



1290001589



TCC/UNICAMP M338i

**Universidade Estadual de Campinas**

**Instituto de Economia**

---

**CE 752 – Monografia II**

**Impactos da Política Econômica dos anos 90  
no segmento de comércio varejista**

**Monografia**

**Aluno: Samuel Marin, RA 963223**

**Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dra. Maria Alejandra Caporale Madi**

*(Signature)*

**Campinas, Dezembro de 2004**

## **SUMÁRIO**

<b>Resumo e Abstract.....</b>	<b>03</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>04</b>
<b>Cap 1 – As políticas econômicas dos anos 90: estabilização e abertura comercial</b>	
<b>1.1 – Introdução.....</b>	<b>05</b>
<b>1.2 – Estabilidade da moeda e o Plano Real.....</b>	<b>06</b>
<b>1.3 – Abertura Econômica.....</b>	<b>09</b>
<b>Cap 2 – O Setor Terciário no Brasil nos anos 90</b>	
<b>2.1 – Introdução.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 – Transformações recentes.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 – O segmento de comércio varejista.....</b>	<b>29</b>
<b>Cap 3 – Os impactos das políticas econômicas no setor de comércio varejista nos anos 90</b>	
<b>3.1 – Introdução.....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 – O comportamento do comércio.....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 – O comportamento do segmento de super e hipermercados.....</b>	<b>42</b>
<b>Conclusão.....</b>	<b>47</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>49</b>

## **Resumo**

As políticas econômicas de abertura da economia e estabilidade da moeda, adotadas pelo Brasil no início da década de 90, vieram a provocar grande impacto no segmento de comércio varejista. O presente trabalho pretende analisar quais foram estes impactos e quais as conseqüências que os mesmos vieram a causar neste segmento de mercado.

Será feita apresentação do setor terciário e suas recentes transformações e o comportamento do comércio e do segmento de super e hipermercados nos anos 1990.

Palavras-chave: Abertura Comercial - Estabilidade da Moeda - Setor Terciário - Varejo

## **Abstract**

The economic politic of liberalization and money stability, adopted by Brazil in the beginning of 1990s, provoke great impacts in the market segment of retail. We intend to analyze what were the impacts and consequences to cause in this market segment.

It will be showed the third sector and its new transformations and the conduct of market and of supermarket segment in the 1990s.

Keywords: Commercial Liberalization - Money Stability - Third Sector - Retail

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo analisar os impactos das políticas econômicas introduzidas no Brasil ao longo dos anos 90 no setor de serviços, particularmente no segmento de comércio varejista. Trata-se de uma análise das conseqüências que a abertura comercial, a internacionalização e a estabilização econômica promovida nos anos 90 propiciaram para o segmento de comércio varejista.

Será feita uma análise das modificações ocorridas no mercado tais como concorrência, concentração, automação, gestão, receitas, relacionamento comercial, diversificação de produtos, empregos, etc. De forma mais específica, será observado o comportamento do segmento de super e hipermercados e qual sua relevância para o setor de comércio varejista.

Dessa forma, o projeto tem por objetivo analisar e expor as características do segmento de comércio varejista que foram modificadas com a inserção das políticas econômicas dos anos 90, ou seja, quais modificações foram efetuadas com o aumento da concorrência, como estão sobrevivendo empresas pequenas ou médias diante da grande onda de aquisições por parte dos grandes grupos nacionais e internacionais, quanto de controle gerencial a informática está propiciando às empresas, quais modificações necessitaram-se fazer para com a estrutura de *markup*, qual orientação o mercado está seguindo após a estabilidade de preços e a minimização dos ganhos com a inflação, quais mudanças ocorreram após a grande concentração de empresas ou formação de grupos para com os fornecedores, qual a qualificação necessária para o profissional da área, que modificações ocorreram com o nível salarial do setor, etc.

## **CAPÍTULO 1**

### **AS POLÍTICAS ECONÔMICAS DOS ANOS 90: ESTABILIZAÇÃO E ABERTURA COMERCIAL**

#### **1.1 – INTRODUÇÃO**

No final dos anos 80 a economia do Brasil encontra-se completamente estagnada. O país, que já caminhava com enormes dificuldades devido às altas taxas de desemprego, índices inflacionários que permeavam os 3 dígitos e absoluta carência de reservas internacionais criou, ao longo dos anos 80 e, sem êxito, 3 planos econômicos.

Em 1986 foi lançado o Plano Cruzado com nova mudança no padrão monetário, congelamento de preços e salários, além da fixação cambial. Inicialmente o plano teve seu efeito desejado, porém, devido a circunstâncias políticas as quais vieram a frear as modificações necessárias para sua continuidade, a economia voltou a se desajustar e o retorno da inflação fez o governo, em janeiro de 1989, implementar outro plano econômico alterando novamente o padrão monetário.

Em março de 1990 começa a vigorar o Plano Collor com nova alteração do padrão monetário e restrição da liquidez devido ao bloqueio na tentativa de estabilizar a moeda e ajustar a economia. Além do bloqueio da liquidez também houve controle de preços.

No início dos anos 90, novos desajustes políticos, desta vez no topo do governo, criou condições para a instabilidade econômica. O auge destes desajustes no campo econômico foi a troca de 3 Ministros da Fazenda. O último a assumir essa cadeira ministerial foi Fernando Henrique Cardoso.

Mais 2 planos econômicos (desta vez com grande êxito principalmente quanto a estabilidade da moeda) foram lançados. Inicialmente o governo adotou um programa com ênfase total no ajuste das contas do setor público pois, desequilíbrios deste setor eram identificados como causa da inflação contínua no Brasil (Bari, 1997).

Um segundo passo foi a necessidade de substituição da moeda inflacionada. Dessa forma foi instituído a URV (Unidade Real de Valor) a qual tinha seu valor alinhado ao valor do dólar que, diariamente, ia sendo corrigido. Todos os contratos de salários e preços estavam 'indexados' à URV abrindo caminho futuro para a simples troca por uma moeda não indexada.

Conforme descrito por Edmar Bacha (Bacha, 1997) o Plano Real teria como natureza o equilíbrio orçamentário, a introdução de nova unidade de conta e a conversão

da unidade de conta para moeda, dessa forma seria efetuado o ajuste das contas do setor público, a indexação da moeda à URV/Dólar e a criação de uma moeda (Real) estável.

Este capítulo tem como objetivo relatar como se desenvolveu a estabilidade da moeda para o setor de serviços no Brasil bem como suas conseqüências ao longo dos anos 90. Tem também o intuito de apresentar as variações que a abertura comercial causou para com o setor de serviços.

## **1.2 - ESTABILIDADE DA MOEDA E O PLANO REAL**

Antes da própria implantação do Plano Real, o governo propôs a criação de um sistema de indexação de preços o qual alinhou e congelou os preços e salários pela média de outros indicadores de preços (URV).

Dessa forma, todos os preços e contratos passaram a ser baseados no novo indicador, que era corrigido diariamente e forçava os preços às mesmas variações produzindo uma 'estabilidade' nos preços, cenário para a criação da nova moeda.

'O principal objetivo do período da URV foi o de permitir um alinhamento substancial de preços e salários, e a eliminação da indexação retroativa, sem a necessidade de um subsequente congelamento de preços e salários para conter a inflação, como nos planos de estabilização anteriores. A indexação retroativa foi extinta porque a própria URV era um índice de preços e, mesmo não refletindo a taxa de inflação momentânea, mudou a regra salarial de um ciclo quadrimestral para um regime de indexação diária' (Bacha, 1997)

Ao final do período estipulado para o funcionamento da URV, entrou em vigor a complementação do próprio Plano Real, mantendo o câmbio fixo e equiparando o valor da nova moeda ao câmbio. Assim, com esse alinhamento do Real com o Dólar, sobrava uma taxa de inflação verdadeira de 1,0% /1,5% ao mês (Delfim Netto, 1997).

Um ponto interessante para este estudo é que a estabilidade da moeda criou condições para o ressurgimento do crédito pois, antes da estabilização e com uma inflação mensal em torno de 40%, dificultava o funcionamento do sistema de crédito, dados os limites nas condições de oferta e demanda.

Basicamente a estabilidade da moeda deu-se por meio de um plano que utilizou a âncora cambial para acelerar o mecanismo de estabilidade de preços. Esse mecanismo utiliza a fixação do valor externo da moeda para alcançar a estabilidade do valor interno da moeda.

Dentre os impactos imediatos causados pelo Plano Real destaca-se a involução da inflação, dos preços relativos, da taxa de câmbio e de juros e do nível de atividade.

Fazendo uma análise da taxa de inflação pós-plano Real nota-se o lento declínio dos preços dos bens não-comercializáveis devido à abertura comercial, os preços para dos bens comercializáveis caíram muito rapidamente não acompanhados pelos preços dos bens não comercializáveis.

Do ponto de vista do câmbio, cuja apreciação foi a consequência do programa de estabilização, estimulou a grande entrada de recursos externos e propiciou uma rápida queda na taxa de inflação.

A taxa de juros nominal, mantida em níveis elevados face à taxa de juros internacional, serviu para conter a demanda e garantir o influxo de capitais (devido a alta taxa do cupom cambial).

Os salários também sofreram modificações e tiveram aumento real de 32% entre 1993 e 1998 devido a estabilidade de preços, mudanças nos preços relativos e aquecimento da economia. (Tabela 1)

Tabela 1

**Variação do Rendimento Médio Real (%)**

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
<b>Brasil</b>	-18	-9,6	8,8	4,3	6	8,1	1,5	0,5	-5,5
<b>S.Paulo - Ocupados</b>	-7,2	-8,7	11,5	7,8	12,9	2,7	1,6	-4,6	-6,2
<b>S.Paulo - Assalariados</b>	-6,8	-3,4	10,9	4,3	4,3	4,3	3,6	-2,8	-4,6

Fonte: IBGE, SEADE, apud Carneiro (2000)

Em decorrência da crise do México, o Brasil optou por realizar uma política doméstica restritiva, elevando as taxas de juros internas e alterando a política cambial com a introdução da indexação da taxa de câmbio à inflação.

Devido à crise asiática, no final de 1997, as taxas de juros voltaram a subir. A necessidade de se elevar o cupom cambial ocorreu devido ao crescimento do risco país diretamente impulsionado pela deterioração das condições internacionais e saída de reservas.

Com a melhoria nas condições internacionais no início de 1999 e com a desvalorização cambial, as taxas de juros internos puderam diminuir, porém essa melhoria não se estendeu para o crescimento da produção corrente. (Tabela 2)

Tabela 2

**Produção corrente da indústria por categoria de uso ( 1991 = 100 )**

	<b>Geral</b>	<b>Capital</b>	<b>Intermediários</b>	<b>Duráveis</b>	<b>Não-duráveis</b>
<b>1990</b>	102,7	101,3	102,3	95,6	98,2
<b>1991</b>	100	100	100	100	100
<b>1992</b>	96,3	93,1	97,6	87	96,2
<b>1993</b>	103,5	102,1	102,9	112,3	102,6
<b>1994</b>	111,4	121,2	109,6	129,3	104,6
<b>1995</b>	113,4	121,5	109,8	148	108,9
<b>1996</b>	115,2	104,3	112,9	164,5	112,7
<b>1997</b>	119,7	109,2	118,1	169,3	113,5
<b>1998</b>	117,4	107,1	117,3	137	112,3
<b>1999</b>	116,6	97,9	119,6	123,9	110,6
<b>Taxa de cresc.</b>	2,4	0,6	2,5	9,4	2,3

Fonte: IBGE. apud Carneiro (2000)

Até 1997 nota-se um crescimento da ordem de 69% em relação ao ano de 1991 da produção corrente de bens duráveis. Deve-se esse aumento de consumo ao acréscimo da massa salarial e principalmente pela grande expansão do crédito. O aumento da massa salarial foi efeito direto da rápida queda da inflação, do aquecimento do nível de atividades e das regras para reposição das perdas salariais. A grande expansão do crédito deveu-se a estabilidade que viabilizou às famílias o conhecimento quanto aos gastos futuros e assim planejar as aquisições de maior valor agregado (bens de consumo duráveis).

O caminho para o desenvolvimento do crédito pelas instituições financeiras originou-se pela necessidade destas instituições em recompor receitas, isto porque o ganho com a inflação diminuiu a rentabilidade das instituições.

Os saldos da balança comercial também foram uma implicação direta da valorização cambial e do crescimento do consumo doméstico. Em 1995 encontramos a balança comercial deficitária em US\$ 3,3 bilhões, chegando no biênio 1997/98 a US\$ 13,4 bilhões. Com a maxidesvalorização cambial ocorrida em 1999 nota-se uma melhora nos saldos, embora continua-se com déficit, de US 1,2 bilhões até 2002.



### 1.3 – ABERTURA ECONÔMICA

A década de 1990 é marcada mundialmente pelo processo de globalização financeira e mobilidade do fluxo de capitais. Este fluxo de capitais busca uma maior rentabilidade diante dos juros oferecidos pelos tomadores, conduzindo-os a diferentes opções de investimento.

As mudanças que propiciaram a globalização financeira levaram os fluxos de capitais a perderem conexão com os fluxos de transações correntes; os bancos fazem revisão de estratégias diante do financiamento direto devido à proliferação de investidores institucionais; valoriza-se a posição de agentes credores ao modelo de estabilização com juros altos; os ganhos financeiros frente a ganhos produtivos tornam a desigualdade social crescente; a redução nas reservas dos bancos centrais causam pressão cambial, além de queda acentuada na produtividade, investimento e crescimento; e a globalização das crises financeiras (México 1995, Ásia 1997, Rússia 1998) afetam principalmente países emergentes.

Do lado comercial, a política de desenvolvimento interno (substituição de importações) tinha deixado de ser perseguida tanto no Brasil quanto no resto do mundo. A partir de 1990 a política de comércio exterior extinguiu grande parte das barreiras tarifárias.

Diferentemente do paradigma de crescimento baseado no desenvolvimentismo o qual tinha como fundamento a industrialização por substituição de importações e uma ampla intervenção do Estado (indústria de base e infra-estrutura), o setor produtivo enfrenta a abertura comercial e as privatizações. De acordo com o novo modelo de crescimento a concorrência seria a base do processo econômico. A abertura comercial permitiria a entrada de novos produtores no mercado ampliando assim a concorrência. Essa nova entrada dar-se-ia devido a diminuição geral das tarifas. Já a privatização promoveria a quebra de monopólio estatal gerando maior concorrência entre os aquisidores e desenvolvendo uma gestão mais eficiente.

Assim, segundo Holanda (1997) e Hay (1997) - citados em Carneiro (2000) - a estrutura herdada de meados dos anos 50 foi inteiramente reformulada no início dos anos 90.

Quanto às tarifas foi implantado um processo o qual reduziu a mesma a 1/3 do que havia prevalecido na década anterior. A tarifa média, por exemplo, de proteção efetiva da indústria que em 1990 era de 47,9% diminuiu em 1994 para 15,4%. (Tabela 3)

Tabela 3

**Proteção efetiva da Indústria brasileira (%)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>Média</b>	47,9	38,8	31,5	23,3	15,4	25,2
<b>Mínimo</b>	-2,3	-1,8	-2,1	-2,0	-1,9	-1,9
<b>Máximo</b>	155,8	124,8	98,7	75,1	44,6	270,0

Fonte: CIEF/MF e CTT/DECEX/MEF, Carneiro (2000)

O resultado desta abertura, embora sendo a mesma uma via de mão dupla a qual permitiria uma maior concorrência nos mercados locais e também um acesso mais fácil aos mercados externos (Carneiro (1997)), implicou numa elevação do coeficiente de importação e um aumento apenas moderado do coeficiente de exportação, sugerindo assim maior importância do mercado interno.

Conforme dados apontados nas Tabelas 4a e 4b percebe-se que o setor de bens de capital representou a maior queda (variação de 80,5pp) tendo o índice de penetração (que representa as importações frente à produção nacional) passando de 19,8% para 100,3%.

Já o setor analisado neste estudo – bens de consumo não duráveis – tem uma pequena variação tanto no coeficiente de penetração quanto no coeficiente de abertura, o qual passa de 2,8% para 7,9% (variação de 5,1pp) e 7,9% para 10,7% (variação de 2,8pp) respectivamente.

De acordo com a análise dos dados elaborados pelo BNDES (1998) a qual agrupa os gêneros produtivos de acordo com a intensidade de fator (tecnologia, capital, mão de obra e recursos naturais), percebe-se um grande aumento do coeficiente de penetração para os gêneros intensivos em tecnologia e capital e um aumento menor para os setores produtivos cujo gênero é intensivo em mão de obra e recursos naturais.

Tabela 4a

**Coefficiente de Penetração (Importações/Produção) da Indústria Brasileira (%)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Var 1990/98
<b>Bens de consumo Não -Duráveis</b>	2,8	3,8	3,1	3,4	4,2	7,0	6,7	7,7	7,9	5,1
<b>Bens de consumo Duráveis</b>	8,9	12,3	10,1	11,2	12,2	17,5	19,5	26,6	29,3	20,4
<b>Bens Intermediário elaborados</b>	6,1	8,0	8,1	9,6	11,8	16,9	18,0	20,4	21,9	15,8
<b>Bens Intermediários</b>	2,7	4,6	5,3	8,6	7,1	10,0	11,5	12,5	10,5	7,8
<b>Bens de Capital</b>	19,8	33,3	26,8	27,2	33,2	54,0	71,5	94,0	100,3	80,5
<b>Equipamento de Transporte</b>	3,0	5,6	5,9	8,4	11,4	15,8	13,2	17,0	23,2	20,2
<b>Total da Indústria</b>	5,7	7,8	7,4	8,9	10,4	15,5	16,3	19,4	20,3	14,6

Fonte: IBGE, apud Carneiro (2000)

Tabela 4b

**Coefficiente de Abertura (Exportação/Produção) da Indústria Brasileira(%)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Var 1990/98
<b>Bens de consumo Não -Duráveis</b>	7,9	16,6	10,4	10,2	9,2	10,3	10,4	10,2	10,7	2,8
<b>Bens de consumo Duráveis</b>	12,7	14,9	17,7	14,8	13,2	12,4	14,3	19,8	32,7	20,0
<b>Bens Intermediário elaborados</b>	10,1	8,5	15,9	14,7	15,1	16,8	16,9	16,6	16,5	6,4
<b>Bens Intermediários</b>	7,0	14,7	10,0	10,6	11,8	12,5	10,6	10,4	10,1	3,1
<b>Bens de Capital</b>	7,7	15,7	13,6	13,1	14,5	15,3	18,9	22,6	24,2	16,5
<b>Equipamento de Transporte</b>	10,5	12,3	17,1	14,4	12,5	9,6	11,1	14,3	20,4	9,9
<b>Total da Indústria</b>	8,8	12,3	13,3	12,5	12,2	12,7	13,0	13,7	14,8	6,0

Fonte: IBGE, apud Carneiro (2000)

Para exemplificar, pode-se observar a Tabela 5 a qual detalha a variação do coeficiente de penetração de setores como artigos de vestuário e acessórios (+7,5pp) e calçados (+4,6pp) com baixa modificação da cadeia produtiva em oposição ao coeficiente de penetração de materiais eletrônicos e de comunicação (+160,7pp), ricos em capital e tecnologia.

Tabela 5

## Coeficientes de Penetração e Abertura por Intensidade de Fator

	Coeficiente de Penetração			Coeficiente de Abertura		
	1990	1998	var	1990	1998	var
<b>Setores Intensivos em Capital</b>	9,9	24,2	14,3	7,9	11,4	3,5
<b>Aduos, fertilizantes e corret. Solo</b>	14,9	36,6	21,7	1,8	2,0	0,2
<b>Refino de petróleo</b>	2,8	13,4	10,6	4,3	2,0	-2,3
<b>Siderurgia</b>	1,6	6,8	5,2	17,7	29,9	12,2
<b>Setores Intensivos em Tecnologia</b>	9,8	44,1	34,3	10,0	23,2	13,2
<b>Material, aparelhos eletrônicos e de comunicação</b>	20,4	160,7	140,3	4,9	19,3	14,4
<b>Indústria da borracha</b>	5,1	23,3	18,2	7,4	9,7	2,3
<b>Automóveis, utilitários, caminhões e ônibus</b>	0,2	18,4	18,2	6,3	14,3	8,0
<b>Papel, papelão e artefatos de papel</b>	3,0	11,0	8,0	8,4	12,2	3,8
<b>Indústria farmacêutica</b>	9,7	16,5	6,8	1,8	2,3	0,5
<b>Setores Intensivos em Mão de Obra</b>	2,0	11,7	9,7	6,4	13,3	6,9
<b>Artigos do vestuário e acessórios</b>	0,5	8,0	7,5	1,4	3,2	1,8
<b>Ind de perfumaria, sabões e velas</b>	1,6	6,9	5,3	1,1	2,9	1,8
<b>Artigos de material plástico</b>	1,2	6,4	5,2	0,9	2,6	1,7
<b>Calçados</b>	0,5	4,6	4,1	24,7	56,3	31,6
<b>Setores Intensivos em Recursos Naturais</b>	3,4	8,1	4,7	12,7	18,8	6,1
<b>Indústria do fumo</b>	0,1	2,2	2,1	2,2	20,8	18,6
<b>Indústria de bebidas</b>	4,5	5,1	0,6	1,4	1,4	0,0
<b>Indústria do café</b>	0,0	0,1	0,1	13,0	16,7	3,7
<b>Indústria do açúcar</b>	0,0	0,0	0,0	17,4	43,7	26,3

Fonte: IBGE, apud Carneiro(2000)

A abertura comercial acabou por deteriorar a inserção externa da indústria no comércio internacional. Como os saldos comerciais para setores intensivos em tecnologia e capital foram negativos e para os setores intensivos em mão de obra foram positivos, nota-se uma divisão internacional do trabalho que vem a implicar num desequilíbrio permanente do comércio exterior.

A inserção brasileira no comércio externo manteve-se na média mundial (6,3%), porém, com taxas de importação duas vezes maior (13,4%), conforme dados da Tabela 6.

Tabela 6  
**Comércio Exterior do Brasil e Regiões selecionadas**  
**1990-1998 (% ao ano)**

	Exportações	Importações
<b>Mundo</b>	6,2	6,5
<b>Desenvolvidos</b>	5,6	6,1
<b>Em desenvolvimento</b>	8,4	7,9
<b>Ásia</b>	10,0	8,7
<b>América Latina</b>	8,5	12,5
<b>Brasil</b>	6,3	13,4

Fonte: Banco Central do Brasil e UNCTAD(1999), apud Carneiro (2000)

A estrutura de preços relativos (preço de bens comercializáveis e bens não comercializáveis) é definida pelas taxas de câmbio real e efetiva. Observando a Tabela 7 nota-se que houve significativa mudança no destino das exportações brasileiras, diminuindo-se o peso das exportações para os países desenvolvidos e aumentando-as para os países em desenvolvimento – Mercosul e América Latina.

Tabela 7  
**Origem e destino dos fluxos de comércio externo (%)**

	Destino das Exportações		Origem das Importações	
	1990	1997	1990	1997
<b>Estados Unidos</b>	24,2	17,5	19,8	23,1
<b>Eurolândia</b>	32,6	27,4	22,2	25,9
<b>Sudeste da Ásia</b>	15,5	13,2	10,0	14,1
<b>Subtotal</b>	72,3	58,1	52,0	63,1
<b>Mercosul</b>	4,2	17,1	10,9	15,6
<b>Am. Latina e Caribe</b>	6,5	7,7	5,3	4,9
<b>OPEP</b>	5,6	4,9	22,4	6,7
<b>Resto do Mundo</b>	11,4	12,3	9,4	9,7
<b>Total</b>	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CEPAL(1999), apud Carneiro (2000)

Essa modificação ocorre principalmente pela perda de mercado das exportações para os países desenvolvidos de bens de capital e insumos de maior valor agregado; de

forma oposta, os países mais pobres passam a importar tais itens da pauta, embora em uma amplitude diferente.

Quanto às importações, nota-se uma significativa alteração dado o aumento da participação dos bens de consumo e dos bens de capital. As origens dessas importações concentram-se nos países ricos detentores de maior desenvolvimento tecnológico.

Outros fatores que também contribuíram para o crescimento das importações foram a demanda doméstica e a elevação da taxa de câmbio. A demanda também é uma variável que contribui para o aumento das importações. As taxas de câmbio real efetiva definem as estruturas de preços relativos, ou seja, a relação entre os preços de bens comercializáveis e não comercializáveis. Em 1994 houve uma rápida valorização do real em relação ao dólar e uma valorização mais acentuada ainda do real em relação às moedas da Europa e Japão (devido à desvalorização destas em relação ao dólar). Dessa forma os fluxos de comércio sofreram alteração, o que teve como consequência a ampliação das exportações e a diminuição das exportações para os países daquelas regiões. Essa modificação cambial levou a balança comercial de superavitária em US\$ 10,8 bilhões no início de 1990 para deficitária em US\$ 6,6 bilhões em 1998. (Tabela 8)

Tabela 8

**Ciclo econômico, Saldo comercial, Importações e Exportações (US\$ bilhões)**

	importações	Var	exportações	Var	saldo	var	var	var
							PIB	Com. Inter
<b>1990</b>	20,6		31,4		10,8			
<b>1991</b>	21,0	1,9	31,6	0,6	10,6	-1,9	0,3	5,1
<b>1992</b>	20,5	-2,4	35,8	13,3	15,3	44,3	-0,8	4,2
<b>1993</b>	25,2	22,9	38,5	7,5	13,3	-13,1	4,2	5,5
<b>1994</b>	33,0	31,0	43,5	13,0	10,5	-21,1	6,0	4,1
<b>1995</b>	49,9	51,2	46,5	6,9	-3,4	-132,4	4,2	9,9
<b>1996</b>	53,3	6,8	47,7	2,6	-5,6	64,7	2,7	9,7
<b>1997</b>	59,7	12,0	53,0	11,1	-6,7	19,6	3,6	6,0
<b>1998</b>	57,7	-3,4	51,1	-3,6	-6,6	-1,5	-0,1	9,5
<b>1999</b>	49,4	-14,4	48,0	-6,1	-1,4	78,8	0,8	4,0

Fonte: Banco Central, Carneiro (2000)

A modificação na estrutura de propriedade das empresas ocorreu devido ao processo de abertura comercial e financeira da economia brasileira e à redefinição da participação do Estado por meio das privatizações. A expansão do IDÉ e o aumento das fusões e aquisições nos países em desenvolvimento foram as principais razões para a

ocorrência destas modificações. A redefinição dos oligopólios foi também um grande motivo para a expansão do IDE na busca da valorização patrimonial.

O processo de fusões e aquisições caracterizou-se por uma desnacionalização da economia brasileira onde houve crescimento da participação das empresas estrangeiras e encolhimento tanto da empresa estatal quanto da empresa familiar.(Tabela 9)

Tabela 9

**Distribuição das 100 maiores empresas por tipo de propriedade**

Tipo de Propriedade	1990		1995		1998	
	Número	% da receita	Número	% da receita	Número	% da receita
<b>Estrangeira</b>	27,0	26,0	31,0	38,0	34,0	40,0
<b>Compartilhada</b>	5,0	4,0	15,0	11,0	23,0	19,0
<b>Estatual</b>	38,0	44,0	23,0	30,0	12,0	21,0
<b>Familiar</b>	27,0	23,0	26,0	17,0	26,0	17,0
<b>Disersa</b>	1,0	0,0	3,0	2,0	4,0	3,0
<b>Cooperativas</b>	2,0	2,0	2,0	2,0	1,0	0,0

Fonte:BNDES(1999), Carneiro (2000).

## **CAPÍTULO 2**

### **O SETOR TERCIÁRIO NO BRASIL NOS ANOS 90**

#### **2.1 – INTRODUÇÃO**

O setor terciário caracteriza-se por grande heterogeneidade, englobando atividades muito distintas entre si, no que se refere a aspectos como porte das unidades produtivas, densidade de capital, nível tecnológico, etc. Basta lembrar que a gama dos segmentos que fazem parte do setor vai desde serviços domésticos até transmissão de dados pela Internet.

Este capítulo tem como objetivo apresentar algumas propostas de generalização de características e funções econômicas do setor terciário. Serão analisados os impactos do progresso tecnológico e da conseqüente reestruturação produtiva além de serem apresentados dados comparativos do setor de comércio varejista do Brasil utilizando-se de variáveis tais como: número de empresas do setor, pessoal ocupado, salários e retiradas e receita bruta.

#### **2.2 - TRANSFORMAÇÕES RECENTES**

Dentre as características do setor de serviços as mais encontradas na literatura são:

##### Materialidade

Os serviços são observados como criadores de produtos intangíveis e perecíveis (desde que são consumidos no ato da produção e não podem ser estocados). Contudo, em casos como o de uma peça de teatro, os efeitos do serviço podem ser desfrutados pelo consumidor por muito tempo após sua produção.

##### Efemeridade

Existência passageira, fugaz.

##### Interação consumidor-produtor

Existe um alto contato entre consumidor e produtor (fisicamente ou com constante comunicação remota) e em geral o consumidor participa no processo de produção do serviço (aulas de ginástica, restaurantes). Assim, não obrigatoriamente, as atividades seguem um padrão rígido estabelecido, pois em grande parte das vezes se



amoldam à demanda momentânea do consumidor. Porém, em casos como a maior parte dos serviços públicos, estão disponíveis o tempo todo, mesmo quando não são diretamente utilizados.

### Intensidade do trabalho

A qualificação ou habilidade do produtor é vendida diretamente ao consumidor, e os serviços nem sempre podem ser produzidos em massa. Assim, as empresas de serviços são comumente ditas trabalho-intensivas.

### Localização

Outra característica normalmente estabelecida nas definições de serviços é que as instalações dessas atividades são localizadas de forma descentralizada e próximas ao consumidor, resultado da proliferação de pequenas empresas de serviços ou grandes empresas com unidades de produção descentralizadas geograficamente, dispersas pelos mercados consumidores.

### Eficiência

As medidas de eficiência dos serviços são subjetivas, e o controle de qualidade envolve o consumidor e está embutido no processo de produção, pois na maioria das vezes o serviço não pode ser controlado e rejeitado pelo produtor antes de ser efetuado. Portanto, as opções de preços são amplas e costumam fugir ao controle rígido ou a padrões teoricamente estabelecidos.

### Estocagem

Incapacidade de serem estocados, mantidos ou trocados

As características do setor de serviços têm sofrido modificações consideráveis com o desenvolvimento da tecnologia. Dentre estas transformações podemos destacar as modificações quanto à produção, ao produto, ao consumo e os mercados.

A produção, no seu aspecto tecnologia, possuía a condição de serviços colocados em operação por meio de volumosos investimentos em edifícios; com a inovação técnica passam a reduzir esses custos pelo uso de telesserviços ou números de telefone com tarifa grátis.

Os serviços anteriormente altamente profissionalizados (que requeriam principalmente pessoal especializado em relações interpessoais), bem como outros

serviços relativamente não-qualificados que envolvem trabalho casual ou em período parcial, transformam-se em serviços com dependência reduzida das qualificações caras e escassas de mão-de-obra, mediante o uso de sistemas informatizados especializados e inovações relacionadas; observa-se a realocação das operações-chave para áreas de baixos custos do trabalho (com a utilização de telecomunicações para manter a coordenação).

A força de trabalho anteriormente envolvida na produção artesanal, com limitado controle gerencial sobre os detalhes do trabalho, é gradualmente substituída pela utilização de tecnologia da informação (TI) para monitorar a força de trabalho (por exemplo taquímetros e meios móveis de comunicações para o pessoal de transportes), visando favorecer as estruturas organizacionais, com dados dos trabalhadores de campo e de escritórios introduzidos diretamente em bases de dados e daí nos sistemas de informações gerenciais.

A produção anteriormente não-contínua com limitadas economias de escala passa a ser produção padronizada (por exemplo cadeias de *fast food*), reorganizada de maneira mais conjunta entre suas unidades, com componentes padronizados e alta divisão do trabalho.

Certos serviços públicos, anteriormente produzidos pelo governo, e outros, freqüentemente em pequenas escalas, com elevada preponderância de firmas familiares e autônomos, passam por formas diferentes de organização. Serviços públicos a serem terceirizados ou privatizados pelo governo e outros apresentam uma combinação de pequenas empresas, utilizando tecnologias de redes, com sistemas gerenciais baseados na TI.

Os produtos com características de não materialidade, com freqüência intensivos em informação, difíceis de transportar e estocar, e que acarretam dificuldades para a distinção entre processo e produto, passam a adicionar componentes materiais (por exemplo, cartões de associação do cliente). Utilizam-se da telemática para as encomendas, reservas e, se possível, entrega.

Produtos adaptados às requisições do consumidor estão se utilizando de meios de comunicação eletrônica de dados para o insumo remoto dos detalhes sobre as demandas dos clientes. Em geral, é empregada a utilização de softwares pelo cliente ou pelo fornecedor do serviço, para arquivar as requisições dos clientes e adequar o produto de serviços. (Kon, 2004)

Serviços em que a produção e o consumo são simultâneos no tempo e no espaço e para os quais, em geral, o cliente ou o fornecedor devem-se mover para encontrar a

**CEDOC/IE**

outra parte, são entregues via telemática ou por meio de máquinas e outros serviços de informação equivalentes.

Serviços que são “intensivos em consumidor”, ou seja, que requerem insumos do consumidor no processo de planejamento e/ou produção, transformam-se pela utilização de menus padronizados para o uso do consumidor, com novos modos de entrega das encomendas (fax, etc).

Aqueles serviços que apresentam dificuldades na separação da produção do consumo, bem como auto-serviços (*self-services*) em economias formais e informais, começam a apresentar o uso crescente de auto-serviço, com a utilização de tecnologias inovadas existentes de bens de consumo final ou intermediário (por exemplo, telefones, PCs e interfaces de software de uso difundido).

Quanto à organização dos mercados alguns serviços entregues por meio da provisão pública burocrática, bem como certos custos que estão ligados de forma invisível aos bens (por exemplo, no setor de varejo), desenvolveram novas formas de pagamento (a chamada sociedade de pagamento pelo serviço ou *per pay society*), novos sistemas de reservas, maior volatilidade na formação de preços, por meio da utilização de sistemas com características de pontos de vendas eletrônicos e sistemas afins.

A regulação profissional comum em certos serviços está utilizando de bases de dados por meio de instituições reguladoras e fornecedores de serviços, afim de fornecer e analisar indicadores de desempenho e diagnósticos da situação.

A dificuldade de apresentação de certos produtos com antecedência é contrabalançada por garantias ou substituída por pacotes de demonstração (por exemplo, softwares de demonstração e períodos de uso experimental).

As tecnologias da informação e das comunicações têm conduzido à industrialização dos serviços, no que se refere aos relacionamentos entre produtor e consumidor, acarretando novas modalidades ou formas modificadas de serviços. Na economia fordista, o modo e a produção prevalecente se caracterizavam pela produção em massa de uma longa série de bens manufaturados. Os mercados eram homogêneos, mais intensamente dentro de fronteiras nacionais, as regulações keynesianas e os sistemas de barganha coletiva de salários asseguravam estabilidade e revisibilidade. As empresas se desenvolviam para grandes corporações pela integração vertical de produção.

Na atualidade, dada a mudança do paradigma *fordista* para o *toyotismo*, os modos de produção se transformaram consideravelmente. Embora ainda permaneçam economias de escala em algumas produções, a produção em série tende a diminuir. Por

outro lado, as economias de escopo se tornaram mais relevantes e os parâmetros de competição são a qualidade e a adaptação à demanda a partir de alta segmentação de mercado, ou seja, o fornecimento de serviços por meio da diferenciação do produto adquire muitas vezes maior peso do que os preços, no atendimento do mercado. A interação entre serviços e produção manufatureira se tornou a força impulsionadora da criação de riqueza.

Nesse contexto, a inovação e a tecnologia ganham relevância na busca da melhora da produtividade e das vantagens competitivas nos serviços. A padronização, os ganhos de produtividade e a automação fazem parte dessas transformações industriais, assim como os impactos resultantes na flexibilidade das instalações e do trabalho, que permitam a adaptação à crescente personalização da oferta. A mesma utilização que as atividades de transformação industrial faziam da automação, robótica ou informática pode ser aplicada ao setor de serviços. Nesse caso, a informática desempenha um papel central como matéria-prima dos serviços, cada vez mais baseados no conhecimento e individualização.

Observando-se a evolução da geração de produto em países de diferentes níveis de desenvolvimento econômico a partir de indicadores do Banco Mundial, embora a expansão dos serviços tenha sido verificada inicialmente nas economias industrializadas de renda alta (conforme classificação do Banco Mundial) e tenha se difundido com rapidez para os países de renda média alta, as taxas médias anuais de crescimento do valor adicionado são relativamente menores (mas não em valores absolutos) nessas economias, se confrontadas com os países de renda baixa e renda média baixa (Kon,2001 apud Kon,2004). Isso deve-se ao fato de as estruturas produtivas nesses últimos países serem relativamente menos representativas nos setores de serviços, o que implica uma comparação das taxas de crescimento com um patamar inicial muito baixo e um maior impacto das mudanças.

Nesses países menos avançados de renda baixa, o valor adicionado industrial anual mostrou, na década de 1990, taxas de crescimento equivalentes ao dos serviços, em torno de 5,5%, e nas economias de renda média baixa, o crescimento industrial anual médio de 6,1% superou o de serviços, de 5,3%. No entanto, nos anos 90 as taxas de crescimento nas economias mais atrasadas se mostraram bem inferiores à década anterior com a produção industrial apresentando taxas anuais respectivamente de 1,1% e 5,4% para os dois níveis de renda, enquanto a produção de serviços apresentou menores quedas, resultando em incrementos anuais de 4,7% e 3,7%

Nos países menos desenvolvidos (baixa renda e renda média baixa), a produção industrial mostrou taxas de crescimento superiores, particularmente nos anos 80 quando as taxas das atividades de serviços também foram consideráveis. Embora nos anos 90 as taxas de crescimento nessas economias mais atrasadas tenham sido inferiores à década anterior, a participação relativa dos serviços continuou aumentando, atingindo 43% e 46% respectivamente (Tabela 10).

Todavia, observa-se a crescente importância da parcela da produção de serviços na medida do aumento do nível de renda. Verifica-se que, nos países de renda média alta, essa representatividade em 1999 já atinge 61% da produção total e nos chamados países industrializados (renda alta), cerca de 64%. Nos primeiros, as taxas de crescimento dos setores industriais e de serviços nos anos 90 superaram as dos anos 80, década na qual a maior parte dessas economias enfrentava graves problemas de estabilização econômica e políticas contencionistas. Nesses países, grande parte do aumento do setor de serviços se deveu ao aumento de atividades informais, tendo em vista que o processo de reestruturação produtiva e organizacional iniciado nas empresas e na Administração Pública eliminou postos de trabalho no setor formal.

Contudo, as transformações não foram apenas no montante de produto gerado. Em particular na década de 1980, a economia mundial caracterizou-se por mudanças substanciais também na natureza das atividades manufatureiras, e as demandas por produtos estão sendo atendidas por uma economia integrada mundialmente. O papel que os serviços podem estar desempenhando no processo de desenvolvimento das economias menos desenvolvidas é uma questão a ser ainda explorada. Especificamente para verificar em que extensão as atividades de serviços nesses países podem influenciar a expansão do setor moderno e qual é o potencial do setor terciário com respeito à criação de oportunidades de emprego.

A criação de empregos é um dos problemas mais recentes enfrentados pelas economias mundiais, ainda mais nas nações mais atrasadas. Nessas nações apenas cerca de 25% da população tem acesso ao setor moderno. Em tais circunstâncias, as oportunidades de ampliar o emprego podem surgir com mais facilidade se originarem dos setores mais tradicionais.

Tabela 10

**Estrutura produtiva – Distribuição setorial do produto e crescimento (%)**

<b>Economias/Setores</b>	<b>Primário</b>	<b>Secundário</b>	<b>Serviços</b>	<b>PIB</b>
<b>Renda baixa</b>				
Distribuição				
1970	47,0	19,0	34,0	100,0
1980	34,0	32,0	32,0	100,0
1990	29,0	30,0	41,0	100,0
1999	27,0	30,0	43,0	100,0
Crescimento*				
1980-90	3,5	7,4	6,8	5,8
1990-99	2,5	1,1	4,7	4,4
<b>Renda média baixa</b>				
Distribuição				
1970	32,0	26,0	42,0	100,0
1980	18,0	40,0	42,0	100,0
1990	21,0	39,0	40,0	100,0
1999	15,0	39,0	46,0	100,0
Crescimento*				
1980-90	3,4	6,9	7,0	6,1
1990-99	2,0	5,2	3,7	3,4
<b>Renda média alta</b>				
Distribuição				
1970	15,0	34,0	51,0	100,0
1980	8,0	47,0	45,0	100,0
1990	8,0	39,0	53,0	100,0
1999	7,0	32,0	61,0	100,0
Crescimento*				
1980-90	2,5	2,1	2,7	2,2
1990-99	1,9	3,9	3,6	3,6
<b>Renda alta</b>				
Distribuição				
1970	4,0	40,0	56,0	100,0
1980	5,0	36,0	59,0	100,0
1990	3,0	31,0	64,0	100,0
1999	2,0	34,0	64,0	100,0
Crescimento*				
1980-90	2,3	3,2	3,2	3,2
1990-99	0,8	2,6	3,2	2,4

Fonte: BIRD, 1976, Banco Mundial, 1996 e 2000, apud Kon, 2004

\* Taxa média anual de crescimento

Pode-se verificar pela comparação entre o crescimento do produto gerado e a distribuição da força de trabalho desde os anos 1970 (tabela 11), a reestruturação da força de trabalho entre os setores econômicos nas economias de todos os níveis de desenvolvimento seguiu a mesma tendência da distribuição do produto gerado, ou seja, resultou no crescimento da parcela do setor terciário e no decréscimo da parcela do setor secundário, mais intensos nos países com maior desenvolvimento (Kon, 2001 apud Kon, 2004).

Entretanto, essa forma de reestruturação teve diferentes dinâmicas nas diversas economias, dependendo do grau de modernização tecnológica nos processos produtivos e do correspondente nível de qualificação da força de trabalho. Nos países menos adiantados, o excedente de trabalho do setor agrícola, que emigrou para áreas urbanas, costumava oferecer baixa qualificação e, mesmo quando o setor moderno de atividades se expandia, as taxas de absorção do trabalho nessas atividades podiam ser modestas em relação às necessidades da oferta de trabalho (Kon, 1979 apud Kon, 2004). Em uma economia urbana em expansão, supõe-se que as atividades de serviços correlacionadas ao aumento da renda também se expandam. Como resultado, outras oportunidades de serviços voltadas para o consumo direto também se expandem de acordo com os multiplicadores de emprego urbano. Essa expansão de oportunidades de emprego em serviços é considerada mais um efeito do que como uma causa da expansão urbana, isto é, mais um sintoma do que a causa de desenvolvimento.

Ao se avaliar o desempenho do produto gerado pelos setores da economia brasileira, observa-se o papel de complementaridade das atividades de serviços em relação à evolução das atividades industriais, em períodos de desenvolvimento econômico, particularmente nos centros polarizadores. Nos períodos de recessão ou estagnação, a capacidade de ampliação dos serviços representou uma válvula de escape para parte da população liberada de outros setores, que, mesmo muitas vezes permanecendo subempregada, continuou contribuindo para a geração de produto.

Tabela 11  
**Distribuição da força de trabalho (%)**

<b>Economia/Setores</b>	<b>Primário</b>	<b>Secundário</b>	<b>Serviços</b>
<b>Renda baixa</b>			
1970	77	9	14
1980	73	13	14
1990	69	15	16
2001*	45		13
<b>Renda média baixa</b>			
1970	54	16	30
1980	41	26	33
1990	36	27	37
2001*	32	21	46
<b>Renda média alta</b>			
1970	38	23	39
1980	31	28	41
1990	21	27	52
2001*	22	25	53
<b>Renda alta</b>			
1970	12	37	51
1980	7	35	58
1990	5	31	64
2001*	4	25	71

Fonte: BIRD, Banco Mundial, 1976; Banco Mundial, 1996 e 2002 apud Kon, 2004

\* Estimativas

A Tabela 12 e a Figura 1 retratam a evolução do produto real anual do Brasil, no contexto da economia como um todo e nos diversos setores. Desde o período de início do processo de industrialização brasileira da década de 1950, até o ano de 1980, o crescimento real médio anual da produção dos serviços acompanhou a média de crescimento global da economia. Nessas décadas, a expansão global das atividades secundárias, impulsionada por políticas governamentais de incentivo e protecionistas, alcançou taxas reais consideráveis, entre 7% e 9% ao ano, ainda que alguns setores manufatureiros mostrassem um crescimento superior a 12%, particularmente nos anos 70.



Tabela 12

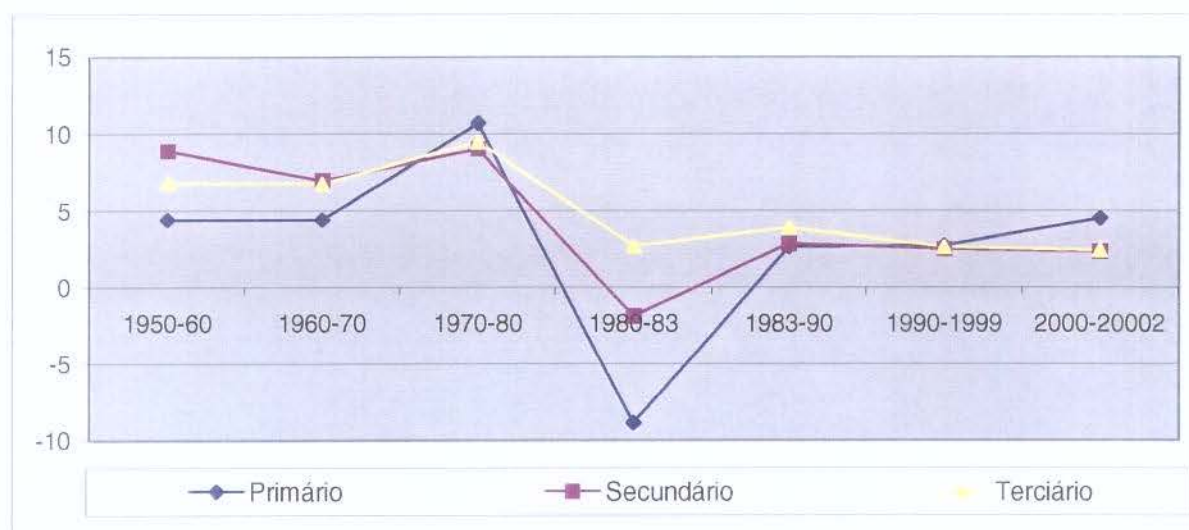
**Taxas reais de crescimento anual do PIB segundo os setores**  
**Brasil 1950-2202 (%aa)**

Setores	1950-60	1960-70	1970-80	1980-83	1983-90	1990-1999	2000-20002
Primário	4,4	4,4	10,7	-8,9	2,6	2,7	4,5
Secundário	8,9	7	9	-1,9	2,8	2,5	2,3
Terciário	6,9	6,8	9,5	2,7	3,9	2,6	2,4
TOTAL	6,9	6,8	9,4	-3,1	3,3	2,6	2,5

Fonte: FGV e IBGE, apud Kon(2004)

Figura 1

**Taxas reais de crescimento anual do PIB segundo os setores**  
**Brasil 1950-2202 (%aa)**



Fonte: FGV e IBGE, apud Kon(2004)

Nesse período, a taxa de expansão dos serviços de apoio às atividades industriais e agropecuárias é superior à dos serviços que visavam ao atendimento direto da população, devido a oferta de empregos no setor secundário ainda absorver grande parte da mão-de-obra rural que emigrava para a cidade, não se observando um considerável excedente de trabalhadores rumo ao setor terciário por não encontrarem colocação nas indústrias. Por outro lado, a modernização agropecuária, com aceleração da capitalização do setor, que resultou em um crescimento da produção agrícola em torno de 11% nos anos 70, requeria a difusão de uma série de serviços de armazenagem e distribuição.

Nos anos de 1980 a 1983, com a situação econômica conjuntural adversa e como consequência das políticas governamentais de ajuste, a produção do país apresentou taxas negativas de evolução, entretanto, o produto do setor de serviços continuou crescendo, embora a taxas bastante inferiores às dos períodos anteriores. Isso se verificou em decorrência da concentração nessas atividades da mão-de-obra subempregada, oriunda dos demais setores, que passou a trabalhar como autônoma ou sem carteira de trabalho assinada, ligada ao setor formal da economia, com salários inferiores aos demais assalariados, ou no mercado informal. As taxas consideravelmente negativas do setor primário refletem, além do mais, uma situação de seca no Nordeste, quando se verificou um deslocamento considerável de trabalhadores rurais para setores urbanos, alocando-se mais intensamente em serviços de baixa produtividade (Kon,1992 apud Kon, 2004).

No entanto, a partir de 1984, a atividade econômica apresentou uma recuperação, a qual culminou em 1986 com uma aceleração em decorrência do Plano Cruzado que temporariamente aqueceu a demanda, para nos anos seguintes se observarem novamente taxas menores de crescimento anual do produto, e para alguns setores industriais, taxas negativas. Como consequência, o produto global, de 1983 até o final da década, acusou um crescimento médio anual de 3,3% para o país como um todo, enquanto os serviços cresceram quase 4% ao ano.

No início da década de 1990, as fortes medidas estabilizadoras tiveram como resultado a considerável queda da atividade econômica da economia brasileira. Observou-se até 1994 uma taxa de crescimento anual do produto gerado pelos serviços de apenas 2,3%, inferior à absorção de trabalhadores no setor, porém situada na média da evolução média do país, tendo em vista que as atividades industriais foram as detentoras de menores taxas de crescimento do produto. Nesse período, o setor de atividades primárias revelou s maiores taxas de crescimento, embora não muito consideráveis. Aos o Plano Real, apesar da estabilização do crescimento dos preços, a política contencionista e de juros altos continuou gerando um crescimento global pouco representativo. Em toda a década de 1990, até 1999, o crescimento anual do valor adicionado dos três setores se aproximou da média global do país, em torno de 2,6%, mas nos três primeiros anos da nova década (2000-2002) o setor primário mostrou um crescimento anual considerável de 4,5%, ao passo que as demais atividades revelaram queda não significativa nas taxas de crescimento.

O exame da composição setorial do produto do país, apresentados na Tabela 13 e Figura 2, revela a importância relativa do setor de serviços no processo de

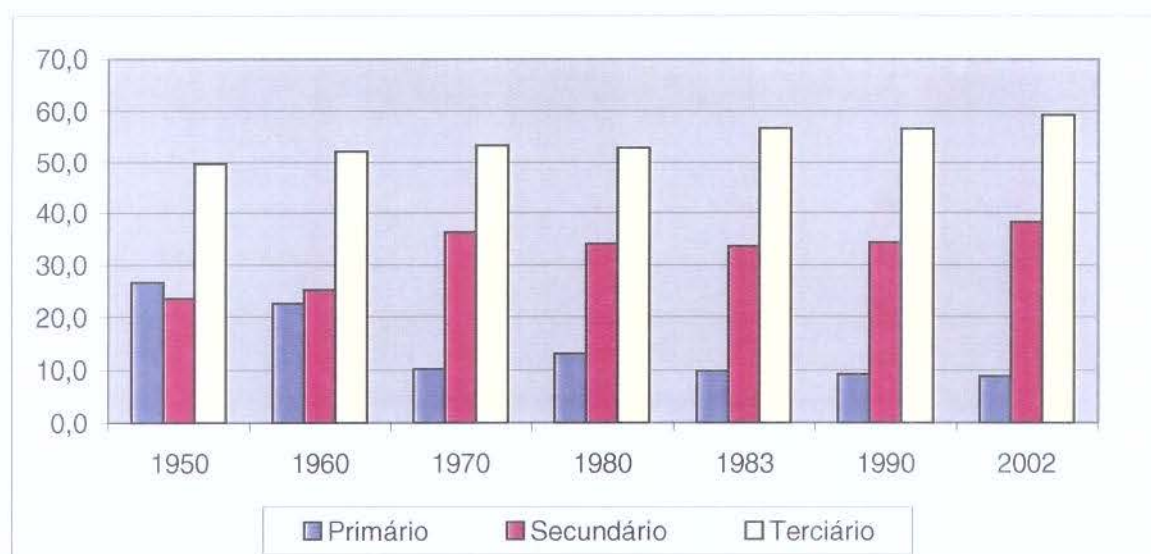
desenvolvimento econômico. No decorrer do desenvolvimento das atividades industriais, a partir da década de 1950, a participação dos serviços na composição setorial veio aumentando constantemente, até o final da década de 1980.

Tabela 13  
Participação percentual do PIB segundo os setores  
Brasil 1950-2002 (%)

Setores	1950	1960	1970	1980	1983	1990	2002
Primário	26,6	22,6	10,2	13,0	9,8	9,1	8,8
Secundário	23,6	25,2	36,3	34,0	33,5	34,3	38,3
Terciário	49,8	52,2	53,5	53,0	56,7	56,6	59,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: FGV e IBGE, apud Kon(2004)

Figura 2  
Participação percentual do PIB segundo os setores  
Brasil 1950-2002 (%)



Fonte: FGV e IBGE, apud Kon(2004)

O setor de serviços sofreu grandes transformações na sua estrutura ocupacional. Se, no período de maior crescimento industrial do final da década de 1960 até 1980 as atividades manufatureiras e da construção civil absorvia de forma mais significativa a mão-de-obra liberada pelas atividades rurais, em toda a década de 1980, o aumento de trabalhadores no setor de serviços esteve consideravelmente acima em relação ao setor manufatureiro.

Nos anos 90, a produtividade teve um comportamento positivo nos setores agropecuário e secundário, com maior intensidade no primeiro, embora a população ocupada no setor secundário mostrasse taxas anuais superiores às dos demais setores, o produto por trabalhador apresentou um decréscimo, o que significa baixa remuneração e qualidade nos postos de trabalho gerados.

O exame da Tabela 14 e da Figura 3 revela a diminuição da população ocupada no setor rural em contrapartida à absorção mais intensa de trabalhadores no setor de serviços que, no ano de 1990, já absorvia mais da metade da mão-de-obra brasileira; no entanto, em âmbito regional, se verificam diferenças na direção de crescimento dos trabalhadores no setor de serviços.

Tabela 14

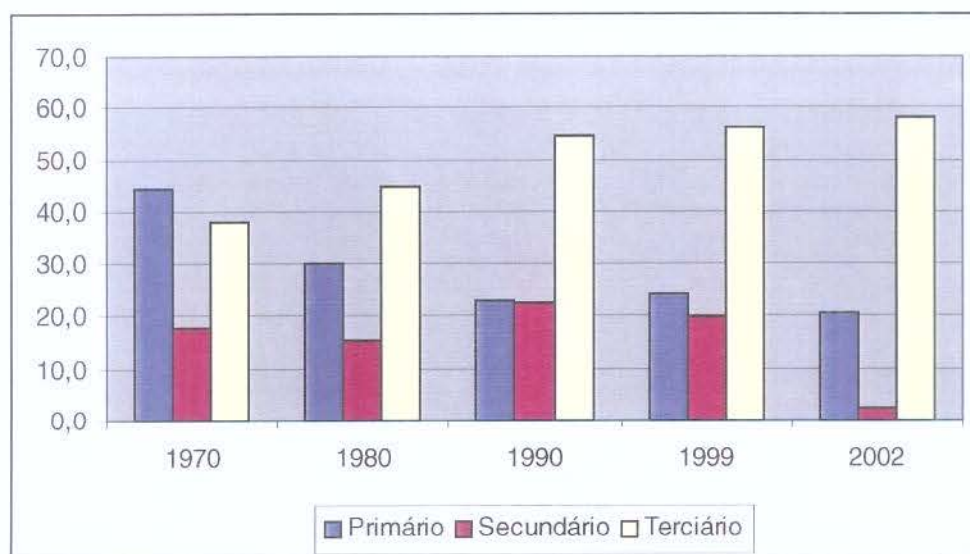
**Distribuição da população ocupada segundo os setores  
Brasil 1970-2002**

Setores	1970	1980	1990	1999	2002
Primário	44,3	30,0	22,8	24,2	20,6
Secundário	17,9	15,5	22,7	19,8	21,3
Terciário	37,8	44,6	54,5	56,0	58,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IGBE, apud Kon(2004)

Figura 3

**Distribuição da população ocupada segundo os setores  
Brasil 1970-2002**



Fonte: IGBE, apud Kon(2004)

### 2.3 – O SEGMENTO DE COMÉRCIO VAREJISTA

Segundo dados comparativos extraídos da Pesquisa Anual de Comércio do IBGE de 1996 e 2002 pode-se observar grandes alterações do segmento de comércio varejista no Brasil. O número de empresas deste segmento que, em 1996, correspondia a 896.793, representando 85% das empresas de comércio em geral, passou em 2002 a 1.013.477 e a representar 80% das empresas. (Tabela 15 e Figura 4)

Enquanto o número de empresas de comércio em geral (atacadistas, etc) aumentaram em 15,2%, especificamente o comércio varejista teve um aumento de 13%. Desse dado, nota-se uma desaceleração do número de empresas do setor de comércio varejista em relação ao número total de empresas do comércio em geral, principalmente em São Paulo, onde havia 35% das empresas em 1996, em 2002 esse percentual cai para 25%. São Paulo elevou sua quantidade de empresas em 3,6% enquanto o geral obteve aumento de 15,2%. (Figura 5 e 6)

Observando o segmento de hipermercados e supermercados nota-se maior diferenciação: Em 1996 o segmento era representado por 10.720 empresas e, em 2002, tem-se esse número reduzido para 7.013 empresas com uma oscilação que corresponde a uma diminuição de 34,6% entre os anos analisados (Figura 7). Esses números apresentam um enorme diferencial se comparados aos dados do próprio comércio varejista em geral.

Tabela 15

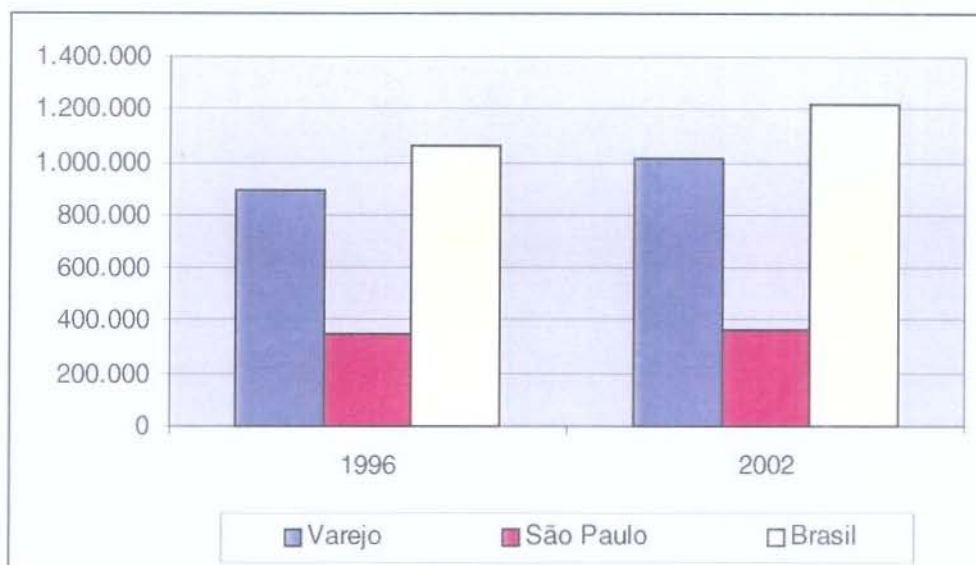
#### Número de empresas do setor de comércio: 1996 - 2002

	Número de Empresas		
	1996	2002	Var
<b>Comércio varejista</b>	896.793	1.013.477	13,0
<b>Hipermercados e supermercados</b>	10.720	7.013	-34,6
<b>Artigos do vestuário e complementos *</b>	210.068	147.161	
<b>Calçados, artigos de couro e viagem *</b>		19.350	
<b>São Paulo</b>	349.486	362.014	3,6
<b>Brasil</b>	1.060.062	1.221.717	15,2

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

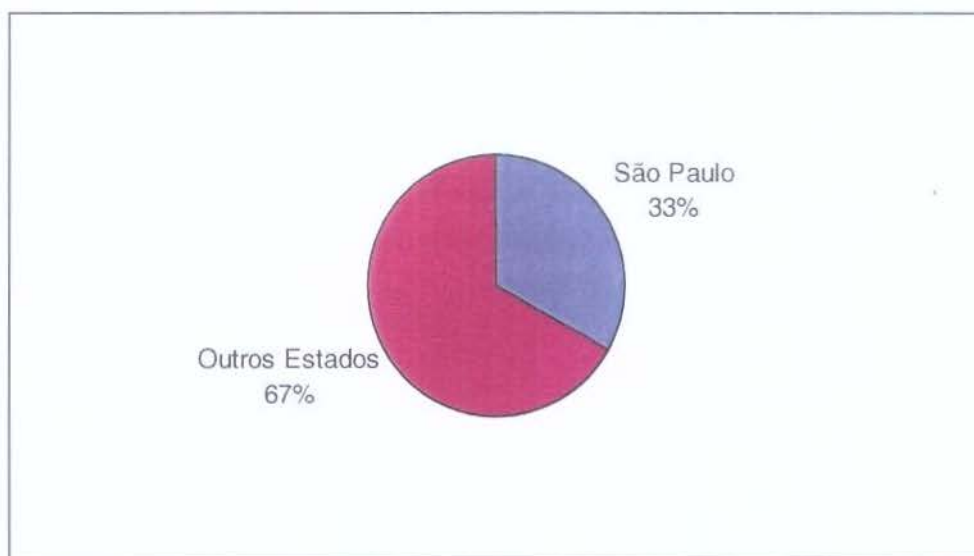
\* Em 1996 não havia separação entre os segmentos

Figura 4  
Número de empresas do setor de comércio: 1996 - 2002



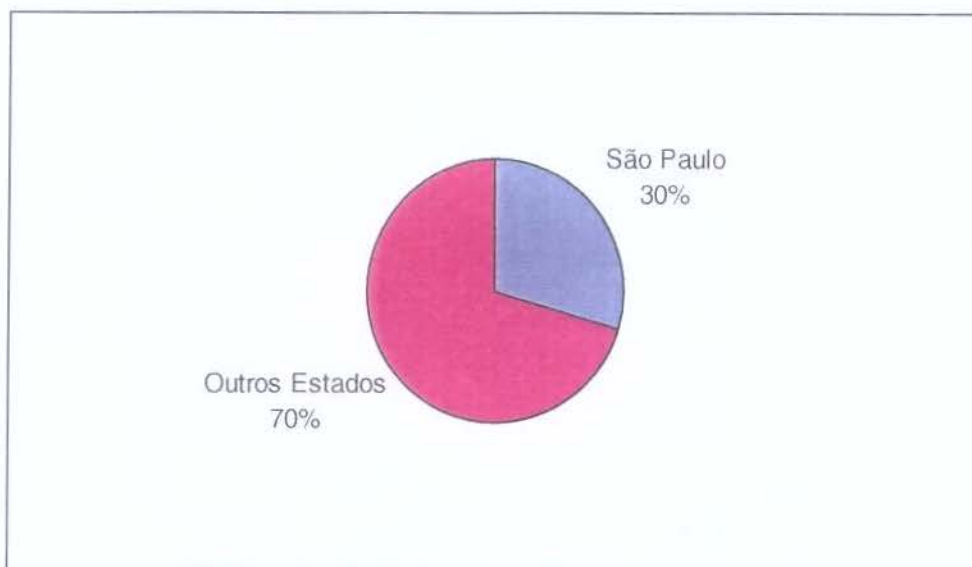
Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

Figura 5  
Participação dos Estados no setor de comércio 1996



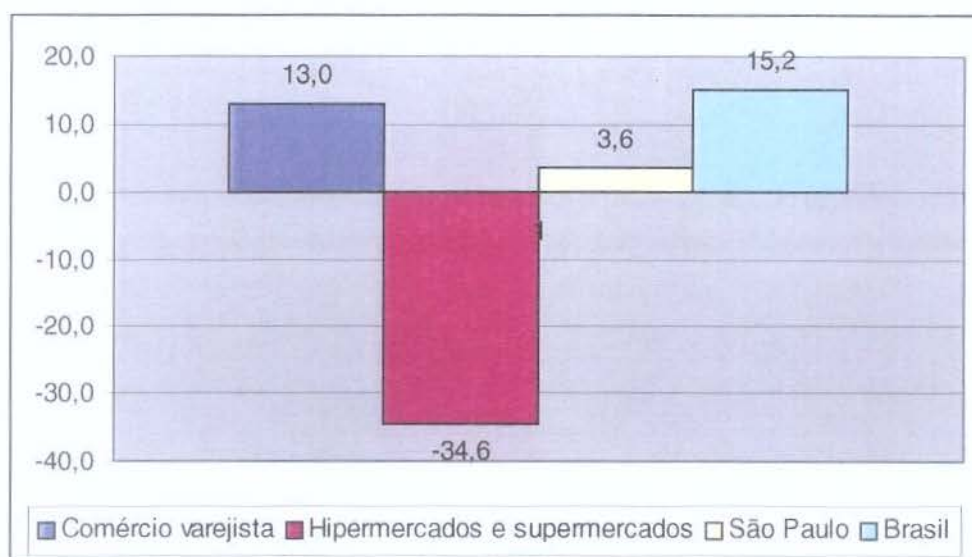
Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

Figura 6  
Participação dos Estados no setor de comércio 2002



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

Figura 7  
Variação do Número de Empresas do Setor de Comércio: 1996 - 2002



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

A qualidade da mão-de-obra é um fator fundamental neste setor e vem se tornando cada vez mais importante para a diferenciação entre empresas, ganhos de eficiência e prestação de serviços.

O varejo se caracteriza por ser um setor de trabalho intenso em horário amplo e que envolve muitos detalhes e no qual o contato com o consumidor é direto e constante. Em função desta importância e característica, o perfil dos trabalhadores vem mudando, exigindo-se maior qualificação. Assim, é um setor em que os recursos humanos são muito exigidos e em que o treinamento torna-se fundamental.

Para exemplificar a importância de treinamento dos recursos humanos, pode-se mencionar o seu papel na prevenção de perdas ligadas a roubo, degustação, acomodação do produto na gôndola, refrigeração, data vencida, ou mesmo a capacidade de administrar estoques.

A Tabela 16 e a Figura 8 mostram os dados referentes ao pessoal ocupado nesses segmentos. O número de pessoas de 1996 que era de 3.464.473 passou em 2002 a 4.354.030, com aumento de 25,7%. Levando em consideração todos os segmentos de comércio, nota-se um aumento de 28,6% para o número de pessoas ocupadas em São Paulo e 22,3% para o Brasil.

Entre 1996 e 2002, diferentemente do ocorrido com o segmento de comércio varejista e com o próprio comércio em geral (Brasil), o comércio de São Paulo teve uma forte recuperação quanto ao número de contratações. O aumento correspondente de 28,6% entre 1996 e 2002 – já superior à variação total brasileira e a variação total do comércio varejista – é de um impacto maior dado a pequena variação que se teve no número de empresas.

Já o segmento de super e hipermercados, os números possuem maior amplitude. De 1996 para 2002 uma alteração em quase 100.000 postos de trabalho representou aumento de 20,7% no número de pessoas ocupadas. O número não representa uma grande diferenciação em relação ao ocorrido com o restante do comércio porém, o número de empresas em 2002 do segmento de super e hipermercados reduziu-se em 34,6% o que poderia levar a tendência do número de postos de trabalho não acompanhar tamanho crescimento.



Tabela 16

## Pessoal ocupado no setor de comércio: 1996 - 2002

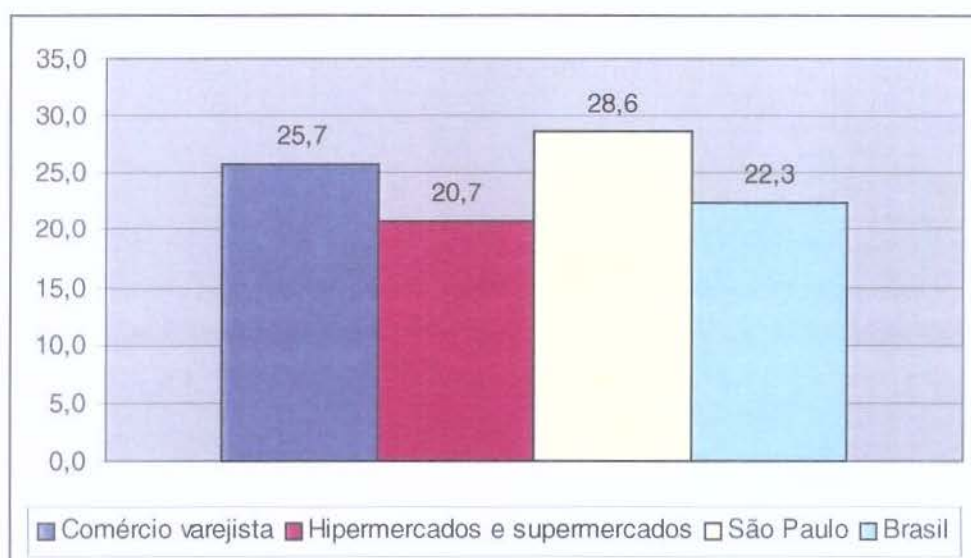
	Pessoal Ocupado		
	1996	2002	Var
Comércio varejista	3.464.473	4.354.030	25,7
Hipermercados e supermercados	442.952	534.761	20,7
Artigos do vestuário e complementos *	730.271	539.733	
Calçados, artigos de couro e viagem *		109.814	
São Paulo	1.553.501	1.998.075	28,6
Brasil	4.858.020	5.943.100	22,3

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

\* Em 1996 não havia separação entre os segmentos

Figura 8

Variação do Número de Pessoal Ocupado do Setor de Comércio entre os anos 1996 e 2002



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

Os dados quanto a salários e retiradas apontam para uma variação de 1996 para 2002 de 70% a 80%. No total, temos uma variação de 68,4% diferentemente de São Paulo, onde os números chegam a 77,8%, comércio varejista a 81,9% e do segmento de hiper e supermercados a 71,1%. Esses números já eram esperados, dados as diferenças

na magnitude do aumento de pessoal ocupado vistos anteriormente. (Tabela 17 e Figura 9)

Tabela 17

## Salários e retiradas do setor de comércio: 1996 - 2002

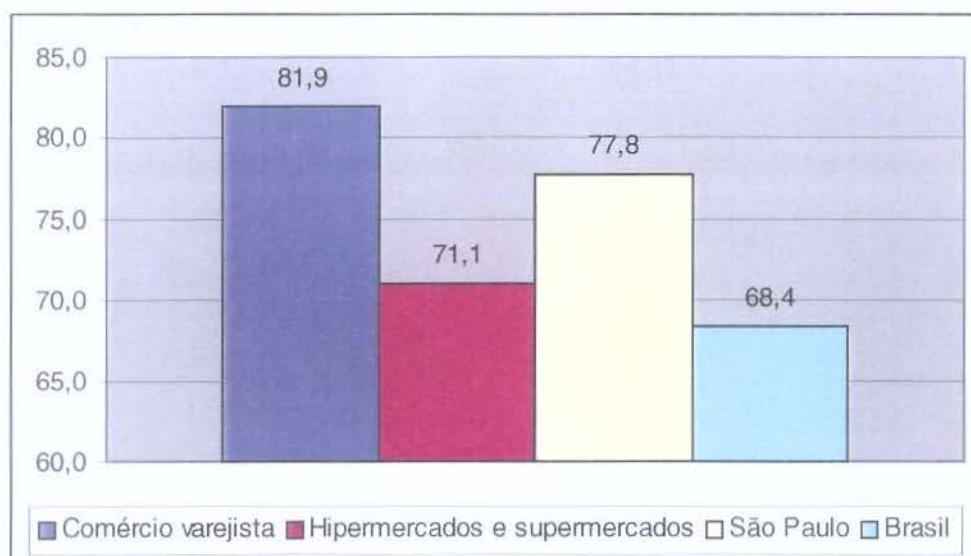
	Salários e Retiradas		
	1996	2002	Var
<b>Comércio varejista</b>	11.051.597	20.104.208	81,9
<b>Hipermercados e supermercados</b>	2.054.850	3.515.624	71,1
<b>Artigos do vestuário e complementos *</b>	1.953.787	2.190.441	
<b>Calçados, artigos de couro e viagem *</b>		459.303	
<b>São Paulo</b>	7.723.186	13.733.862	77,8
<b>Brasil</b>	19.517.277	32.868.742	68,4

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

\* Em 1996 não havia separação entre os segmentos

Figura 9

## Variação dos Salários e Retiradas do Setor de Comércio entre os anos 1996 e 2002



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

As receitas das empresas também sofreram aumentos relativos entre 1996 e 2002. O setor de comércio obteve acréscimos de 44,3%, o segmento de super e hipermercados aumentou 70,3% e, no total, o setor obteve aumento de 80,2%. Vale observar que em todas as tabelas acima apresentadas o segmento de comércio varejista sempre esteve acima do segmento de hiper e supermercados exceto quanto aos dados de receita em que o aumento do segmento de hiper e supermercados foi muito superior. (Tabela 18 e Figuras 10, 11 e 12)

Tabela 18

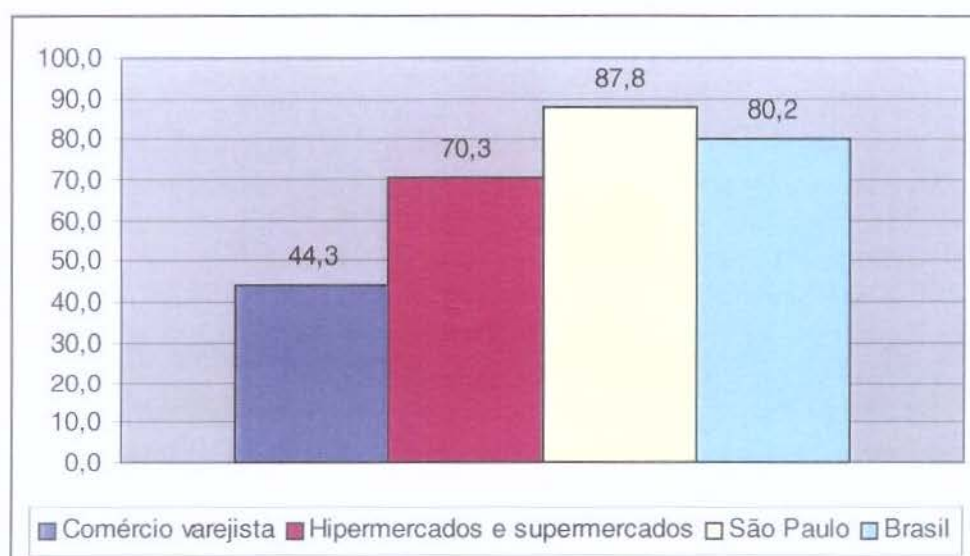
**Receita do setor de comércio: 1996 - 2002**

	Receita		
	1996	2002	Var
<b>Comércio varejista</b>	141.189.851	203.681.392	44,3
<b>Hipermercados e supermercados</b>	37.682.187	64.191.094	70,3
<b>Artigos do vestuário e complementos *</b>	15.916.312	16.906.646	
<b>Calçados, artigos de couro e viagem *</b>		3.473.878	
<b>São Paulo</b>	106.383.775	199.781.816	87,8
<b>Brasil</b>	323.042.267	582.036.734	80,2

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996, 2002

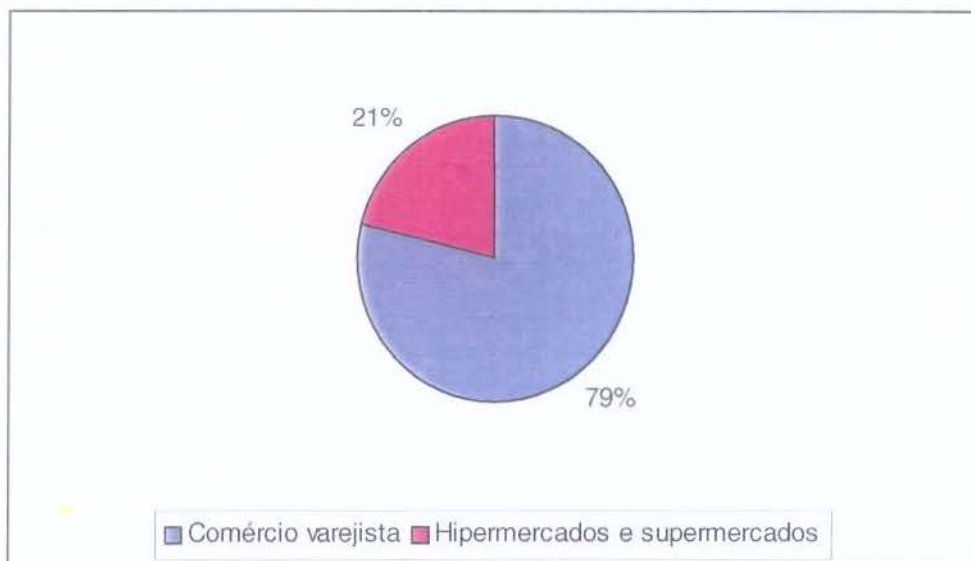
\* Em 1996 não havia separação entre os segmentos

Figura 10

**Varição das Receitas do Setor de Comércio entre os anos 1996 e 2002**

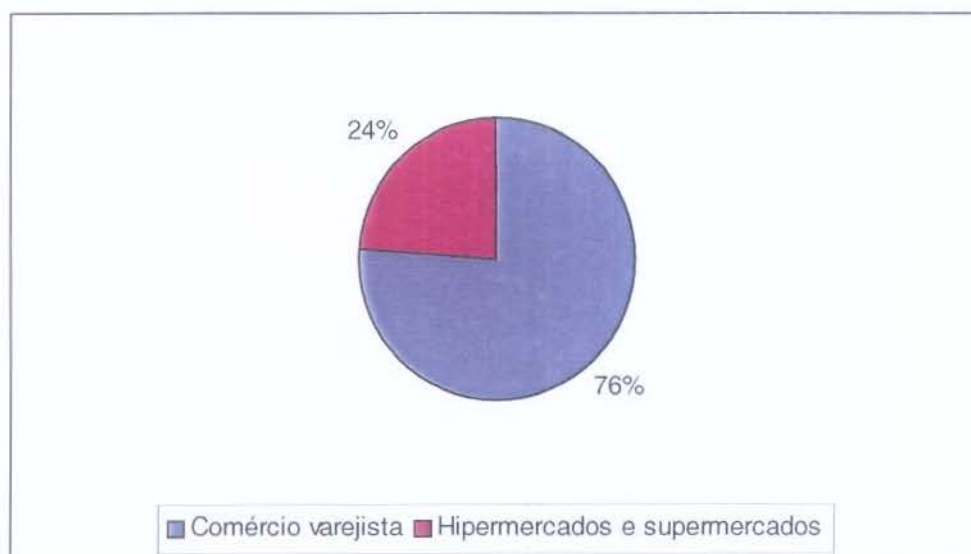
Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996, 2002

Figura 11  
Participação da Receita do Segmento de Hipermercados e Supermercados  
Setor de Comércio em 1996



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

Figura 12  
Participação da Receita do Segmento de Hipermercados e Supermercados  
Setor de Comércio em 1996



Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1996,2002

## CAPÍTULO 3

### OS IMPACTOS DAS POLÍTICAS ECONÔMICAS NO SETOR

#### 3.1 – INTRODUÇÃO

A abertura econômica promoveu o aumento da concorrência nos setores de comércio varejista brasileiro, liberação das importações, maior variedade dos produtos ofertados e realinhamento de preços no setor; também viu-se a entrada no mercado de cadeias internacionais e de atuação agressiva devido ao potencial de crescimento das vendas e saturação dos mercados dos países desenvolvidos.

Este capítulo tem como finalidade relatar a evolução do setor de comércio varejista na década de 90 e, de uma forma mais direcionada apresentar quais variações que o segmento de super e hipermercados sofreu na referida década.

#### 3.2 – O COMPORTAMENTO DO COMÉRCIO

O setor de comércio tem passado por grandes transformações. Os estabelecimentos de formato tradicional vêm diminuindo em função do crescimento dos *shopping centers*, supermercados, hipermercados, entre outros e da crescente segmentação dos formatos de varejo.

No segmento de alimentos, por exemplo, o armazém tradicional oferecia muitos serviços (o funcionário apanhava, inclusive, a mercadoria para os consumidores). Com o surgimento do auto-serviço apenas poucos serviços são prestados como no açougue (que está diminuindo) e laticínios.

No Brasil, o auto-serviço surgiu na década de 50, quando as compras eram realizadas perto de casa. Hoje, o setor de auto-serviço conta, no Brasil, com mais de 35 mil pontos de venda e responde por mais da metade do faturamento do comércio varejista.(BNDES, 1998)

Além da classificação em tradicional e auto-serviço, o comércio também é segmentado entre lojas especializadas e lojas não especializadas (fortes principalmente nos alimentos).

Os formatos de desconto, por sua vez, são modalidades de auto-serviço o qual o preço desponta como foco principal e são muito importantes pois a maioria dos consumidores valoriza o preço. Algumas redes se especializaram na oferta de preços

baixos, trabalhando forte a segunda linha de produtos e oferecendo serviços ao mesmo tempo.

A crescente fragmentação do mercado também contribui para a multiplicidade dos diferentes formatos de varejo. Assim, a segmentação torna-se um fator realmente importante hoje em dia. A segmentação é pensada de diversas formas: em relação a natureza dos bens de consumo duráveis, semi-duráveis e não duráveis; em termos de perfil econômico dos consumidor; em termos de deslocamentos de compras, compras do mês, compras de conveniência, compras de rotina, compras de aventura (quando o consumidor deseja algo específico). Os critérios considerados em termos de preços, conveniência e sortimento diferem de uma deslocação para outra.

O setor de serviços é certamente responsável pela maior participação no PIB brasileiro. Entre os anos de 1994 e 1999 sua participação oscilou entre 60 e 62%, igualando-se à participação de outros países. Nos EUA por exemplo, a participação do setor representa 70% do PIB daquele país. (BNDES, 2002)

Como este setor possui grande heterogeneidade, é dividido em diversos subsetores: transportes, telecomunicações, intermediação financeira, seguros de previdência privada, atividades imobiliárias, serviços de informática, administração pública, pesquisa e desenvolvimento, educação, saúde e serviços sociais, serviços pessoais e domésticos, alojamento (hotelaria) e alimentação (restaurantes) e comércio.

Como ocorrido em grande parte do setor terciário e não diferentemente no comércio, a década de 90 foi marcada por grandes mudanças, destacando-se a concentração do setor (aquisição de pequenas e médias empresas por grandes grupos), o aumento da competitividade, a entrada de grupos estrangeiros e o fim dos ganhos com a inflação.

Entre os anos de 1990 e 2000, o setor apresentou um aumento 65,4% no número de empresas (Tabela 19) passando de 683,6 mil para 1.125,7 mil empresas com uma receita de 453 bilhões de reais (aumento nominal 60 %). Já o número de pessoas ocupadas, embora apresente um grande aumento entre os anos de 1990 e 2000 (31,7%), percebe-se que esse aumento não é tão grande quanto os índices apresentados pelos dados relativos a números de empresas e receita. Com isso, verifica-se um aumento significativo na produtividade das empresas, conseqüência imediata do acirramento da concorrência.

Tabela 19  
**Dados Gerais do Comércio – 1990 - 2000**

Ano	Número de empresas (mil)	Estabelecimentos (mil)	Pessoas ocupadas (milhões)	Receita total (R\$ bilhões)
1990	683,6	739,2	4,1	283,3
1996	1.060,1	1.141,9	4,8	411,2
2000	1.125,7	1.182,5	5,4	453,2
<b>Var% (1990-2000)</b>	65,4	59,8	31,7	59,9

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1990, 1996, 2000, apud BNDES(1997)

Completando o exposto acima, nota-se na Tabela 20 as diminuições da quantidade de pessoal ocupado por loja e por empresa (19,2% e 20,3% respectivamente) e do salário médio (22,5%).

Tabela 20  
**Dados Gerais do Comércio – 1990 – 2000**

Ano	Salário médio	Pessoal Ocupado		Receita (R\$ 1.000)	
	(salário mínimo)	Por loja	Por empresa	Por loja	Por empresa
1990	3,3	5,5	6,0	416,3	69,1
1996	2,9	2,2	4,5	387,1	85,7
2000	2,5	4,5	4,8	402,3	86,0
<b>Var% (1990-2000)</b>	(22,5)	(19,2)	(20,3)	(3,3)	21,6

Fonte: Pesquisa Anual de Comércio IBGE, 1990, 1996, 2000, apud BNDES (1997)

O comércio varejista apresentou grandes alterações em sua estrutura principalmente os segmentos de super e hipermercados e combustíveis, aumentando significativamente sua participação no faturamento. Esses segmentos passaram a diversificar suas linhas de produtos, inserindo bens de consumo duráveis (eletrodomésticos, móveis, computadores, roupas, brinquedos, etc) e venderem a preços menores, conseguindo ganhar grande parte do faturamento do setor antes pulverizados em pequenos estabelecimentos.

Os super e hipermercados aumentaram, durante a década de 90, sua participação na receita do comércio varejista de 19,1% para 24,9%, perdendo apenas para o

segmento de combustíveis/GLP que pulou de 14,8% em 1990 para 21,0% em 2000. Em contrapartida, os segmentos que mais perderam participação na década de 90 foram de produtos alimentícios (armazéns e mercearias) - que em 1990 participavam com 15,0% do setor e em 2000 estão participando com 8,5% - e o setor de tecidos e artigos de vestuário com queda na participação de 15,8% em 1990 para 8,3% em 2000. (Tabela 21)

Tabela 21

**Participação das atividade no comércio varejista – 1990 – 2000**

Segmento	Ano		
	1990 (%)	1996 (%)	2000 (%)
<b>Combustíveis/ GLP</b>	16,8	16,0	21,0
<b>Super / Hipermercados</b>	19,1	22,8	24,9
<b>Loja de Departamentos</b>	13,2	18,1	13,1
<b>Material Construção</b>	11,0	8,7	8,8
<b>Tecidos e artigos de vestuário</b>	15,8	9,6	8,3

Fonte: IBGE, apud BNDES, 2002

Outro importante segmento que vem crescendo muito rapidamente é o de *shopping centers*. Mesmo em períodos de desaceleração econômica do país, os *shopping centers* vêm ganhando grande percentual da participação no comércio, substituindo o clássico comércio de rua dada suas facilidades como concentração de lojas, fácil estacionamento, conforto e segurança.

Entre 1997 e 2002, o número de *shopping centers* cresceu 12,4%, e o faturamento, entre os anos de 1998 e 2000, cresceu 39,4% - número bem superior ao encontrado no tradicional comércio de rua que obteve crescimento de 23,3% em igual período. Mesmo com estes números favoráveis, o segmento de *shopping centers* deverá enfrentar dificuldades num futuro próximo devido a sua forte expansão (superior à demanda) e a falta de áreas livres nas regiões metropolitanas. (BNDES, 2002)

Quanto ao desempenho, dadas suas características particulares, o segmento de comércio está diretamente relacionado aos demais setores da economia, dessa forma variações da renda e do emprego respondem diretamente por variações no fluxo de vendas.



Outra grande alteração estrutural apresentada pelo comércio refere-se à mudança da gestão administrativa, passando de familiar para profissional. Embora existam redes nacionais que ainda resistem a esta mudança, o processo de profissionalização parece ser o caminho para que as empresas não sejam excluídas do mercado pela concorrência. Em 1994 a estabilidade da moeda e o aumento do poder aquisitivo da população, especialmente a de mais baixa renda, resultou no crescimento do consumo (principalmente de alimentos), no crescimento do faturamento das empresas e nos aumentos da concorrência e da exigência de maior eficiência nas operações. (BNDES, 1998)

As políticas econômicas adotadas na década de 90 trouxeram várias mudanças de impacto para o setor, dentre elas a liberalização das importações e o aumento da concorrência interna. As transformações ocorridas foram frutos da entrada, junto com os grandes grupos internacionais, dos novos e modernos conceitos de administração, impondo necessidades de profundas modificações para a maior parte das empresas.

O plano de estabilização econômica vem impulsionando o setor pela disputa dos consumidores das classes C, D e E, anteriormente excluídos do mercado e que agora vêm demandando tanto gêneros de primeira necessidade quanto bens de consumo duráveis.

As dificuldades de adaptação à nova política econômica trouxe a necessidade de várias empresas se reestruturarem de forma a enfrentar a nova concorrência; assim, grandes empresas acabaram por fechar as lojas pouco rentáveis, reduzir o quadro de funcionários, informatizarem-se por completo, alterarem o mix de vendas, profissionalizarem-se, abrirem ao mercado de capitais, buscarem produto de maior giro para compensar a menor margem de lucro e a mudarem o enfoque lucro operacional x lucro financeiro.

### 3.3 – O COMPORTAMENTO DO SEGMENTO DE SUPER E HIPERMERCADOS

O segmento de super e hipermercados brasileiros atravessa uma fase de grandes mudanças provocada por diversos fatores como a globalização da economia e a estabilização econômica, no âmbito interno.

Como resultado dessas mudanças, o segmento enfrenta uma competitividade cada vez maior que conjugada com margens operacionais menores levam a necessidade de se aumentar a produtividade. Algumas das transformações por que passa o segmento são, por exemplo, aumento da concentração, maior número de operadores internacionais, abastecimento local caminhando para abastecimento global e aumento da diversidade de comportamentos de consumidores.

Dentre as transformações que o segmento de super e hipermercados sofreram na década de 90, pode-se destacar: o aumento da concorrência com a entrada de grandes grupos nacionais e internacionais pela incorporação das redes de porte pequeno e médio; a introdução de inovações gerenciais e organizacionais; a implementação de sistemas de logística; o aumento do poder de negociação junto aos fornecedores; o crescimento das marcas próprias; a expansão do número e da área das lojas.(BNDES, 2000)

O avanço sobre o pequeno comércio varejista e o fortalecimento dos grupos econômicos permitiu a ampliação da parcela dos super e hipermercados no comércio varejista. Enquanto em 1991 as quinhentas maiores empresas representavam 83,8% do segmento, em 2000 elas passaram a representar 86,3%. BNDES (2002)

A Tabela 22 mostra que, entre 1991 e 2000, a receita dos quinhentos maiores super e hipermercados (representados em 1991 por 3729 estabelecimentos e em 2000 por 3280 estabelecimentos) cresceu 96,9% passando de R\$ 23,5 bilhões para R\$ 46,2 bilhões, acompanhada pelo crescimento de 20,6% no pessoal ocupado e pela queda de 1,8% no número de estabelecimentos, o que resultou no aumento da receita por estabelecimento de R\$ 6,3 milhões para R\$ 14,0 milhões e da receita por empregado de R\$ 80,1 mil para R\$ 109,5 mil.BNDES (2002)

Tabela 22

**Receita total, número de estabelecimentos e pessoal ocupado dos  
quinhentos maiores hiper/supermercados – 1991 - 2000**

Ano	Receita total		Nº de estabelecimentos		Pessoal Ocupado	
	R\$ Bilhões	Var %	Total	Var %	(mil)	Var %
1991	23,5		3729		298	
1992	19,8	-15,7%	3751	0,6%	261,9	-12,1%
1993	23,8	20,2%	3640	-3,0%	274,4	4,8%
1994	27,4	15,1%	3598	-1,2%	282,8	3,1%
1995	31	13,1%	3534	-1,8%	284,5	0,6%
1996	36,4	17,4%	3231	-8,6%	308,1	8,3%
1997	38,3	5,2%	3290	1,8%	315,8	2,5%
1998	41,3	7,8%	3342	1,6%	332,5	5,3%
1999	43,4	5,1%	3252	-2,7%	340	2,3%
2000	46,2	6,5%	3280	0,9%	360	5,9%

Fonte: IBGE, apud BNDES, 2002

O comércio sempre apresentou poucas barreiras à entrada, que caracterizam muitas indústrias. No varejo de alimentos, particularmente, a entrada de novos competidores sempre foi fácil. Porém, com a globalização da economia e as mudanças do varejo chegando mais rápido, a introdução de novas tecnologias e a necessidade de escala, está modificando esta característica.

No Brasil, a entrada de grandes redes varejistas internacionais vem aumentando a concorrência do setor. Além disso, com o processo de estabilidade econômica, passou-se a se verificar menos disparidades entre os preços praticados reforçando a necessidade de diferenciação. Com isso, o segmento de super e hipermercados já apresenta uma forte concorrência no país.

Os principais fatores de concorrência são preço, crédito ao consumidor e qualidade dos serviços prestados, o que implica investimentos em expansão e busca constante de maior eficiência.

Além da concorrência entre as lojas com mesmo formato, existe concorrência com outros formatos de varejo. Os super e hipermercados estão procurando cada vez mais atender consumidores de outras lojas e ganhar vendas de outros setores e produtos como padarias e bicicletas. Os hipermercados, particularmente, estão aumentando sua linha de atuação, criando departamentos que procuram funcionar como lojas especializadas, oferecendo assessoria e grande mix de produtos, etc.

Na realidade é o consumidor quem decide em que tipo de loja efetua suas compras. O que as empresas pequenas, médias ou grandes precisam é ser eficientes do ponto de vista do consumidor.

A abertura de grandes lojas gera muitos empregos diretos e indiretos, propicia melhor controle fiscal e preços menores para o consumidor. As grandes empresas buscam vencer as barreiras para construção de novas lojas por meio de fusões e aquisições de empresas menores. Quanto a possibilidade de formação de cartéis que prejudiquem o consumidor, o Brasil já dispõe de órgão moderno exercendo esse controle.

O segmento de hiper e supermercados se caracteriza pela necessidade de acompanhar não apenas as mudanças econômicas conjunturais e estruturais como também as mudanças tecnológicas, de gosto do consumidor, etc. Nesse sentido é um segmento que está sempre se transformando. A abertura da economia brasileira, a estabilização econômica e a globalização da economia, no entanto, tem incorporado ainda muitas outras variáveis a atuação das empresas neste segmento.

A necessidade de focar o ganho operacional ao invés do financeiro e de competir com as empresas estrangeiras que estão chegando ao país, está levando as empresas a se profissionalizarem e ganharem competitividade por meio do aumento dos investimentos em automação comercial e em tecnologia de informação, mudança nos modelos de gestão, otimização da logística e da área de vendas, ampliação das formas de crédito ao consumidor, melhorias na qualidade do atendimento, etc.

Visando a preparação para atuar neste novo cenário, percebe-se o aumento da concentração no setor com a compra, pelas grandes empresas, de grupos menores e mesmo associação de empresas brasileiras com empresas estrangeiras.

Como afirmado acima, uma das causas da reestruturação é a globalização da economia e diversas razões têm levado a aceleração da internacionalização das empresas de varejo, dentre as quais até o desejo de as empresas fazerem contratos com fornecedores para atender o mundo todo, trabalhando com preços globais. Nesse contexto, destacam-se principalmente os super e hipermercados que são empreendimentos em que a expansão é o motor do negócio, sendo necessária escala global, conjugada com a saturação dos mercados de origem das grandes redes internacionais que apresentam crescimento apenas vegetativo e não há, nesses mercados, grandes expectativas de aumento da renda da população.

Os países em desenvolvimento, apesar de implicarem risco maior para os investimentos em relação aos apresentados pelos países desenvolvidos, apresentam

menor competitividade e, nas suas estratégias, as empresas buscam diminuir sua exposição às políticas de um país em particular.

O Brasil apresenta uma grande atração para instalação dessas novas redes pois apresenta grande mercado, possibilidade de incorporação de novos consumidores, sucesso na atuação de redes internacionais já presentes no país, baixo poder de competitividade do setor instalado e legislação sem restrição à entrada de grandes varejistas.

As estratégias das empresas de super e hipermercados variam sobre diferentes aspectos embora tenham em comum o objetivo de pelo menos manter sua posição no mercado. Enquanto os pequenos varejistas preocupam-se mais, em geral, com a manutenção da renda familiar, e portanto, apenas em manter sua posição, as grandes empresas profissionalizadas visam a remuneração do acionista e a maximização da rentabilidade sobre o capital, o que irá implicar na busca da expansão e do aumento permanente da produtividade.

Como os investimentos em modernização e expansão demandam muitos recursos, a abertura de capital e a associação com empresas estrangeiras já começam a ser vistas como estratégias a serem adotadas.(BNDES, 2002)

Como a gestão do negócio de super e hipermercados está cada vez mais complexa, as empresas brasileiras, cada vez mais, focam seu negócio principal e utilizam consultorias especializadas em logísticas, em gerenciamento de categoria, em fidelização, em pesquisa mercadológica, etc. que possam ajudar a criar cultura empresarial e ganhar competitividade. .(BNDES, 2002)

As empresas procuram, também, tirar proveito da visitação mais intensa, ou seja, da sua maior capacidade de penetração que aquela do varejo especializado. Assim, os hipermercados criaram novos departamentos para venda de vestuário, eletrodomésticos, computadores pessoais, periféricos e suprimentos, entre outros, começando, por exemplo, a utilizar vendedores especializados, financiamento das vendas, palestras periódicas. Os supermercados, por sua vez, buscam dar maior ênfase em sua especialidade que são os perecíveis.

A busca de maior eficiência pelas empresas envolve recursos humanos, logística, fidelização, marketing de relacionamento, gerenciamento de categoria, qualidade, facilidade nos meios de pagamento, parceria com fornecedores, marca própria, serviços, variedade e rotação de produtos, implantação de lojas 24 horas. (BNDES, 1998)

A expansão é um dos movimentos que vem sendo observado nos grandes grupos, buscando a ocupação de espaços regionais, a consolidação de sua posição nos

mercados, além de melhorar a negociação com os fornecedores. Para negociar com os grandes fornecedores em boas condições, as redes de super e hipermercados precisam de escala. A escala é importante também para diluir custos como o de propaganda e de tecnologia da informação pois, esses custos, diminuem proporcionalmente ao aumento do faturamento. Essa necessidade de escala exige abertura de lojas e recursos para financiar esses planos de investimento, o que torna a abertura de capital um caminho importante.

Atualmente, as empresas estrangeiras e mesmo as grandes empresas brasileiras estão se expandindo mediante construção de novas unidades e da aquisição de pequenas e médias redes. Neste último caso, a combinação dos estágios das tecnologias de gestão e da informação com os atrasos na profissionalização e na capitalização torna atrativo o valor dos ativos dessas redes para aquisição ou fusão. Para as empresas estrangeiras, comparada à expansão própria, a penetração em mercados internacionais via aquisição ou fusão é mais vantajoso pois acelera o domínio do conhecimento do mercado e dos hábitos dos consumidores.

Com o crescimento das empresas e da concorrência, a logística para os super e hipermercados torna-se fundamental e está ligada, principalmente, à centralização ou não das operações e à tecnologia da informação.

Quanto à centralização ou não das operações, destaca-se que esta implica na construção de grandes centrais de distribuição, que muitos dos grandes varejistas possuem. Nos anos 70, o modelo adotado se caracterizou pela descentralização do abastecimento de lojas. Hoje, percebe-se uma tendência a centralização da distribuição e uma das questões que se coloca é saber exatamente até que ponto deve haver centralização. Algumas empresas trabalham ainda com um modelo misto em que as lojas são abastecidas pelo depósito central para algumas mercadorias ou diretamente pelos fornecedores para outras.(BNDES, 1998)

As empresas líderes do segmento lidam, em geral, com modernas tecnologias. Algumas redes possuem lojas interligadas por satélite e mesmo depósitos com utilização de meios de comunicação que possibilitam o gerenciamento adequado de estoques. Em geral, diz-se que uma loja é automatizada quando tem *check-out* informatizado, mas além do *check-out*, a informatização deve envolver também a recepção, o departamento financeiro, o estoque e o recebimento de mercadorias, entre outros. No entanto, a informatização do *check-out* já contribui para filas menores, além de evitar erros de preços e custos com licenças médicas

## CONCLUSÃO

O processo de concentração não deverá impedir a sobrevivência de pequenas empresas varejista com atuação localizada e que disponham de um bom nível tecnológico e de uma adequada política de atendimento e serviços às suas clientelas.

Um fator de grande importância reside na política e prática efetivas de menores preços, por parte das empresas menores, já que uma das principais razões para os consumidores comprarem em hipermercados é o preço. À medida que as lojas de vizinhança atuem com preços menores, há transferência de compras dos hipermercados para esses supermercados.

Quanto às grandes empresas, com seus significativos planos de investimento no país, elas objetivam garantir posição diante de um mercado novo e com elevado potencial de crescimento. Nesse sentido, parece fazer parte da estratégia dessas empresas a atuação em novos segmentos e em diferentes formatos de lojas, procurando atingir diversos públicos em sua área de atuação, aproveitando, assim, as oportunidades do mercado.

Não somente a preocupação com a expansão, as grandes empresas procuram também estarem preparadas para enfrentar a reação das empresas de pequeno porte que começam a estabelecer estratégias para permanecerem no mercado. Um dos grandes desafios para as grandes empresas de super e hipermercados no Brasil, é dar um foco regional ao *mix* de produtos das lojas, formatando-as de acordo com cada localidade de atuação, à medida que vão se expandindo pelo país.

Desde o início da década de 90 transformações na indústria vêm sendo destacadas, porém atualmente o comércio varejista encontra-se face a importantes mudanças que estão culminando igualmente em processo de reestruturação interna de empresas e do setor com maior participação de empresas estrangeiras e maior peso dos grandes grupos.

Tão relevantes quanto as mudanças quanto às políticas de compra, são a informatização e a organização do processo, que levam a um novo padrão de relacionamento com fornecedores e maior enfoque na gestão bem como o treinamento de recursos humanos.

Os principais grupos vêm ainda adotando medidas para aumentar a eficiência operacional e manter a rentabilidade das vendas como o re-estudo das margens, redução de custos, negociação mais forte com os fornecedores e redefinição do *mix* de produtos. Tem-se também evoluído na adoção da terceirização de atividades essenciais

(estabelecimento de parcerias logísticas com fornecedores), além do melhor planejamento dos estoques e dos níveis de compras.

Destaca-se por fim a determinação das empresas em se prepararem para uma nova realidade de maior concorrência procurando trabalhar em conjunto com distribuidores e fornecedores no sentido de proporcionar eficiência à cadeia produtiva e maior valor ao consumidor.

A implementação destas mudanças vêm ocorrendo de forma diversa porém, são aspectos que mudam o perfil do setor de super e hipermercados do país.

Por suas características, o comércio responde prontamente ao desempenho dos demais setores da economia. A elevação/queda da renda e do emprego é acompanhada pela elevação/queda no movimento do comércio. Nesse sentido, a incerteza que paira sobre o desempenho da economia nos próximos anos não permite nenhum prognóstico sobre o desempenho quantitativo das atividades comerciais.

Em termos estruturais, contudo, pode-se antever que não se esgotará o processo de aquisição das pequenas e médias redes pelos grandes grupos nacionais e estrangeiros. Ao que tudo indica, ainda existem redes regionais à venda, e a disputa entre os grandes grupos pela liderança do mercado passará pela aquisição delas.

Também parece irreversível a substituição da gestão familiar pela profissionalização das redes nacionais que ainda resistem a esse processo, sob pena de verem-se excluídas da concorrência.



**BIBLIOGRAFIA**

- BACHA, EDMAR L. “*O Plano Real: uma avaliação*”. In: O Brasil pós-real: a política econômica em debate. Unicamp, Campinas, 1997.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Comércio Varejista*. Rio de Janeiro, 1996.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Características gerais do varejo no Brasil*. Rio de Janeiro, 1997.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Hiper e supermercados no Brasil*. Rio de Janeiro, 1998.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Desempenho recente do comércio varejista*. Rio de Janeiro, 1998.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Os indicadores de desempenho do comércio varejista brasileiro: uma avaliação de 1999 e as perspectivas para 2000*. Rio de Janeiro, 2000.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *A segmentação do comércio varejista*. Rio de Janeiro, 2000.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). *Os setores de comércio e de serviços*. Rio de Janeiro, 2002.
- BARI, MAMADU LAMARANA. “*Três anos de Plano Real: uma reflexão sobre a política econômica do governo no contexto da globalização*”. In: O Brasil pós-real: a política econômica em debate. Unicamp, Campinas, 1997.
- CARNEIRO, RICARDO DE MEDEIROS. *Reformas liberais, estabilidade e estagnação*. (A economia brasileira na década de 90). Campinas: UNICAMP.IE, 2000. (Tese de Livre-Docência em Economia).
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Pesquisa Anual de Comércio 2002*. Rio de Janeiro, 2002.
- KON, ANITA. *Economia de Serviços: teoria e evolução no Brasil*. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 269p.
- NETTO, A. DELFIM. “*O Plano Real e a armadilha do crescimento econômico*”. In: O Brasil pós-real: a política econômica em debate. Unicamp, Campinas, 1997.