços apenas no bairro Boca do Rio não possuindo nenhum tipo de filial em outro bairro ou estado. Esse fato se dá devido à própria constituição desses estabelecimentos com características próprias do circuito inferior.

De acordo ao perfil dos consumidores, o Gráfico 9 evidenciou-se que os estabelecimentos pesquisados no varejo, 25% atinge a classe baixa; 28% a classe média; 34% a baixa, média e alta e 13% não souberam responder. O perfil dos consumidores do circuito inferior do bairro Boca do Rio é bastante variado devido a diversidades de estabelecimento e produtos comercializados como açougues, supermercados, hortifrúti, bares, restaurantes, materiais elétricos e de construção, calçados e roupas além dos preços mais competitivos que outros locais. Outro fator importante relativo a variedades do perfil do consumidor é a proximidade do comércio com outros bairros vizinhos como o Imbuí, Jardim Armação e a Pituba, com moradores tipicamente de classe média e alta.

Gráfico 9 - Perfil dos consumidores do comércio da Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

O comércio varejista da Boca do Rio com relação ao consumo tem um diferencial importante com conexão com os moradores. Os mercadinhos e lojas têm uma freguesia local muito intensa e grande, pois, a sua variedade de produtos faz com que

os moradores não precisam se deslocar para outros bairros à procura de algum produto. Outro fator importante é o preço praticado pelos comerciantes que são menores e bem atrativos.

A forma de pagamento oferecida aos clientes oferece um indício da utilização de novas técnicas, financeirização e o crédito, que, no período atual, chega aos estabelecimentos tipicamente do circuito inferior. O varejo popular da Boca do Rio disponibiliza várias opções de pagamento aos clientes, como a utilização da maquininha de cartão de crédito e débito que já se tornou uma prática comum, até mesmo em pequenos estabelecimentos que são oferecidas pelas instituições financeira a custo baixíssimo e muitas vezes sem dispêndio algum.

A tabela 4 ilustra os tipos de pagamentos oferecidos aos clientes pelos estabelecimentos de ambos os circuitos.

Tabela 4 - Forma de pagamento oferecida aos clientes pelos estabelecimentos bairro Boca do Rio

TIPO	ESTABELECEMENTOS (QUANTIDADE)	%
Somente dinheiro	2	6%
Somente cheque	0	0%
Somente cartão de crédito	1	3%
Somente cartão de débito	0	0%
Mais de uma opção	29	91%
Omitiu	0	0%
Total	32	100%

Fonte: Pesquisa de Campo (2018).

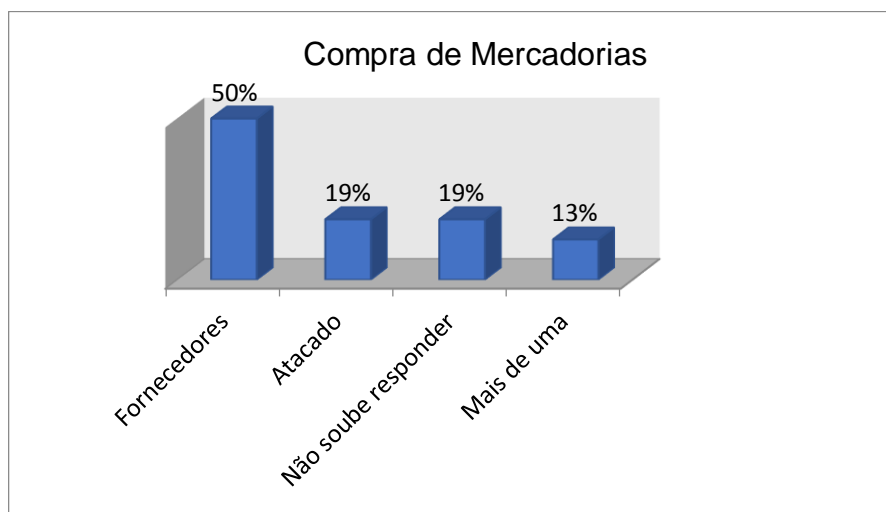
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

Analisando a tabela acima dos 32 estabelecimentos do circuito inferior do varejo da Boca do Rio, 91% oferecem mais de uma operação bancária de pagamentos para os consumidores, 6% disseram utilizar apenas dinheiro e 3% apenas cartão de crédito. Esta característica do circuito inferior da Boca do Rio em utilizar e oferecer várias opções de pagamentos aos seus clientes, como cartão de crédito e de débito, é uma tendência bastante difundida nesse circuito na atualidade. Algumas técnicas

oriundas do circuito superior já são utilizadas de forma maciça, devido a própria concorrência e a financeirização das classes pobres que tem acesso ao crédito bancário com grande facilidade.

No Gráfico 10 com referência à compra de mercadoria, a grande maioria dos estabelecimentos compram seus produtos com os fornecedores, representando uma garantia na obtenção do estoque e a falta de desperdício. No circuito inferior da Boca do Rio, 50% adquirem seus produtos com fornecedores, 19% compram no atacado, 13% compram no atacado e com fornecedores e 19% não souberam responder. Observa-se que a grande maioria dos estabelecimentos compram direto com os seus fornecedores, principalmente os mercadinhos, que tem um número muito grande de produtos oferecidos, favorecendo o estoque que está sempre abastecido, devido as facilidades oferecidas pelos fornecedores na hora da entrega bem como, a facilidade de pagamento.

Gráfico 10 - Compra de mercadorias realizada pelos estabelecimentos comerciais da Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Elaboração: Almir Martins Junior (2018).

É interessante perceber que no varejo popular da Boca do Rio, predominantemente do circuito inferior, existem pouquíssimos exemplos do comércio do circuito superior. É o caso do Supermercado “Atakadão Atakarejo”, do ramo atacadista, pertencente ao Grupo Atakarejo, empresa baiana fundada em 1980, com 10 lojas na Bahia. Sendo um representante máximo do circuito superior no bairro Boca do Rio, está

localizado no centro comercial do bairro convivendo lado a lado com o circuito inferior apesar das dificuldades impostas pelo ambiente ao meio construído (ATAKAREJO, 2016).

Os pequenos mercadinhos e mercearias do bairro estão a poucos metros do Atakarejo que comercializa produtos similares aos seus. Esta proximidade, na teoria, entre eles, pode parecer desfavorável frente a concorrência que sofre o pequeno comerciante, entretanto, este tem a vantagem de oferecer produtos mais baratos que seu concorrente maior, devido comercializarem produtos similares, de segunda linha, mais acessíveis para população pobre da Boca do Rio. Outro fato importante é a quantidade comprada pelos moradores, muitos não têm dinheiro para fazer as compras do mês, como é de costume, se dirigindo ao mercado para comprar apenas o necessário do dia, ficando mais confortável se dirigir a pequenas mercearias para fazer sua compra do que ir a um grande mercado.

Outro aspecto a ser considerado no comércio da Boca do Rio é a questão da infraestrutura de transporte que serve ao bairro. A região é cortada por avenidas importantes com grande fluxo de transporte coletivo que serve ao bairro, oriundos de diversas regiões de Salvador, além de uma linha de metrô, que passa na Av. Paralela, que de certa forma, serve a Boca do Rio. Esta facilidade de transporte facilita muito as pessoas se deslocarem para o bairro para fazer compras, apesar da maioria dos clientes pertencerem a própria Boca do Rio. Outro ponto averiguado na pesquisa é o fato dos funcionários e proprietários, na sua grande maioria residirem no próprio bairro.

Um fato relevante no comércio da Boca do Rio é a presença forte das ambulantes de rua, vendendo uma variedade de produtos, ao longo da calçada, em frente aos principais estabelecimentos do bairro. Na rua Hélio Machado e Lineu Lapa Barreto, centro do varejo do bairro, a quantidade de “camelôs” é muito grande, vendendo uma variedade de produtos como: CD’s e DVD’s piratas, celulares usados, roupas, relógios, hortifrúti, carne e lanches rápidos (água de coco, caldo de cana, salgados). A presença dessas ambulantes no comércio popular do bairro é o fato de existir um mercado atrativo para o tipo de produto que eles oferecem. Os ambulantes, embora esteja na escala do circuito inferior não foi alvo desse estudo.

Figura 19 - Comércio informal instalado na rua Hélio machado na Boca do Rio



Fonte: Almir Martins Junior (2018).

A seguir, um mapeamento dos dois circuitos da economia urbana no Bairro Boca do Rio, buscando-se identifica-los e apreender suas características mais expressivas diante do que foi pesquisado.

4.2 Um mapeamento dos dois circuitos da economia urbana no comércio varejista no bairro boca do rio

Procurou-se compreender nessa pesquisa a existência dos circuitos da economia urbana no bairro Boca do Rio, tendo como base a teoria dos dois circuitos da economia urbana de Milton Santos (2008a), que se utiliza de algumas variáveis como tecnologia, finanças, propaganda e a organização para definir estes circuitos nas cidades dos países subdesenvolvidos.

Já é do conhecimento que o circuito superior se sujeita a uma hierarquia com relação as suas definições e a seu poder de desempenho, de maneira que sua parcela

mais dominante é formada pelos bancos, capital empregado, investimentos e *holdings* incorporados por grandes indústrias, comerciais e de serviços inovadores (SILVEIRA, 2009). Entretanto, os circuitos da economia urbana se mostram mais completos nos países subdesenvolvidos.

O circuito inferior presente na Boca do Rio é caracterizado por empreendimentos com um baixo grau atividades com grau tecnológico, baixo nível tecnológico, capital e organização, apesar de apresentar técnicas do circuito superior, se constituem em espaços desgastados, porém onde se oferece um certa infraestrutura de transporte coletivos bem como de pessoas, visto que esse circuito possui uma grande rotatividade de vendas de vido a comercialização, em primeiro lugar, a bens de primeira necessidades.

O circuito inferior no varejo popular da Boca do Rio apresenta uma heterogeneidade de estabelecimentos, em concordância com o evidenciado no subcapítulo anterior. No entanto as atividades desempenham uma dimensão bem inerentes a seu espaço que direcionam sempre para a mesma tendência, que é de suprir as necessidades da população pobre da Boca do Rio. As atividades dos estabelecimentos do bairro aproximam-se uma da outra, se completam, assim o comerciante do açougue está na mesma rua do mercadinho, do hortifrúti e da padaria, pois o consumidor ao sair de casa, para as compras, ele consegue, de uma vez só, pela proximidade e diversidade do comércio, abastecer sua casa com inúmeros produtos, sem a possibilidade de se deslocar para outros centros.

A catalogação das informações em decorrência da pesquisa de campo no mencionado local possibilitou delinear um mapeamento da presença do circuito inferior e quais as suas principais características. Dessa forma, algumas variáveis foram destacadas para que se pudesse apontar a existência e a predominância do circuito inferior no bairro Boca do Rio.

Os questionários aplicados foram construídos a partir de elementos, somados a outras informações, possibilitou identificar as atividades que envolvem os circuitos. O mapa da figura 18 demonstra como estão distribuídos os dois circuitos da economia urbana no Bairro Boca do Rio.

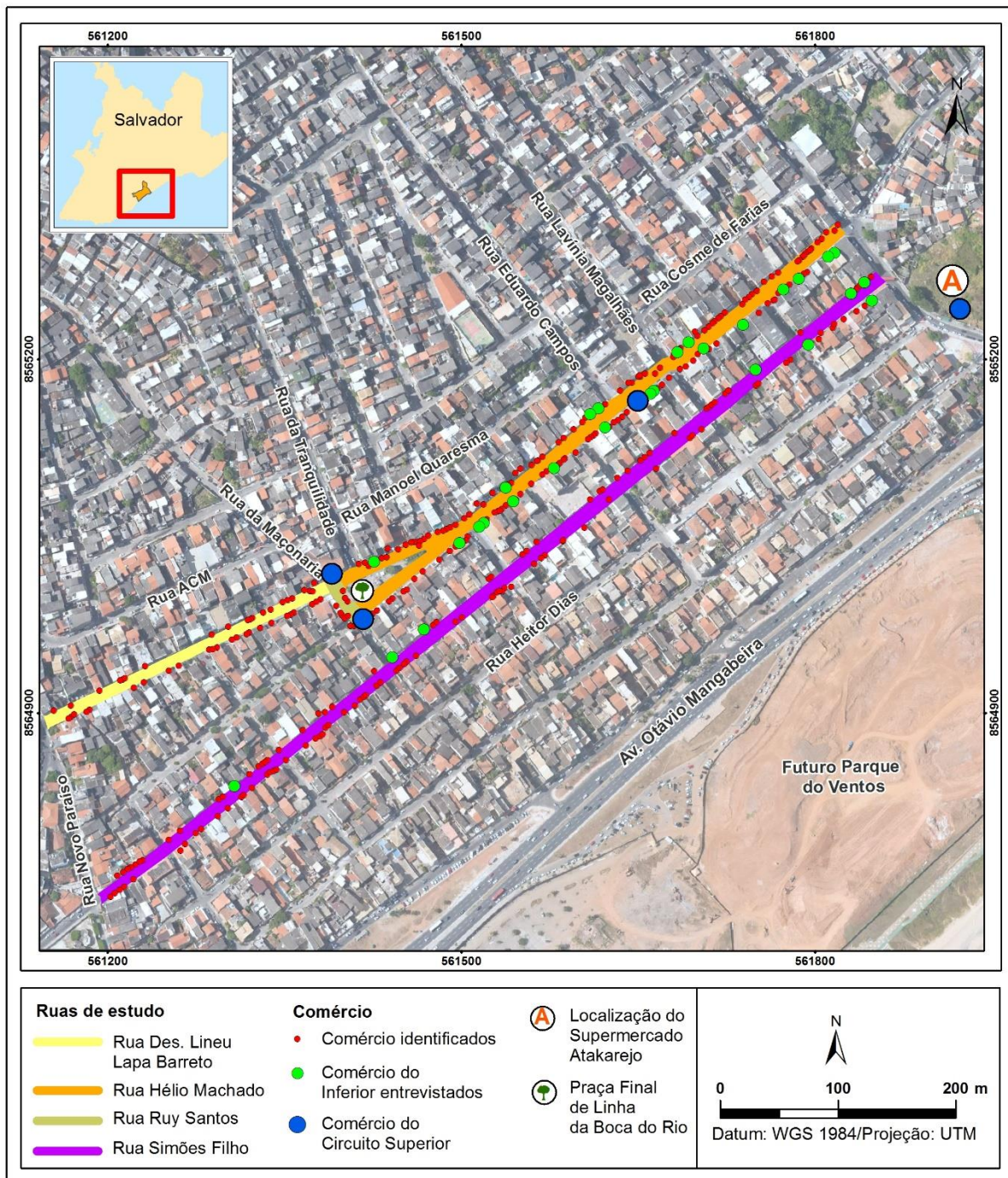
A análise do mapa possibilitou identificar a predominância do circuito inferior no bairro Boca do Rio. Dessa forma, nas ruas Simões Filho, Hélio Machado e Des. Lineu

Lapa Barreto, dos 32 estabelecimentos pesquisados todos pertencem ao circuito inferior. As atividades encontradas são bem diferenciadas como bares e restaurante, supermercados, lojas de móveis, açougues, hortifrúti, oficinas mecânicas, moda masculina e feminina, clínicas de exames, escritório de advocacia, clínicas odontológicas etc. A predominância do circuito inferior nas ruas pesquisadas está relacionada com a localização, pois essa é a principal rua do bairro, é a área central do varejo popular da Boca do Rio e próximo das principais localidades do bairro, onde concentra a maior parte da população pobre do bairro.

O varejo da Boca do Rio tem uma peculiaridade bastante interessante na distribuição dos estabelecimentos. Na rua Simões Filho, a predominância fica por conta do bares e restaurante, salão de beleza e oficinas mecânicas, clínicas médicas, já nas ruas Hélio Machado e Des. Lineu Lapa Barreto estão os estabelecimentos que oferecem produtos de primeira necessidade como as mercearias, açougues, padarias, seguido a de bens duráveis como lojas de roupas, sapatos, moveis e eletrodomésticos. Essa característica é devido ao comércio do bairro surgir pela necessidade de abastecer as famílias com gêneros alimentícios, então, os primeiros estabelecimentos apareceram em virtude dessa carência.

Já na rua Abelardo Andrade de Carvalho, está instalada uma filial do “Atakadão Atakarejo”, que faz parte de uma rede baiana de supermercado, entretanto está localidade que não foi objeto direto da pesquisa, porém pela proximidade do comércio popular da Boca do Rio é necessário fazer a seguinte consideração. Apesar de estar inserido no contexto comercial do bairro, o Atakarejo não impõe uma concorrência direta com os supermercados e mercearias do varejo popular do bairro, como foi explicado no subcapítulo anterior.

Figura 20 - Mapa de distribuição dos dois circuitos da economia urbana no bairro Boca do Rio



Fonte: Pesquisa de campo: Google Earth.
 Elaboração: Luís Henrique C. Paixão e Almir Martins Junior (2018).

Os elementos que compuseram esta pesquisa, em concordância com o apresentado anteriormente, como organização, capital e a tecnologia, além da publicidade e a financeirização entre outros elementos, exibem características que permitem mencionar e caracterizar o circuito inferior no bairro Boca do Rio.

A pesquisa possibilitou constatar que as micro e pequenas empresas são a maioria entre os estabelecimentos do circuito inferior. Essas empresas do circuito pobre apresentam um certo tipo de conexão com o mercado externo devido à presença de consumidores oriundos de outros bairros próximos devido à diversidade de mercadorias e baixo preço praticado nesse comércio. Com relação à tecnologia e à publicidade, essa relação com o mercado externo, se torna limitado quanto ao alcance de suas atividades devido ao pouco capital utilizado.

Quanto ao mecanismo de trabalho, o uso da tecnologia é bastante discreto no circuito inferior da Boca do Rio, e em alguns casos essa utilização é inexistente ou nulo, principalmente a que se refere a computadores, *scanners* e *software* entre outros na organização estrutural desses estabelecimentos. Todavia, mesmo a escassez, desses equipamentos em alguns estabelecimentos do circuito inferior, tais como, gráficas e papelarias etc.

Adicionado a esta característica, o número de colaboradores no circuito inferior é bastante reduzido. Na maioria deles o próprio proprietário é o único a desempenhar toda as tarefas. Todavia, a grande maioria dos estabelecimentos pesquisados, declarou um quadro que variam entre 2 a 5 funcionários em média. É uma característica do circuito inferior empregar um número muito pequeno de empregados, porém, considerável pelo tamanho do negócio. Muitas vezes, entre aqueles que apresentam um número menor, em torno de dois, trata-se quase sempre de pessoas da mesma família.

Os estabelecimentos do circuito inferior na Boca do Rio apresentam uma relação com as instituições financeiras muito importante, porém apenas em primeiro plano. Como os bancos hoje conseguem atender vários níveis dos empresários com seus produtos e a crescente financeirização da classe pobre, algumas técnicas, antes utilizadas somente no circuito superior, já estão à disposição do comércio popular a custos baixos, é o caso das máquinas de cartão de crédito. A pesquisa realizada nos estabelecimentos da Boca do Rio demonstra que a maioria do varejo popular utiliza e oferece a seus clientes mais de uma opção bancária, somente 2 lojas aceitam apenas dinheiro. Esse baixo grau de relação com os bancos e uma consequência direto do pequeno volume de dinheiro que transita no circuito inferior, porém, importante para as instituições financeira, principalmente nos países subdesenvolvidos, devido aos

números de empresas que pertence a esse circuito. Dessa forma, os estabelecimentos pesquisados mantêm algum tipo de relação com os bancos pela necessidade de gerir suas vendas e realizar os pagamentos aos fornecedores, tributos, água luz, etc.

Ficou evidenciado na pesquisa de campo que os estabelecimentos do circuito inferior quanto ao estoque são bastante limitados. Todavia os mercados e supermercados possuem um estoque mais volumoso devido à variedade de produtos comercializados, em contrapartida as demais lojas possuem um estoque bem reduzido. Essa particularidade é pertinente devido ao pouco capital envolvido nesse circuito, porém a facilidade de comprar pelo crédito oferecido pelos fornecedores.

Os clientes rotineiros dos produtos e serviços oferecidos pelo circuito inferior do bairro é bastante diversificado e com uma característica importante, atende compradores das classes baixa, média e alta. As lojas instaladas no comércio do bairro Boca do Rio oferecem produtos de diversos fabricantes com qualidade e preço muito diferenciados que pode atender a um cliente da classe baixa como também da classe alta. É o caso das lojas de material elétrico e de construção que comercializa produtos de diversas finalidades e variados fornecedores. Essas lojas vendem desde um simples tijolo e cimento ao uma torneira requintada, atendendo diversas necessidade.

Na rua Simões Filho está localizado uma pequena concentração de lojas e oficinas mecânicas que além de vender peças automotivas fazem reparos mecânicos. Essas lojas atendem aos clientes moradores do bairro que possuem um carro usado, como também, aquele cliente que mora em outra localidade e procura esse serviço no bairro devido ao preço mais em conta do que uma concessionária de carro. Esse tipo de comportamento indica um aumento da população da classe média e alta aos serviços do circuito inferior. De acordo com Santos (2008a, p. 256), este tipo de atitude é porque os clientes, “[...] exigem reparos constantes nas oficinas de pequenas dimensões, com recursos disponíveis no local, aos quais é necessário acrescentar a capacidade de invenção de mecânicos autodidatas”.

Na maior parte do varejo popular da Boca do Rio os estabelecimentos são poucos atrativos, não apresentando nenhum estilo de loja padronizado, de maneira que, são essas desigualdades que tornam o ambiente construído um lugar onde a diversidade e as diferenças aparecem.

Essas desigualdades podem ser percebidas em todo circuito inferior da Boca do Rio, onde alguns desses estabelecimentos aparecem bem cuidados, outros não obstante, nem tanto. Nota-se ao percorrer o comércio, uma grande diferença no grupamento dos negócios ordenados no local. Existem vários tipos de lojas e produtos oferecidos, aquelas que se mostram bem localizadas, em prédios bem reformados e com uma organização interna impecável, tanto nos produtos oferecidos ou pelas pessoas que trabalham, em contrapartida, no mesmo local, está outra loja, malcuidada, prédios sem reformar e uma desordem na organização interna.

O bairro Boca do Rio é um lugar propício para estas atividades, pois oferece vantagens e oportunidades únicas para permanência destas empresas. A proximidade com grandes avenidas, próximo a orla marítima de Salvador e vizinho de bairros de classes com renda mais alta e a própria população do local ofertam vantagens competitivas para diversidade e o potencial comercial do bairro. Para Santos (2008a) a cidade é um composto inerente de sistemas de atividades e sistemas de instrumentos que não se desligam, como todo subsistema, antes interagem.

O circuito inferior do varejo da Boca do Rio, devido à grande quantidade de estabelecimentos, desfruta de concorrente no próprio bairro, visto que a grande quantidade de negócios realizados revela uma economia em escala local, por abordar dinâmicas que compartilham com as demais existentes e a própria demanda do local. Entretanto, nos dias atuais, Boca do Rio indica uma supremacia do circuito inferior da economia urbana, com uma grande disseminação das variáveis modernas do circuito superior criando as desigualdades espaciais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada sobre o comércio popular e seus estabelecimentos varejista e os resultados apresentados nessa dissertação, no bairro Boca do Rio, Salvador/BA mostraram a importância deste tema para a compreensão de dinâmicas intraurbanas. Foi realizado um mapeamento desse comércio, com a identificação da localização em que estão instalados, a variedade de produtos e serviços oferecidos, tendo como fundamentação teórica os dois circuitos da economia urbana, o que levou à uma visão bastante esclarecedora sobre o tema, especialmente após a aplicação de questionários e realização de entrevistas nos estabelecimentos.

As instituições varejistas continuam surgindo de diversas formas, seja pelo volume negociados ou pelo tamanho da empresa. Mesmo com uma enorme estrutura ou uma pequena loja de um bairro popular podemos classificar o comércio varejista em quatro grandes grupos: o varejo com loja, o varejo sem loja, o varejo de serviços e o varejo virtual. Os resultados obtidos sobre estabelecimentos varejista da Boca do Rio, encontramos o varejo com loja e o varejo de serviço.

No comércio da Boca do Rio basicamente é formado de estabelecimentos de varejo com lojas especializadas e de consumo em massa. O varejo especializado oferece a sua clientela determinado tipo de produto, e no comércio da Boca do Rio essa especialização aparece nas lojas de calçados, cosméticos, produtos para lar e açougues entre outros. Já o varejo de consumo em massa oferece uma grande variedade de produtos que, no caso do bairro estudado, está caracterizado por diversos mercado, mercadinhos e minimercados espalhados pelas ruas pesquisadas.

Na Boca do Rio o varejo de serviço, onde a atividade representativa e principal e a prestação de um serviço se identificam por estabelecimentos comerciais tais como: salão de beleza, oficinas mecânicas, assistência técnica de eletrodoméstico, clínicas de exame médicos, academias de ginástica entre outros serviços oferecidos.

Ressalta-se a importante contribuição de Milton Santos, com a teoria dos dois circuitos da economia urbana, para o entendimento da organização espacial das cidades de países subdesenvolvidos, reconhecendo a existência de dois circuitos da economia urbana, circuito superior e o inferior, em um sistema de contínua moderni-

zação e características diversificadas que constitui os dois circuitos, no qual predomina a mesma origem, as mesmas fundamentações e os mesmos processos que os torna interligados (SANTOSA, 2008).

Na atualidade podemos entender que no comércio varejista em bairros populares, como no caso do bairro Boca do Rio, localidade tipicamente pobre, que apresenta inúmeros problemas socioeconômicos, o circuito superior e inferior estão progressivamente mais associados, renovando seus nexos de interdependência e correlação. A finança e o crédito, características do circuito superior, estão inseridos no comércio varejista da Boca do Rio, desburocratizando a oferta de crédito para uma grande parcela da população sem rendas relevantes, propiciando novas práticas de consumo.

Com o estabelecimento de novas relações entre os circuitos da economia urbana, constatamos que o comércio da Boca do Rio, tipicamente do circuito inferior, apresenta uma mão de obra não especializada, com pequenos serviços e do consumo popular. Esta característica consolida que as grandes cidades, como no caso de Salvador, a economia é formada por uma combinação de atividades provenientes tanto do circuito superior como no inferior.

No varejo da Boca do Rio encontramos a existência de um circuito intermediário, com novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, ou até mesmo os encontrados no circuito superior, novos mercados, inovações comerciais, logística, tecnologia e publicidade que utilizam pouco recursos financeiros.

O bairro Boca do Rio, não obstante apresenta uma estrutura socioespacial frágil, comporta um comércio vigoroso e diversificado do ponto de vista econômico e de serviços, com uma boa oferta de transporte urbano, próximos a vias públicas importantes e à orla turística de Salvador e vizinho a bairro com uma conjuntura social mais elevada. Todavia, o bairro, nas últimas décadas não sofreu nenhuma intervenção pública direta de grande magnitude, apenas a revitalização da orla marítima e a intensa urbanização que acontece em áreas vizinhas como a Av. Paralela, Imbuí e o Jardim Armação, onde a especulação imobiliária acontece visando classes média e alta.

Ficou evidenciado na pesquisa de campo que os estabelecimentos pertencentes ao varejo popular do bairro praticam atividades que podemos qualificar como pertencente ao circuito inferior da economia urbana. Essas características do circuito inferior foram delineadas e caracterizadas de acordo com algumas variáveis como:

capital, financeirização, bancos, publicidade, estoque, fornecedores, logística, tecnologia e o nível de organização da empresa, apontando a predominância de estabelecimento pertencente ao circuito inferior.

O varejo do circuito inferior na Boca do Rio apresenta algumas dessas variáveis de forma mais intensas e outra menos aparentes, manifestando-se de forma recorrente em um grande número de empresas desse circuito.

Como qualquer circuito inferior na atualidade, o varejo popular do bairro apresenta algumas características oriundas do circuito superior como a financeirização, relação com os bancos, tecnologia e publicidade, acontecendo com menos ou mais intensidade e não de uma forma contínua em todos os estabelecimentos pesquisados, entretanto, características como a utilização de máquinas de débito e crédito são identificadas por quase todos os estabelecimentos pesquisados, demonstrando uma tendência do circuito inferior, apesar de mostrar uma interdependência, apresenta grande vínculo com o circuito superior. Esse novo patamar apresenta características peculiares ao circuito inferior e ao do superior, devido a própria evolução do mercado e as exigências dos consumidores, mesmo aqueles da classe menos favorecidas.

O circuito inferior apresenta outro fator importante na organização social e econômica do bairro, pois esse circuito emprega uma mão de obra muito numerosa e com próprios moradores do bairro, uma estratégia utilizada pelos comerciantes para não pagar transporte e muitas vezes alimentação. A importância do circuito inferior pela sua predominância exerce um papel importante na composição espacial do bairro e na manutenção e prosperidade do comércio local.

Assim a análise do bairro Boca do Rio na perspectiva dos dois circuitos da economia urbana pode oferecer uma colaboração para a compreensão da organização espacial do bairro e seu varejo oportunidades de pesquisas futuras, até mesmo de aperfeiçoamento desse estudo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. A. de. **Uma leitura atual do bairro da Ribeira em Natal/RN a partir dos dois circuitos da economia urbana**. 2014, 193 p.. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande, do Norte, Rio Grande do Norte.

ARROYO, M. A vulnerabilidade dos territórios nacionais: o papel das finanças. In: ARROYO, M.; LEMOS, A. I.; SILVEIRA, M. L. (Ed.). **Questões territoriais na América Latina**. Buenos Aires: Comisión Latinoamericana de Ciencias Sociales (clacso), 2006. p. 177-190.

ATAKAREJO. **Atakadão Atakarejo**. 2016. Disponível em :<<http://www.atakarejo.com.br/historia.php>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BOCA DO RIO CULTURAL. **A história**. 2011. Disponível em :<<http://nossabocadorio.blogspot.com/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

BRAUDEL, F. **Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV-XIII**. Tradução de Telma Costa. v. 2. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

CATAIA, M; SILVA, S. C. da. Considerações sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana na atualidade. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 3, n. 1, p. 55-75, 2013.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para o cliente**. Tradução de Cecília C. Bartalotti e Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2000.

CONTEL, F. B. **Território e finanças. Técnicas, normas e topologias bancárias no Brasil**. 2006, 343 p.. Tese (Doutorado em Geografia) - Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH), Universidade de São Paulo.

CONTEL, F. B., MONTENEGRO, M. R.. Financeirização do território e novos nexos entre pobreza e consumo na metrópole de São Paulo. **Revista EURE**, v. 43, n. 130, p. 115-139, set. 2017.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias geográficas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

DIAS, L. C. Finanças, política e território. **Caderno CRH**, v. 55, p. 9-13, 2009b.

DIAS, L. C. O sistema financeiro: aceleração dos ritmos econômicos e integração territorial. **Anuário do Instituto de Geociência/UFRJ/Río de Janeiro**, v.15, p. 43-54, 1992.

DIAS, L. C. (Org.). Dossiê: finanças, política e território. **Caderno CRH**, Salvador, v. 22, n. 55, p. 65-76, 2009.

DUHAU, E.; GIGLIA, A. Nuevas centralidades y prácticas de consumo en la Ciudad de México: el microcomercio al hipermercado. **Revista EURE**, Santiago, v. 32, n.98, p. 77-95, maio 2007.

FALEIROS, J. P. M. Comércio Varejista: Uma análise do comportamento do volume de vendas sob uma perspectiva não linear. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 32, p. 157-182, dez. 2009.

FERNANDES, B. H. R. **Administração estratégica**: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOTTSCHALL, C. Os Caminhos do Comércio de Salvador. **Bahia Análise & Dados**, v. 6, n. 4, p. 27-38, 1997.

HEINONEN, N. A cidade alta em alta? Circuitos e cenários das dinâmicas comerciais do centro velho de Salvador. **Geotexto**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 81-116, 2005.

HOLANDA, V. C. C. Sobral-CE: Os dois circuitos da economia urbana em uma cidade média do Nordeste Brasileiro. **OKARA: Geografia em debate**, v. 7, n. 2, p. 225-240, 2013.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2010.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de varejo**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. **Administração de varejo**. Tradução de Érika Suzuki. São Paulo: Atlas, 2000.

MAGALHÃES, A. R. C.; SPÍNOLA, N. D. Atividades dos Serviços no circuito inferior da cidade de Salvador – Bahia. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE. UNIFACS, Salvador**, v. 1, n. 33, p. 344 – 362, 2016.

MAIA, A. C. N. Rede de Comércio de rua em Salvador, Bahia. **Mercador – Revista de Geografia da UFC**, Fortaleza, v. 14, n. 2, p. 45-56, mai./ago. 2015.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**: metodologia, planejamento. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MATTOS, C. de. **Gobernanza neoliberal, financiarización y metamorfosis urbana en el siglo XXI**. 2018. Disponível em: <http://200.41.82.27/cite/media/2016/02/De-Mattos-C_2014_Gobernanza-neoliberal-financiarizacion-y-metamorfosis-urbana-en-el-siglo-XXI.pdf>. Acesso em: 13 de mar. de 2018.

MEU BUZU. 2018. Disponível em: <<http://www.meubuzu.com.br/linhas>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

MONTENEGRO, M. R. O Circuito Inferior Central na cidade de São Paulo em sua relação com a densidade de fluxos e com o meio construído. **Mercator – Revista de Geografia da UFC**, ano 8, n. 15, p. 37- 48 ,2009.

MONTENEGRO, M. R. Novos nexos entre os circuitos da economia urbanas metrópoles brasileiras. **ANPEGE**, v. 9, n. 11, p. 29-41, 2013.

MONTENEGRO, M. R. **O circuito inferior da economia urbana da cidade de São Paulo no período da globalização**. 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.203 p.

MONTENEGRO, M. R. **Globalização, trabalho e pobreza no Brasil metropolitano. O circuito inferior da economia urbana em São Paulo, Brasília, Fortaleza e Belém**. 2011, 291 p. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MORGADO, M.; GONÇALVES, M. M. **Varejo: Administração de Empresas Comerciais**. São Paulo: Atlas, 1997.

NIZZA JR., C. L. A influência da comunicação na busca de informação do consumidor de varejo. **Pretexto**. v. 4, n. 1, p. 17-24, 2003.

NORMANO, J. F. **Evolução econômica do Brasil**. São Paulo: Nacional, 1975.

OLIVEIRA, E. **Divisão do trabalho e circuitos da economia urbana em Londrina – PR**. 2009, 338 p. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2010.

PASTORE, Y. Centro de Convenções: o edital lançado pela Prefeitura de Salvador atraiu sete consórcio e duas empresas. **Jornal A Tarde**, salvador, 2 ago. 2018.

PRADO JR, C. **História**. São Paulo: Ática, 1982.

RICHERT, H. G. **Retailing: principles and practices**. 3. ed. New York: McGraw-Hill, 1954.

ROCHA, H. **Dos secos e molhados a hipermercados**. Salvador, 2012. Disponível em: <http://www.tribunadabahia.com.br/40anosNews.php?idAtual=27109>>. Acesso em: 15 ago. 2017

SANTO, K. L. dos. **Uma financeirização da pobreza? O sistema financeiro e sua capilaridade no circuito inferior da economia urbana na cidade de São Paulo**. 2007. Monografia (Graduação em Geografia), Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SANTOS, A. M. M. M.; COSTA, C. S. Características gerais do varejo no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 5, p. 55-69, mar. 1997.

SANTOS, A. M. M.; COSTA, C. S. Características gerais do varejo no Brasil. **BNDES Setorial**, n. 5, p. 56-69, 1997.

SANTOS, J. Centro, Sub-centros e novas centralidades na metrópole soteropolitana. In: XI Encontro de Geógrafos da América Latina, 2007, Bogotá. **Anais XI ENGAL - Geopolítica, Globalização e Mudança Ambiental**: desafios no desenvolvimento latino-americano, Bogotá, 2007.

SANTOS, M. **L'espace partagé. Les deux circuits de l'économie urbaine des pays sous-développés**. Paris: M.-Th. Génin, Librairies Techniques, 1975.

SANTOS, M. **O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. São Paulo: Edusp, 2008a.

SANTOS, M. **O Centro da Cidade do Salvador**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo; Salvador: Edufba, 2008b.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. São Paulo: Record, 2000.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SBVC. **Ranking SBVC – as 300 maiores empresas do varejo brasileiro 2017**. Paraisópolis. 2017. Disponível em: <<http://sbvc.com.br/ranking-as-300-maiores-empresas-do-varejo-brasileiro-2017/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

SEBRAE. **Observatório da Lei Geral da micro e pequena empresa**. Salvador, 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

SERPA, Â. (Org.). **Cidade Popular**: trama de relações sócio-espaciais. Salvador: EDUFBA, 2007.

SILVA, P. C. A teoria dos dois circuitos da economia urbana e a mídia na contemporaneidade. **Revista do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora**. Juiz de Fora, v. 9, n. 2, dez. 2015.

SILVEIRA, M. L. **Da pobreza estrutural à resistência**: pensando os circuitos da economia urbana. Texto apresentado no XVI Encontro Nacional de Geógrafos (ENG), Porto Alegre, 2010.

SILVEIRA, M. L. Economia política e ordem espacial: circuitos da economia urbana. In: SILVA, C. A. da Silva (Ed.). **Território e ação social**: sentidos da apropriação urbana. Rio de Janeiro: Lamparina, 2011. p. 35-51.

SILVEIRA, M. L. Metrôpolis brasileiras: un análisis de los circuitos de la economía urbana. **Revista EURE**, Santiago, v. XXXIII, n.100, p. 149-164, dezembro, 2007.

SILVEIRA, M. L. Crises e paradoxos da cidade contemporânea: os circuitos da economia urbana. In: Pereira, Elson Manoel; Dias, Leila Christina Duarte. (Org.). **As cidades e a urbanização no Brasil: passado, presente e futuro**. 1.ed. v. Florianópolis: Insular, 2012. p. 62-82

SOUZA, M. G. de; SERRENTINO A. **Multivarejo na Próxima Economia**. São Paulo: Makron Books, 2002.

SPOHN, R. F.; ALLEN, R. Y. **Retailing**. Reston: Prentice Hall, 1977.

VAROTTO, L. F. História do Varejo. **GV - Executivo**, v. 5, n. 1, p. 88 - 90, 2006.

VINHOSA, F. L. T. **Administração Joanina no Brasil (1808-1821): O processo de criação de um Estado independente**. In: Seminário Internacional Dom João VI: um rei aclamado na América. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**, 3 ed. Porta Alegre: Bookman, 2013.

APÊNDICE A – Questionário de pesquisa aplicado aos estabelecimentos comerciais da Boca do Rio, Salvador/BA

Atividade: ____

local: _

Data: _/_____/_____

Há quanto tempo o estabelecimento funciona no bairro ? ____

Existem outras lojas?

Sim Não

Caso sim, quantas e onde se localizam as filiais? ____

Condição do imóvel:

Na própria residência Imóvel próprio Alugado Fora da residência Outros

Caso alugado, qual é o valor do aluguel?

Menos de R\$ 200 R\$ 201 a 500 R\$ 501 a 600 R\$ 1500 a 2000 R\$ 601 a 1000 R\$ 1000 a 1500 Mais de R\$ 2000 Omitiram

Quem é o proprietário? _____

Ele mora no bairro? _____

Anteriormente esse prédio foi utilizado para outra atividade? _____

Há quanto tempo utiliza o prédio? _____

Quanto à localização:

Considera a localização do imóvel adequada para a sua atividade comercial?

Sim Não

Por quê? ____

O fato do bairro da Boca do Rio ser um bairro sem estrutura adequada para o comércio, dificulta a modernização ou ampliação do seu estabelecimento comercial, de que modo?

O Sr (a) considera a infraestrutura do entorno:

Satisfatória Regular Péssima

Por quais motivos? _____

Equipamento de trabalho:

O Sr (a) utiliza informatização na sua atividade comercial, quais?

Produtos:

Procedência dos produtos:

Somente de outros estados Dentro do estado/outros estados Outros estados e países Exterior Somente em Salvador Omitiu

Formas de pagamento ao fornecedor: __

Mão de obra:

Número de funcionários da empresa: __

Emprega mão de obra família:

Sim Não

Contrata trabalhadores temporários em determinada época do ano?

Sim Não

Caso sim, quantos? _____

Qual época? _____

Utiliza a mão de obra de terceirizados?

Sim Não

Motivo dessa utilização:

Quais são os meios de transportes usados pelos os seus funcionários para chegar ao trabalho?

Seus trabalhadores residem:

No próprio bairro Em outro bairro Região Metropolitana

Formas de organização da empresa:

Empresa (organização civil ou pessoa jurídica):

Micro Pequena Média Grande

Sua empresa é familiar?

Sim Não

Trabalhador autônomo (pessoa física)

Sim Não

A empresa utiliza métodos modernos de organização?

Sim Não

Se sim, que tipo? __

Finanças:

Utiliza linhas de créditos?

Sim Não

Quais? _____

Trabalha com bancos?

Sim Não

Caso sim, quais? __

Há quanto tempo? _

Quais os tipos de operação bancária você utiliza para gerenciar o negócio?

Emissões de cheques Depósitos Cartão de crédito

Cartão de débito Empréstimos Outros

Quais são suas finalidades? _____

Informação:

Quais são as fontes de informação sobre novas técnicas, mercado e oportunidade de negócios utilizados na sua empresa?

Publicidade:

Sua empresa utiliza propaganda?

Sim Não

Caso sim, quais? __

São propagandas são produzidas por:

Agencia de publicidade Elaboração própria Outros

Mercado:

Abrangência de suas atividades comerciais:

Bairro Cidade Estado Região País Exterior

A sua atividade cresceu ou permaneceu estável nos últimos anos?

Sim Não

A que atribui esse crescimento? _

Qual é o perfil do seu consumidor?

Empresas Pessoas Empresas e Pessoas

Caso sejam pessoas, indicar público alvo:

Classe baixa Classe média Classe alta Classe alta e média

As formas de pagamentos oferecidas aos clientes:

Dinheiro Cheque à vista cheque pré-datado cartão de credito

cartão de debito Mais de uma opção outros

O seu negocio sofre concorrências ?

Sim Não

Caso sim, quais e onde se localizam?__

Os produtos/mercadorias da sua empresa são comprados no atacado?

Sim Não

Quais as formas de pagamento?_____

Sua empresa fornece produtos ou presta serviços para outras empresas?

Sim Não

Caso sim, quais e onde se localizam?__