

LUCIANE BLUM

**DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE COMERCIAL VAREJISTA:  
O CASO DE LONDRINA-PR**

Florianópolis

2006

**Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Geografia**

**Luciane Blum**

**Desenvolvimento da Atividade Comercial Varejista: o caso de Londrina – PR**

**Orientador: Prof. Dr. José Messias Bastos**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

Área de Concentração: Desenvolvimento Regional e Urbano

Florianópolis/SC, agosto de 2006

A Deus;  
aos meus pais;  
a cidade de Londrina,  
as pessoas que para cá vieram ou aqui  
nasceram, que muito batalharam, entre eles,  
meus pais.

## **AGRADECIMENTOS**

Meus sinceros agradecimentos a Deus, pela oportunidade;

Aos meus familiares, pelo apoio, confiança e paciência nos momentos difíceis;

Ao Departamento de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina, pela oportunidade de cursar o Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano;

Ao meu orientador José Messias Bastos, pelo voto de confiança e por estar sempre paciente e pronto a dividir seu conhecimento comigo;

A CAPES, pela bolsa concedida;

A professora Alice Y. Asari, por todo o apoio, incentivo e sugestões ao longo de minha vida acadêmica (desde a graduação, no PET) e também no desenvolvimento desta pesquisa;

Ao querido amigo e pastor Rui Petry, pelas conversas e apoio no período no qual morei em Florianópolis-SC, longe da família e amigos;

As funcionárias da Biblioteca Pública Municipal de Londrina – Sala Londrina, e da Biblioteca do Museu Histórico de Londrina – Padre Carlos Weiss, pela prestatividade e dicas valiosas;

Muito obrigada!



“O louvor, e a glória, e a sabedoria, e as ações de graças, e a honra, e o poder, e a força sejam ao nosso Deus, pelos séculos dos séculos. Amém!”

Ap. 7. 12

## RESUMO

O norte do Estado do Paraná não foi ocupado de forma homogênea devido a diferentes processos de ocupação e povoamento, que ocorreram em diferentes momentos históricos. Este fato originou a divisão da região no chamado Norte Velho ou Pioneiro, Norte Novo e Norte Novíssimo. Este estudo aborda inicialmente a ocupação e o desenvolvimento do chamado Norte Novo, mais precisamente, o processo de ocupação e desenvolvimento do município de Londrina – PR. Temos como objetivo analisar o desenvolvimento da atividade comercial varejista na cidade de Londrina – PR no período que compreende a sua fundação até os dias atuais, pouco mais de 70 anos de história. Salientamos que ao pesquisar sobre a atividade comercial nos restringimos aos segmentos de supermercados, lojas de departamento e lojas de móveis e eletrodomésticos por se tratar de vasta e segmentada atividade. Como referencial teórico-metodológico utilizamos a categoria de Formação Sócio Espacial, elaborada inicialmente por Marx e Engels e reelaborada por Milton Santos, além das teorias dos ciclos econômicos e a “dualidade brasileira” desenvolvidos por Ignácio Rangel. O estudo sobre a atividade comercial varejista em Londrina-PR necessita da compreensão histórica, econômica, social e geográfica, de sua gênese e todo o processo de transformação sofrido pela região. Já as teorias dos ciclos econômicos de Kondratieff e de Juglar permitem que compreendamos as oscilações do sistema capitalista, com períodos de crescimento e retração e sua repercussão na atividade comercial. Para tanto, realizamos pesquisas em publicações referentes a temática abordada tanto a nível de Brasil, como em órgãos públicos municipais, em associações de classe e periódicos. Inicialmente o comércio local estava baseado nas casas de secos e molhados onde se encontrava de alimentos a ferramentas. Com o crescimento e o desenvolvimento do município, da atividade comercial no país e no mundo, novos formatos de estabelecimentos passaram a atuar na cidade, como as lojas de departamentos e, posteriormente, os supermercados e hipermercados. O comércio passou a espacializar-se de modo diferenciado, agora não mais concentrado no centro, mas nas grandes vias de tráfego e nos modernos shopping centers. As lojas de móveis e eletrodomésticos tendem a se agrupar, tanto na região central (Calçadão ou Rua Benjamin Constant), no Shopping Catuaí (agora com a seção Catuaí Casa) ou no subcentro zona norte, mais precisamente na Avenida Saul Elkind.

## ABSTRACT

On the North State of Paraná was not occupied in a homogenous way due different occupation process of settlement, which occurred in different historical moments. This fact began a division of the region calling one part Old North or Pioneer, New North and Newer North. This study broaches initially the occupation and growth of the New North, more precisely of the city of Londrina – Paraná. We have the objective to analyze the development and retailer activities in the city of Londrina – Paraná during the period that comprehends it's foundation until this days, a little more than 70 years of history. Emphasize during the research about commercial activities we restrain our self's through the segment of supermarkets, furniture department stores and electronics which deal with a large and segmented activity. With this reference theoretical-methodological we use the category of Special Socio Formation, first elaborated by Marx and Engels and re-elaborated by Milton Santos, besides the theories of economics cycles and "Brazilian duality" developed by Ignácio Rangel. The studies about retailer commercial activities in Londrina-Paraná need a historical comprehension, economical, social e geographical, from your origin all the process of transformation suffered by the region. The theories of economics cycles of Kondratieff and Juglar allow us to comprehend the oscillation of the capitalism system, with periods of growth and retraction and your repercussion in the commercial activity. For this, we achieved surveys in publications regarding the theme broached in level of the Brazilian size, or municipal public institutions, in associations of class and magazines. In the beginning the local commerce was joint in houses of "secos e molhados" were you found food and tools. The growth and development of the city, the commercial activity in Brazil and rest of the world, new establishments came to the city, like department stores and, further, supermarkets and hypermarkets. The commerce begging to get specialized in a different way, now no more concentrated in down town, but in big avenues and in moderns shopping centers. The furniture and electronic stores have a tendency to such in central areas (Calçadão or Benjamin Constant Street), in Catuay Mall (now with section house Catuay), and north of the city, more precisely on Saul Elkind Avenue.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Associativismo: fatores motivadores e benefícios .....	68
FIGURA 2 – Uso do solo urbano, Londrina – PR .....	106

## LISTA DE FOTOGRAFIAS

FOTO 1 – Londrina em 1934 .....	40
FOTO 2 – Vista da segunda sede da Associação Comercial de Londrina	45
FOTO 3 – Terceira sede da Associação Comercial e Industrial de Londrina (ACIL) .....	45
FOTO 4 – Avenida Paraná (atual Calçadão) na década de 1940, após período de chuvas .....	47
FOTO 5 – Vista parcial da cidade de Londrina em meados da década de 1950 .....	49
FOTO 6 – Vista parcial da cidade de Londrina nos anos de 1960 .....	51
FOTO 7 – Londrina, vista parcial na década de 1980 .....	54
FOTO 8 – Londrina, vista parcial na década de 1990 .....	55
FOTO 9 - Vista interna do Supermercado Fuganti .....	72
FOTO 10 – Vista da fachada da Casa Fuganti, localizada na esquina da Alameda Miguel Blasi e Praça Willie Davids .....	73
FOTO 11 – Inauguração das Casas Pernambucanas na Avenida Paraná (atual Calçadão) local em que permanece até os dias atuais .....	85
FOTO 12 – Lojas Americanas no Calçadão .....	107
FOTO 13 – Lojas Riachuelo, Calçadão .....	108
FOTO 14 – Calçadão: Casas Bahia e Colombo .....	111
FOTO 15 – Rua Benjamin Constant, da esquerda para a direita: Magazine Luiza, Dudony e Colombo .....	112
FOTO 16 – Rua Benjamin Constant: BJ Santos, Móveis Romera, Lojas Salfer e Móveis Brasília (da direita para a esquerda) .....	112
FOTO 17 – Vista da Avenida Saul Elkind .....	114

## LISTA DE MAPAS

MAPA 1 – Área total adquirida pela Companhia de Terras Norte do Paraná .....	28
MAPA 2 – Localização do município e da área urbana de Londrina – PR	38
MAPA 3 – Carta da cidade de Londrina, estrutura viária .....	57
MAPA 4 – Evolução urbana por década, Londrina – PR .....	95
MAPA 5 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de armarinhos, roupas feitas e tecidos .....	98
MAPA 6 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de móveis, discos e rádios, rádios e artigos de refrigeração e discos.....	99
MAPA 7 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de mercearias e secos e molhados .....	100
MAPA 8 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de armarinhos, bazares, confecções, lojas de moda, lojas de roupa e tecidos .....	103
MAPA 9 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de aparelhos eletrodoméstico e eletrônicos, artigos domésticos e móveis .....	104
MAPA 10 – Localização e quantidade de estabelecimentos por rua nos ramos de quitandas, secos e molhados e supermercados .....	105
MAPA 11 – Localização das Lojas de Departamento Pesquisadas .....	110
MAPA 12 – Localização das Lojas de Móveis e Eletrodomésticos na cidade de Londrina-PR .....	113
MAPA 13 – Localização das quadras dos supermercado, hipermercados, e centrais de compra pesquisados .....	115

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Evolução do n.ºde construções .....	43
TABELA 2 – Evolução da população residente do Município de Londrina	43
TABELA 3 – Número de estabelecimentos e empregos nas atividades comerciais e industriais .....	53
TABELA 4 - Participação das atividades no comércio varejista 1990 – 2000, Brasil .....	65
TABELA 5 – Segmentos e Empresas pesquisados e ativos na cidade de Londrina – PR .....	69

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAS	Associação Brasileira de Supermercados
ALES	Associação Londrinense de Supermercadistas
ASSUREL	Associação dos Supermercadistas da Região de Londrina
APRAS	Associação Paranaense de Supermercados
Av.	Avenida
BIRD	Banco Mundial
CEASA	Centrais de Abastecimento S. A.
CMNP	Companhia Melhoramentos Norte do Paraná
CTNP	Companhia de Terras Norte do Paraná
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos
FES	Formação Econômico-Social
FSE	Formação Sócio-Espacial
HM	Hermes Macedo
IBC	Instituto Brasileiro do Café
METRONOR	Metrópole Linear Norte do Paraná
PML	Prefeitura Municipal de Londrina
RML	Região Metropolitana de Londrina
R.	Rua



## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	15
1. FORMAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DO NORTE DO PARANÁ.....	20
1.1. Colonização Dirigida e a Companhia de Terras Norte do Paraná .....	26
2. FORMAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DE LONDRINA .....	37
3. EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL LONDRINENSE E SITUAÇÃO ATUAL .....	58
3.1. Supermercados e Hipermercados .....	70
3.1.1. Associações de Supermercadistas .....	81
3.2. Lojas de Departamentos .....	84
3.3. Lojas de Móveis e Eletrodomésticos .....	88
4. DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS EMPRESAS .....	92
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	118
REFERÊNCIAS.....	122
ANEXOS .....	128

## INTRODUÇÃO

No ano de 1998, quando era aluna do curso de Geografia na Universidade Estadual de Londrina, tive a oportunidade de ingressar no Programa Especial de Treinamento (PET) então vinculado a CAPES (Comissão de Aperfeiçoamentos de Pessoal de Nível Superior). Nas atividades como bolsista me deparei com um artigo acerca da importância da atividade comercial para a cidade e que atraiu minha atenção para o tema. Passei a pesquisar mais materiais referentes a esta atividade e encontrei estudos sobre lugares com realidades distintas de minha região. Motivada por estas leituras iniciais e pelo fato de minha família trabalhar neste ramo de atividade, resolvi levar a proposta de um projeto de pesquisa sobre a atividade comercial para o curso de Mestrado em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina. A proposta inicial foi abolida, pois se tratava de um estudo sobre uma rua com vocação comercial histórica.

Após sugestões e a devida orientação, passei a elaborar um novo projeto, ainda sobre a atividade comercial, porém, mais especificamente sobre o ramo varejista. Este trabalho resgata as modificações na atividade comercial varejista ao longo das últimas 7 décadas através do estudo da gênese e estruturação desta atividade em uma cidade de porte médio localizada no Norte do Estado do Paraná. Para tanto, analisa o desenvolvimento da atividade comercial varejista (mais precisamente nos ramos de supermercados, lojas de departamento e lojas de móveis e eletrodomésticos) na cidade de Londrina – PR no período que compreende a sua fundação até os dias atuais, aproximadamente 72 anos de história. Esta cidade foi escolhida não apenas por ser a minha cidade natal – o que facilitaria a pesquisa e diminuiria eventuais custos – mas também pela forma como foi fundada, o que a tornou um centro de referência no quesito comércio e serviços para todo o norte do Estado. O modo como sua atividade comercial se desenvolveu e a alta competição entre os diversos ramos também são significativos.

A delimitação do período de estudo escolhido não se deve apenas em razão da história do município, mas devido às profundas modificações que a atividade

comercial no Brasil passou nas últimas sete décadas, entre elas: a mudança na estrutura física dos estabelecimentos (layout, tamanho e localização), nas vendas e promoções, na forma do atendimento, nos hábitos do consumidor e no surgimento de grandes empresas e centrais de compras.

Para a elaboração desta pesquisa, realizamos um levantamento acerca da temática abordada tanto em nível de Brasil, quanto à nível local: histórico dos estabelecimentos comerciais varejistas ( com ênfase nos ramos de supermercados, lojas de departamentos e lojas de móveis e eletrodomésticos) resgatando a história desta atividade econômica na cidade, além de apontar as mudanças na espacialização da atividade comercial varejista e sua repercussão na organização do espaço urbano. O levantamento histórico e demais informações sobre a atividade comercial foram obtidas em órgãos públicos como a Prefeitura Municipal de Londrina: a Secretaria de Fazenda e o Cadastro Imobiliário, a CODEL (Companhia de Desenvolvimento de Londrina), o IPPUL (Instituto de Planejamento Urbano de Londrina), a CMTU (Companhia de Transporte Urbano); o Museu Padre Carlos Weiss; em entidades de classe como a ACIL (Associação Comercial e Industrial de Londrina); nos próprios estabelecimentos comerciais; e em alguns meios de comunicação, como por exemplo, as revistas: APRAS, (Associação Paranaense de Supermercados), Super Hiper, Vitrine do Varejo, Supermercado Moderno, A Pioneira, e nos jornais: Paraná Norte, Folha de Londrina e Jornal de Londrina.

O referencial teórico-metodológico utilizado é a categoria de formação sócio espacial, elaborada inicialmente por Marx e Engels e reelaborada por Milton Santos, além das teorias dos ciclos econômicos e a “dualidade brasileira” desenvolvidos por Ignácio Rangel. O estudo sobre a atividade comercial varejista em Londrina-PR necessita da compreensão histórica, econômica, social e geográfica, de sua gênese a todo o processo de transformação sofrido pela região. Já as teorias dos ciclos econômicos de Kondratieff e de Juglar permitem que compreendamos as oscilações do sistema capitalista, com períodos de crescimento e retração, e sua repercussão na atividade comercial.

A categoria de Formação Sócio Espacial (FSE) foi inicialmente chamada de Formação Econômico Social (FES) e elaborada por Marx e Engels para analisar a

entrada do sistema capitalista na Inglaterra e desenvolvida por Lênin ao estudar o desenvolvimento das relações capitalistas na Rússia. No Brasil, Milton Santos foi o responsável pela sistematização da categoria de Formação Sócio Espacial ao publicar o artigo “Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método”, em 1977. Em seu artigo Milton Santos coloca a dimensão espacial como um elemento fundamental para a FES.

Segundo SANTOS, (1977, p. 86), em FSE as categorias modo de produção, formação social e espaço são interdependentes, buscando interpretar a realidade a partir da esfera da produção. “Todos os processos que, juntos, formam o modo de produção (...) são histórica e espacialmente determinados num movimento de conjunto, e isto através de uma formação social”. Esta categoria possui uma perspectiva de natureza histórica, econômica, e geográfica. Procura a gênese e a evolução do objeto em análise para se compreender a situação atual de seu desenvolvimento econômico. Relaciona múltiplas escalas de análise – local, regional, nacional, internacional – pois considera os movimentos singulares de um local ou região e a relação destes com as outras escalas. Os estudos geográficos são pautados na idéia de processo, já que buscam compreender as causas e os efeitos das leis naturais e sociais ao longo da história. Portanto, para analisar a evolução da atividade comercial varejista em Londrina é necessário compreender a formação sócio-espacial do Norte do Paraná e do próprio município.

Outro referencial utilizado como elemento norteador nesta pesquisa é a teoria dos ciclos econômicos ou ciclos de acumulação capitalista, pois o sistema ao longo do seu desenvolvimento possui períodos de retração e expansão. De acordo com MAMIGONIAN (1994), a humanidade conheceu, até a Revolução Industrial, apenas os ciclos climáticos em suas atividades econômicas. Após a Revolução Industrial o sistema passou a ser regido por ritmos de diversas durações.

Karl Marx e Frederich Engels (apud MAMIGONIAN, 1994) constataram os ciclos decenais entre 1848 e 1857 que foram sistematizados mais tarde por Juglar. Nikolai Kondratieff sistematizou os chamados ciclos longos entre 1918-1921 (apud MAMIGONIAN, 1994). Os diferentes ciclos são formados por momentos de crise e momentos de bonança para o sistema capitalista. No Brasil, Ignácio Rangel

procurou adaptá-los ao estudo do desenvolvimento econômico brasileiro e trouxe vastas contribuições para a interpretação da nossa política, história e economia.

Os ciclos longos, ou de Kondratieff, duram em torno de 50 anos, apresentando uma fase ascendente (chamada de fase “a” – 1790-1815, 1848-1876, 1896-1921, 1948-1973) e uma fase descendente (chamada de fase “b” – 1815-48, 1877-96, 1920-48, 1973-96). Cada uma das fases dura em torno de 25 anos. A fase ascendente é marcada pelas invenções tecnológicas que causam a elevação da produtividade e se estendem para toda a economia, o que acaba por baixar a taxa de lucro, desestimulando e provocando uma fase de depressão. Nesta fase, quando as taxas de lucro estão baixas, há a necessidade de se retomar a lucratividade, através de novas invenções (uma nova tecnologia) que irá gerar novos investimentos, pois terá alcançado um alto grau de avanço técnico a um preço baixo. A fase depressiva resulta também em expansão geográfica e mudanças profundas de conjunturas econômicas, políticas, sociais e espaciais.

Rangel, 1981, destaca que no Brasil, e em todos os países periféricos, os períodos depressivos desencadeados nos países centrais exigiram mudanças nos pactos de poder: declaração de Independência, abolição da escravatura, República, Revolução de 1930, e política de substituição de importações. Esta teoria é chamada de “Dualidade Brasileira” e inicia-se quando os períodos de depressão do comércio mundial provocam novos relacionamentos entre os países periféricos e os países centrais do capitalismo.

A 1ª dualidade (1822-1888) começou com o processo de Independência e coincidiu com a fase depressiva do 1º Kondratieff. A 2ª dualidade (1889-1930) iniciou com o período da Abolição e da República, período este em que se iniciava a depressão do 2º Kondratieff. Na 3ª dualidade (1930-1985), iniciada com a Revolução de 1930 e o processo de substituição de importações, também ocorreu em um período de depressão mundial – o 3º Kondratieff. Estas dualidades trazem reajustamentos estruturais e mudanças nas bases econômicas e políticas, e o principal: transformações nas relações de produção. Portanto, os ciclos longos possuem grande importância para o Brasil.

Os ciclos médios, ou de Juglar, duram em torno de 8 a 11 anos e atenuam ou agravam os efeitos dos ciclos longos em que recursos ociosos de setores capitalizados são enviados para setores descapitalizados. Segundo Rangel (1981), no Brasil os ciclos juglarianos duram em torno de 10 anos.

No período de 1975 a 1980 a economia brasileira estava em fase ascendente (fase “a” de Juglar), mas o ciclo longo estava em fase descendente. No início dos anos 1980 o ciclo juglariano e o ciclo longo coincidiram. Ambos estavam em fase descendente o que ocasionou uma grande crise no Brasil. Os primeiros 5 anos de cada década são recessivos (1921-25, 1930-34, 1951-54, etc...) e os últimos 5 anos são expansivos (1926-29, 1935-40, 1955-60, etc...).

Rangel (1981 e 1987) procurou não pensar a formação social brasileira reduzida apenas a seus limites territoriais, mas sim inserida no conjunto da economia capitalista mundial.

Com base nos pressupostos teórico-metodológicos acima apresentados, realizar um resgate histórico e analisar a atividade comercial varejista na cidade de Londrina com destaque para a sua gênese, desenvolvimento e repercussões na sua espacialização é o ponto fundamental desta pesquisa. Portanto, o trabalho ficou dividido em 4 capítulos. No primeiro capítulo, abordo a Formação Sócio Espacial do Norte do Estado do Paraná, o início da ocupação e a atuação de companhias colonizadoras, principalmente a influência da Companhia de Terras Norte do Paraná na fundação e colonização do município de Londrina e região. No segundo capítulo exponho a FSE do município, seu desenvolvimento e o início das atividades comerciais. No terceiro capítulo apresento algumas classificações da atividade comercial, suas formas e ramos além de, obviamente, abordar maiores informações acerca das diversas empresas comerciais que estão ou estiveram na cidade, como: histórico, rede instalada e estrutura. Após, no quarto capítulo, abordo o planejamento arquitetônico para a cidade, a localização inicial da atividade, a localização dos estabelecimentos ao longo das décadas, além de pontos relevantes de concentração comercial: ruas, avenidas e shoppings.

# FORMAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DO NORTE DO PARANÁ



**Início da colonização – derrubada de uma peroba rosa**

Fonte: Museu Histórico Padre Carlos Weiss

## *CAPÍTULO I*

## 1. FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL DO NORTE DO PARANÁ

Neste capítulo abordarei o processo de ocupação e desenvolvimento do Norte do Paraná, do final do século XIX até os dias atuais. Esta abordagem é a introdução, a base para compreendermos o objeto de estudo: o início e o desenvolvimento da atividade comercial varejista na cidade de Londrina – PR.

A delimitação do Norte do Paraná proposta pela Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP)<sup>1</sup>, abrange cerca de 100 mil km<sup>2</sup> e é limitada ao norte pelo Rio Paranapanema, a leste pelo Rio Itararé, a oeste pelo Rio Paraná e ao Sul pelos Rios Ivaí e Piquiri (ASARI e TUMA, 1978).

O norte do Paraná não foi ocupado de forma homogênea<sup>2</sup> devido a diferentes processos de ocupação e povoamento, que ocorreram em diferentes momentos. Isto originou a divisão da região<sup>3</sup> em Norte Velho ou Pioneiro, Norte Novo e Norte Novíssimo.

Durante os séculos XVII e XVIII, o Norte do Paraná ficou à margem das correntes de ocupação iniciadas a partir do litoral e estendidas para o segundo planalto (MÜLLER, 2001, p. 98). A ocupação deste planalto também se deu como resultado das atividades pecuárias e comerciais das tropas provenientes do Rio Grande do Sul. A atividade pecuária paranaense iniciou-se nos Campos Gerais e futuros núcleos urbanos surgiram como respaldo ao tropeirismo. Até meados do século XIX, sua ocupação se restringia à porção sul, litoral (Curitiba) e aos Campos Gerais. A economia baseava-se na agricultura de subsistência, extração de madeira e erva-mate, pecuária e transporte portuário. O Paraná ainda fazia parte da Província de São Paulo, como 5ª Comarca.

---

<sup>1</sup> A Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP) recebeu este nome em 1951 após a Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP) ser adquirida em 1944 por um grupo de empresários brasileiros.

<sup>2</sup> “Foram as diferentes combinações engendradas ao longo do processo de povoamento, entre os mais diversos fatos, sobretudo de natureza histórica, geográfica e econômica, capazes de construir paisagens diferenciadas, que forneceram a matéria-prima, a identificação, posterior, pela Companhia Melhoramentos Norte do Paraná e IBGE, de três paisagens regionais: Norte Velho ou Pioneiro, Norte Novo e Norte Novíssimo” (MORO, 1998, p. 6).

<sup>3</sup> Divisão esta proposta pela CMNP, IBC/OEA-1964 apud ASARI e TUMA, 1978.



Em 1853 a província do Paraná é desmembrada de São Paulo. De acordo com Cigolini (2002, p. 26) “a emancipação política deu impulso à ocupação do território”. O governo imperial passou a política de imigração e colonização à responsabilidade das províncias, pois lhe faltava recursos. A construção da estrada ligando os campos gerais paranaenses ao Mato Grosso também foi um dos fatores que impulsionou a ocupação já que estabeleceu os primeiros povoamentos na região norte do Estado (CIGOLINI, 2002, p. 26). Note-se que a ocupação do Norte não foi o resultado da ação e de processos gerados pela e a partir da sociedade paranaense, mas a partir de iniciativas governamentais ou de particulares de outras regiões e países, como será apresentada, a seguir.

Segundo MÜLLER (2001, p. 98), foi em meados do século XIX que o nordeste paranaense começou a ser colonizado – de forma lenta e através de iniciativas oficiais – com a fundação da colônia militar de Jataí e dos aldeamentos de São Pedro de Alcântara e São Jerônimo da Serra. A colônia foi fundada em 1855<sup>4</sup>, à margem direita do Rio Tibagi, no ponto em que este começava a ser navegável e estava ligada por uma estrada a Curitiba. Tinha por função estabelecer um posto militar avançado de proteção nesta região – fiscalizava o trânsito de tropas e mercadorias – e estabelecer ligação com o Mato Grosso. Neste período a economia do nordeste do Paraná estava pautada na agricultura de subsistência, atividade pastoril, extração de erva-mate e madeira.

A porção norte do atual Estado do Paraná também foi ocupada por mineiros (devido ao fim da exploração do ouro em Minas Gerais e a Guerra do Paraguai), fazendeiros e/ou caboclos paulistas através do sistema de posses. Embora a Lei de Terras tenha sido publicada em 1850, no Paraná esta lei foi efetivada após a Proclamação da República, em 1893. Segundo FRESCA (2000), a efetivação tardia da lei de terras no Paraná deve-se ao fato de que imensas áreas no norte e sudoeste ainda estavam habitadas por tribos indígenas e de modo esparso. Mesmo as ocupações eram realizadas por pessoas de poucos recursos que praticavam a agricultura de subsistência, o cultivo de algodão, de fumo e a criação de porcos.

---

<sup>4</sup> A colônia militar de Jataí foi instalada em 1853, de acordo com o decreto imperial n.º 751 de 2 de janeiro de 1851.

A partir de 1860 a cafeicultura paulista se aproxima dos limites do Estado o que acaba por trazer a valorização das terras no norte paranaense. Os fazendeiros paulistas<sup>5</sup> seguindo a “marcha para oeste” do café e atraídos pelas manchas de terra roxa<sup>6</sup> iniciaram a ocupação e o desenvolvimento da região nordeste do Paraná.

Surgiram então os primeiros núcleos: Colônia Mineira (1862, atual Siqueira Campos), Tomazina (1865), Santo Antonio da Platina (1866), Wenceslau Brás e São José da Boa Vista (1867). As fazendas de café, iniciadas a partir do Rio Itararé avançam na direção oeste, para os rios das Cinzas e Tibagi. Mais um fator ajudou na expansão da colonização: Ourinhos<sup>7</sup>, em São Paulo, virou “*boca de sertão*” em 1908 quando foi atingida pela Estrada de Ferro Sorocabana. Como resultado surgiram os núcleos de Jacarezinho (1900), Cambará (1904), Bandeirantes (1921), Cornélio Procópio (1924) e Andirá (1926). A partir do século XX a atividade cafeeira tornou-se importante e segundo MORO (1998, p. 4), a ocupação pela cafeicultura baseou-se “nos moldes da grande fazenda paulista, sendo o sistema de “posse” a forma de acesso a futura propriedade da terra”.

Entretanto, a ocupação se deu de forma tão rápida e desordenada que o Presidente da Província procurou, em 1892, estabelecer normas para a ocupação. Podemos perceber em sua mensagem ao Legislativo, citada abaixo, em que discorria sobre a necessidade de:

legislar sobre as terras devolutas (...) autorizando a venda de terras do Estado sitas (...) no vale do Paranapanema, que são tão ambicionadas pelos mineiros e paulistas, e que, por estes últimos são consideradas, para a cultura do café, como prolongamento do território do seu Estado. (apud PADIS, 1981, p. 88).

---

<sup>5</sup> De acordo com PADIS (1981, p. 89) os paulistas se dirigiam ao norte do Paraná porque o café teve um aumento em seu preço no mercado internacional e algumas áreas tradicionalmente produtoras em São Paulo encontravam-se esgotadas; a rápida urbanização também demandava alimentos. A produção de alimentos era feita em pequenas e médias propriedades o que fez subir a procura e o preço das terras, os grandes latifundiários dividiam as suas glebas em lotes menores para a venda, alcançando assim grandes lucros.

<sup>6</sup> O tipo de solo predominante no Norte do Paraná é o latossolo roxo (também chamado de terra roxa) resultado da decomposição química de diferentes tipos de basaltos derramados no período geológico Cretáceo Inferior. As terras roxas legítimas possuem até dezenas de metros de espessura com cor marrom-vermelhada até os tons violetas, decorrendo daí seu nome. Seu ph varia entre 7 a 7,5 e na sua composição predominam as argilas e matéria orgânica (ASARI e TUMA, 1978).

<sup>7</sup> Cambará – PR e Ourinhos – SP eram consideradas pontas de trilho ou cabeças de ponte para a conquista e povoamento da região.

Inicialmente o governo procurou regularizar a ocupação e facilitar a expansão da agricultura através da concessão de terras. Para evitar a ocupação por posseiros e grileiros (devido ao intenso fluxo de paulistas, mineiros e nordestinos) e efetivar a Lei de Terras de 1850, o governo do Estado promoveu a divisão e a venda, a baixo preço, de extensa área. Essa ocupação ocorreu pela concessão do Estado a “companhias particulares com planos de colonização” (PADIS, 1981).

O governo do Estado cedeu duas glebas de 50 mil hectares à particulares. A mais setentrional foi denominada Primeiro de Maio, e a mais meridional chamou-se Sertanópolis. A ocupação iniciou-se em 1923 pela colônia Primeiro de Maio, onde os colonizadores transpuseram o Rio Paranapanema com as balsas construídas pela companhia colonizadora “Corain e Cia”. Aproveitando as vias de comunicação e as balsas da colônia vizinha, Leopoldo Paula Vieira – concessionário de Sertanópolis – iniciou o povoamento de suas terras. Esses núcleos, atualmente cidades, progrediram rapidamente. Já a concessão feita a Manoel Firmino de Almeida, denominada de Colônia Zacarias de Góis, teve um progresso muito mais lento que as anteriores.

Segundo MÜLLER (2001, p. 100),

as colônias de Primeiro de Maio e de Sertanópolis, revestem-se de grande importância, pois abrindo uma nova frente pioneira independente de Ourinhos serviram de base a continuação da penetração de Leste para Oeste e ao povoamento do planalto a Oeste do Rio Tibagi.

No Norte Pioneiro a grande fazenda cafeeira paulista era o modelo de estabelecimento rural,

com os cafezais na meia encosta e espigão, as colônias alinhadas linearmente aos fundos de vale na baixa encosta, próximas as demais benfeitorias e culturas de subsistência, seguidas pelas pastagens no fundo dos vales. (MORO, 1998, p. 5).

A crise cafeeira do início do século – que ocorreu devido à queda dos preços mundiais e internos a partir de 1895 e que atingiu seu ápice em 1902 – e seus

desdobramentos não afetaram o norte do Paraná porque a sua produção de café ainda não era expressiva. Enquanto que o governo do Estado de São Paulo procurou implantar medidas restritivas ao plantio do café, o governo paranaense o incentivava.

## 1.1. COLONIZAÇÃO DIRIGIDA E A COMPANHIA DE TERRAS NORTE DO PARANÁ

Nas décadas iniciais do século XX, sob a fase expansiva do terceiro ciclo de Kondratieff, a ocupação do Norte Novo e Norte Novíssimo teve “bases empresariais modernas” – apoiadas na colonização dirigida<sup>8</sup>, com pequenas propriedades e intenso desenvolvimento da cafeicultura – promovidas por empresas colonizadoras privadas, seguidas pela iniciativa do governo do Estado do Paraná.

Neste novo panorama, inaugurado devido a crise de 1929 e a fase recessiva do terceiro ciclo de Kondratieff, houve a necessidade do governo paranaense buscar renda em novas atividades econômicas em parceria com empresários particulares. As vendas foram organizadas, em sua maior parte, com base em pequenos lotes, voltadas aos trabalhadores nacionais e imigrantes estrangeiros. Os loteamentos, diferentemente dos anteriores, se estendem dos cursos d’água aos espigões, com propriedades de tamanho variado: chácaras ao redor de núcleos urbanos, seguidos de sítios e pequenas fazendas nos espigões.

Neste novo panorama destacam-se três empreendimentos colonizadores particulares: dois de capital japonês e um de capital inglês.

Os municípios de Uraí (1936) e Assaí (1931) originaram-se de concessões feitas a duas companhias de capitais japoneses: a “Brazil Tokushoku Kaisha” (BRATAC), e a “Nambei Toshikubushiri”. A população destas colônias era constituída de japoneses migrantes e a base de sua economia não era o café, e sim o algodão. Essas colônias prosperaram rapidamente, “dada à qualidade das terras e a assistência médica, agrônômica e financeira fornecida pelas próprias colonizadoras” (PADIS, 1981, p. 90).

O empreendimento colonizador de capital inglês, e que mais interessa a esta

---

<sup>8</sup> Segundo CANCIAN (1977, p. 135) a colonização dirigida é “efetuada por particulares, por empresas, ou pelo Poder Público, cujo planejamento antecede a vinda de colonos. O objetivo é a venda de terras e a promoção do povoamento. Os lotes são divididos e demarcados, são assegurados os meios de comunicação e transporte”.

pesquisa, originou-se de uma missão inglesa que chegou ao Brasil em 1923 chefiada por Lord Montagu, convidada pelo então Presidente Arthur Bernardes. Essa missão tinha como intuito “analisar a situação financeira, econômica e comercial de nosso país e a reformulação do sistema tributário” (ASARI e TUMA, 1978, p. 29).

A missão inglesa foi uma junção dos interesses do governo brasileiro em atrair investimentos e a do governo e empresários ingleses em buscar novas oportunidades para suprir a demanda por algodão de seu setor industrial. O capitalismo mundial estava se desenvolvendo sob a atuação da fase expansiva do terceiro ciclo longo e empresas estrangeiras se interessam pelo país.

Havia também o interesse dos fazendeiros paulistas em atrair capital nacional ou estrangeiro para a construção da estrada de ferro ligando Ourinhos a Cambará e a Jataizinho (BONI, 2004, p. 27).

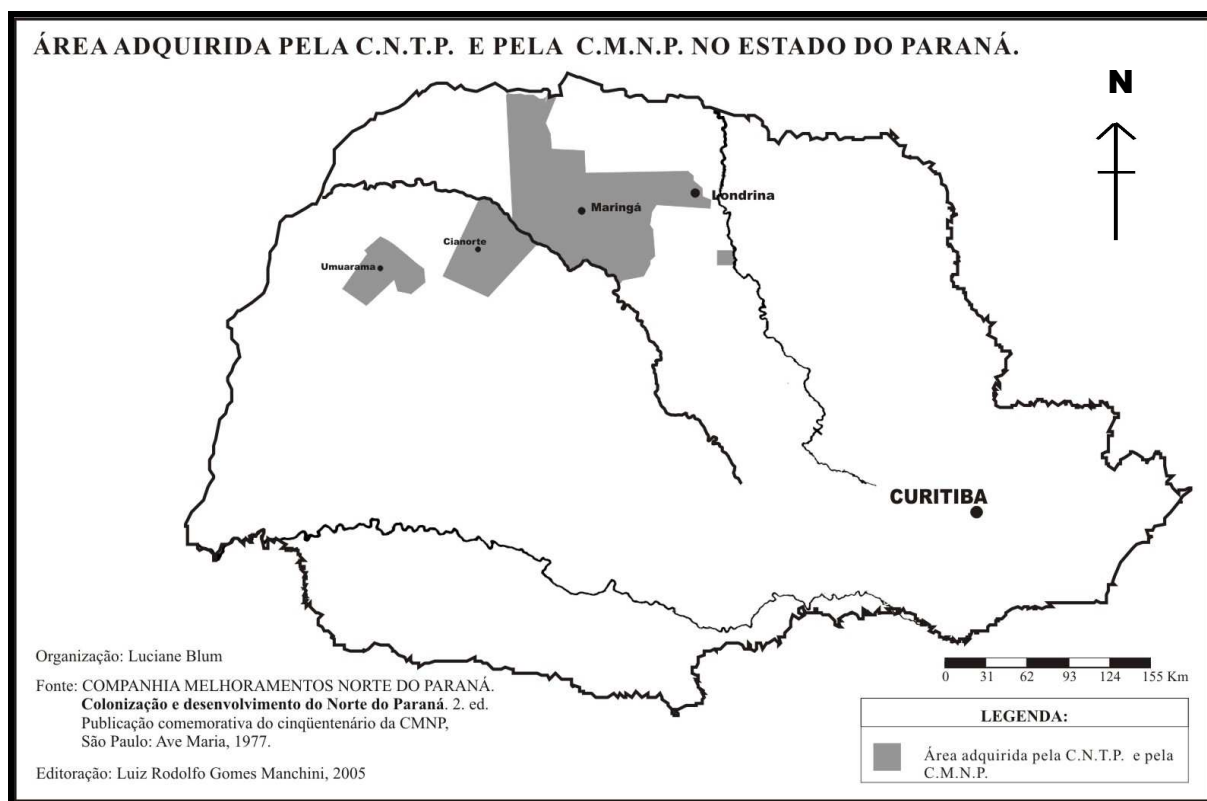
O chefe da missão, Lord Montagu, tinha como um de seus principais assessores Lord Lovat (Simon Joseph Fraser) diretor da “Sudan Cotton Plantations Syndicate”. Este era responsável pelos assuntos de agricultura e reflorestamento e tinha ainda a incumbência de estudar a possibilidade desta companhia vir a investir no Brasil, para obter o algodão necessário para suprir a indústria têxtil inglesa. Lovat visitou algumas fazendas no Estado de São Paulo e prolongou suas visitas até o Paraná. “Impressionado” com o que vira, entrou em contato com Arthur Thomas, gerente da “Sudan Plantations” e residente no Sudão (BONI, 2004; ASARI e TUMA, 1978).

Em 1924 é fundada na Inglaterra a “Brazil Plantations Syndicate Ltd.” com capital de 200 mil libras esterlinas. Em 1925 são fundadas a “Paraná Plantations Ltd.”, que contou com um capital de 75 mil libras esterlinas, e a Companhia de Terras Norte do Paraná, subsidiária brasileira fundada em São Paulo.

De acordo com Boni (2004, p. 31), Lord Lovat e Arthur Thomas ficaram convencidos do potencial da região devido à fertilidade de suas terras e com a possibilidade de investimentos na área imobiliária. Os interesses voltaram-se tanto para os negócios na área imobiliária que as fazendas para a produção de algodão

adquiridas no interior do Estado de São Paulo “foram praticamente abandonadas”.

De 1925 a 1928 a companhia adquiriu 515.017 alqueires<sup>9</sup> contínuos do melhor solo do Estado do Paraná. Mais tarde, em 1944, adquiriu uma outra área de 29 mil alqueires, separada da primeira, totalizando 544.017 alqueires.



### MAPA 1 – Área total adquirida pela Companhia de Terras Norte do Paraná

Fonte: CMNP, 1977, p. 250.

Na negociação da compra das terras com o Estado do Paraná – que foram adquiridas por um baixo valor, demonstrando o interesse do governo em ocupar e desenvolver a região – a companhia assumiu o compromisso de construir a estrada de ferro de Cambará até Guaíra, no intuito de posteriormente chegar ao Mato Grosso do Sul e ao Paraguai.

Para garantir o sucesso da colonização, a CTNP comprou em 1928 a Companhia Ferroviária São Paulo/Paraná que interligava Ourinhos – SP a Cambará – PR. A Estrada de Ferro foi reconstruída no trecho Ourinhos-Cambará. Entretanto,

<sup>9</sup> 1 alqueire é igual a 24200 m<sup>2</sup>.

as terras adquiridas encontravam-se na margem esquerda do Rio Tibagi e os núcleos e as vias de comunicação já existentes encontravam-se à direita. Para suprir esta carência, em 1932, os trilhos atingiram Jataizinho e foi inaugurada a ponte sobre o Rio Tibagi, chegou a Londrina em 1935 e em 1943 a Apucarana. O intuito ao se adquirir a ferrovia era o de propiciar meio de transporte aos núcleos urbanos e chegar até Cianorte e Umuarama, as cidades mais longínquas a serem fundadas pela CTNP.

Já a primeira ligação efetiva do Norte com Curitiba aconteceu em 1930, com a ligação de Jaguariaíva (situada na Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande) a Jacarezinho. A partir de então os produtos poderiam ser exportados via Porto de Paranaguá, entretanto, isto demorou a ocorrer devido as relações comerciais e pessoais estabelecidas com São Paulo por parte do fazendeiros que exportavam pelo Porto de Santos.

A posse efetiva da terra adquirida e o início do projeto de colonização entram em execução a partir de agosto de 1929 com a fundação de Londrina como sede (e “capital”) regional da CTNP (MÜLLER, 2001). Após a abertura de uma clareira foram construídas as infra-estruturas necessárias para receber compradores e investidores: os dois primeiros ranchos e os escritórios da Companhia em meio à mata virgem. Estabelecidos, iniciaram a derrubada de dez alqueires, sendo construídos o primeiro Hotel da CTNP e um Armazém (ASARI e TUMA, 1978).

A colonização da região foi toda previamente planejada e com diretrizes bem definidas, desde a construção das vias de comunicação, os planos de loteamento e a localização e estruturação dos núcleos urbanos. A ferrovia e a estrada principal foram construídas paralelamente, sob o principal espigão, o divisor de águas entre as bacias dos Rios Ivaí e Paranapanema. As estradas secundárias percorriam os espigões secundários e assim por diante até os caminhos vicinais (CMNP, 1977; MORO, 1998).

As declarações a seguir foram retiradas do livro “Colonização e Desenvolvimento do Norte do Paraná” (1977, p. 77, 79, 103 e 125), publicado pela CMNP, e servem para exemplificar como se deu o planejamento e a colonização do



norte do Paraná:

As cidades destinadas a se tornarem núcleos econômicos de maior importância seriam demarcadas de cem em cem quilômetros, aproximadamente. Entre estas, distanciados de 10 a 15 quilômetros um do outro, seriam fundados os patrimônios, centros comerciais e abastecedores intermediários. Tanto nas cidades como nos patrimônios a área urbana apresentaria uma divisão em datas residenciais e comerciais. Ao redor das áreas urbanas se situariam cinturões verdes, isto é, uma faixa dividida em chácaras que pudessem servir para a produção de gêneros alimentícios de consumo local. (...) Esse pequeno proprietário não agiria como o grande fazendeiro de café, que produziria grandes safras e as comercializava nos grandes centros, diretamente em São Paulo ou em Santos. Ele venderia seu pequeno lote de sacas de café nos patrimônios, aos pequenos maquinistas, que por sua vez comercializavam a sua produção nas cidades maiores, já com representantes das casas exportadoras. Por outro lado, **esse pequeno proprietário não gastaria o dinheiro recebido como o grande fazendeiro, nas grandes cidades. Ele o gastaria ali mesmo, no comércio estabelecido nos patrimônios, gerando assim uma distribuição de interesses e uma circulação local de dinheiro que constituiriam um salutar fator de progresso local e regional.**

Todas as cidades fundadas na área colonizada pela CMNP obedecem a um plano urbanístico previamente estabelecido. As praças e as ruas são abertas aproveitando o mais possível às características do relevo. Um núcleo urbano dividido em datas, destinadas à construção de prédios comerciais e residenciais. (...) firmou-se orientação no sentido de apoiar, na área colonizada pela Companhia, toda e qualquer iniciativa que pudesse beneficiar, direta ou indiretamente, a coletividade local. Os particulares que desejassem instalar indústrias, escolas e hospitais, na região gozariam de condições especiais para a compra de áreas urbanas ou suburbanas<sup>10</sup>. Os poderes públicos receberiam gratuitamente terrenos onde construir edifícios (prefeituras, correios, delegacias, escolas, etc...) e estações ferroviárias e rodoviárias (grifo nosso).

Podemos perceber com a citação acima o minucioso planejamento de colonização e desenvolvimento para uma região, planejamento este previamente concebido. Dado importante para esta pesquisa, para o entendimento do desenvolvimento do município de Londrina e de sua atividade comercial, é o trecho destacado em negrito. Neste fica claro a ação da companhia em prol do pequeno proprietário, com vistas ao desenvolvimento e sucesso de seu projeto colonizador. Como a grande parte dos lotes era de pequenas e médias propriedades, houve um adensamento populacional rural. Os pequenos produtores comercializavam os produtos excedentes e sua safra comercial no núcleo urbano mais próximo, e ali também iria adquirir os produtos de que necessitava. Havia então uma circulação de riqueza que gerou o desenvolvimento do local e da região serviu para fixar os moradores atuando como chamariz para o processo de colonização.

---

<sup>10</sup> Ao comprador do lote urbano era exigido em contrato a construção no prazo máximo de 1 ano.

As cidades no Norte Novo não deveriam ser apenas o lugar de moradia dos fazendeiros, das festas religiosas, do pequeno comércio e serviços voltados apenas à agricultura. Nesta nova fase, as cidades deveriam atender as necessidades de uma grande população rural e as complexidades das novas relações comerciais, de serviços e inclusive industriais, capitaneando o capital gerado no campo. Neste sentido, BONI (2004, p. 34) acrescenta que

Essas cidades pólo contariam com escritórios da CTNP e serviriam de apoio para o desbravamento e ocupação de outras localidades que viessem a ser criadas. Elas centralizariam os negócios da região, servindo como base para armazenagem e escoamento da produção e compra de equipamentos e insumos para a agricultura e secos e molhados, principalmente roupas, querosene, sal e açúcar para consumo doméstico.

O modelo de estabelecimento rural agora utilizado difere do da antiga fazenda cafeeicultora paulista apoiada no sistema do colonato. A paisagem foi tomada pelas pequenas e médias propriedades rurais apoiadas no trabalho familiar (MORO, 1998). Os compradores poderiam adquirir o seu lote de terras por um valor bem mais baixo do que os encontrados nas terras paulistas devido à especulação originada pelos latifúndios que impediam a aquisição de terras por pessoas de poucas posses, como os imigrantes, por exemplo.

Com a 2ª Guerra Mundial, os altos gastos fazem com que o governo inglês exija a repatriação dos investimentos em um curto espaço de tempo. Em 1939 a CTNP vendeu a estrada de ferro para o Governo Federal por 88.000 contos de réis em troca da anuência oficial do Estado, já que o valor era de 128.000 contos. Em 1944 a CTNP foi vendida a um grupo de capitalistas paulistas e em 1951 passa a se chamar Companhia Melhoramentos Norte do Paraná. Apesar da nova administração, o planejamento e os projetos para a colonização da região continuaram os mesmos: o loteamento de terras, a construção de estradas e núcleos urbanos.

O município de Maringá é fundado em 1946, já sob a nova administração, e destinado a se tornar a capital regional da porção mais a oeste dos domínios da Companhia. Desta nova administração são as cidades de Apucarana, Mandaguari,

Pirapó e Jandaia.

A partir de 1945 a CMNP,

(...) colonizou uma área correspondente a 546.078 alqueires de terras ou 1.321.499 hectares, ou ainda 13.166 quilômetros quadrados. Fundou 63 cidades e patrimônios, vendeu lotes e chácaras para 41.741 compradores, de área variável entre 5 e 30 alqueires e cerca de 70.000 datas urbanas com média de 500 metros quadrados (apud MORO, 1998, p. 7)

Diversos fatores, segundo MORO (1998) concorreram para o sucesso do empreendimento imobiliário. No nível político, o governo do Estado de São Paulo havia proibido a plantação de novos pés de café, o que não ocorria no Paraná, já que este precisava da atividade cafeeira para ser o chamariz do empreendimento imobiliário, e para substituir os recursos gerados pela decadente atividade ervateira. O governo paranaense, sem recursos para colonizar as terras do Norte do Estado, promove o povoamento vendendo as terras para a iniciativa privada. No nível geoeconômico, a terra roxa do Paraná, fértil e virgem, exerceu uma forte atração para os paulistas, pois não requeriam maiores investimentos e as safras eram compensadoras. No nível imobiliário (propiciado pela crise de 1929 e a necessidade de procurar novas atividades econômicas não baseadas apenas na agricultura) a estrutura fundiária baseada em pequenas e médias propriedades e as facilidades no pagamento contribuíram para que pequenos produtores, ex-colonos (de São Paulo, de Minas Gerais ou do Norte Pioneiro) se tornassem proprietários voltados à cafeicultura.

A fertilidade da terra e o progresso da região foram utilizados como propaganda para a companhia colonizadora. Em seus folhetos propagandísticos a CTNP tecia diversos comentários acerca da fertilidade da terra, do fato de não haver saúvas (sempre numa posição destacada e com letras grandes), além de colocar informação referente ao vertiginoso desenvolvimento dos núcleos urbanos por ela fundados, como, por exemplo, esta propaganda citada por MUSILLI e ABRAMO (2004, p. 22) e retirada da edição de 1935 do Jornal Paraná Norte: “a sede da companhia está situada em Londrina, a cidade de mais futuro do Norte do Paraná. Em Londrina se encontram bons e confortáveis hotéis, estabelecimentos comerciais de primeira ordem, igreja, hospital, bons médicos, três farmácias, água encanada

puríssima e cristalina, escolas, etc.”.

Em face do sucesso do empreendimento de colonização particular – especialmente da CTNP (e CMNP) – o governo do Estado promove o loteamento de grandes áreas devolutas na região noroeste do Estado, região denominada de Norte Novíssimo. O sistema foi semelhante ao praticado pelas Companhias, como a disposição e o tamanho dos lotes (MORO, 1998, p. 9). Porém, a partir da Segunda Guerra Mundial a ocupação se deu pautada nas estradas de rodagens e não mais nas estradas de ferro como elemento de colonização e ligação. Isto ocorreu, pois o governo, após a Segunda Guerra teve o orçamento comprometido e a construção da ferrovia era interrompida de tempos em tempos. Assim, atingiu Maringá somente em 1940 e Cianorte em 1972.

Diante da colonização promovida pela Estado, surgem vários núcleos urbanos como Paranavaí (1942), Içara (1941), Jaguapitã (1943), Centenário (1944), Interventor (1950) e Pagu (1950). Em Paranavaí (colônia maior, localizada a 78km de Maringá) as propriedades rurais possuíam tamanho maior, em torno de 129 a 98 ha, podendo chegar a 500 ha<sup>11</sup> (MULLER, 2001, p. 103).

O café era um dos fatores da unidade paisagística da região. Nas pequenas propriedades, o pequeno produtor provia sua subsistência plantando milho, arroz, mandioca e outros produtos. Em alguns casos, procurava se salvar das oscilações de mercado plantando um outro produto comercial, como o algodão. Outras vezes o pequeno produtor mantinha uma cultura diversificada, como nas colônias japonesas e em outros casos.

A cafeicultura foi a principal atividade econômica que originou a ocupação humana e econômica do Norte Paranaense. A maior parte da população se concentrou inicialmente no setor primário. PADIS (1981, p. 81) aponta que a cafeicultura proporcionou “economias externas” como ferrovias, rodovias, escolas, armazéns, agroindústrias; e diversas atividades no setor terciário, como bancos, comércio, transportes, corretagens, e beneficiamento de produtos agrícolas,

---

<sup>11</sup> 1 hectare equivale a 10000 m<sup>2</sup>.

geralmente localizados nos núcleos urbanos. Além do povoamento no campo houve um processo de urbanização. Atraídos pelo progresso econômico, a região Norte do Paraná recebeu inúmeros migrantes, tanto estrangeiros como nacionais, com destaque aos paulistas, mineiros e nordestinos.

O crescimento da população atingiu taxas de crescimento “até então nunca registradas em qualquer outra parte do país”. Em 1940, a população era de 340.449 habitantes, 27,5% do total do Estado do Paraná. Em 1950, a população atingiu 1.029.025 habitantes, 48,6% da população, ou seja, houve um aumento de 202,2%. Em 1960 a região contava com 43,1% da população do Estado: 1.843.679 habitantes (PADIS, 1981, p. 94 e 95). O sucesso da cafeicultura propiciado tanto pelas condições geográficas, e econômicas, quanto pelo planejamento e a forma de colonização proporcionaram as condições para que a riqueza gerada pela cafeicultura e a conseqüente estrutura de apoio à atividade gerasse o desenvolvimento econômico, a urbanização e o adensamento populacional do Norte do Paraná (MORO, 1998; PADIS, 1981).

Nas áreas comercializadas pela CTNP (e CMNP) instalaram-se alguns das mais importantes municípios do Estado como: Londrina, Maringá, Cianorte, Umuarama, Apucarana, Arapongas e Rolândia. Os núcleos principais estão localizados no espigão mestre, servidos pela ferrovia e a estrada principal. “São *pequenas capitais regionais*”, dominando certa área de povoamento ao seu redor. O colono, de acordo com a necessidade, poderia recorrer aos recursos de “centros urbanos hierarquicamente escalonados” (MÜLLER, 2001, p. 107). Esta hierarquia foi previamente planejada pelas companhias de colonização. Os habitantes da região iriam conseguir os gêneros e serviços de primeira necessidade no núcleo urbano mais próximo, em torno de 15 km em média. À medida que precisasse de produtos e serviços mais elaborados, poderia se dirigir aos centros urbanos maiores, como Londrina e Maringá. Percorria em torno de 100 km em uma rede viária previamente planejada: tanto ferroviária como rodoviária.

O Sul do país e o Norte do Paraná tornaram-se, historicamente, uma das regiões agrícolas mais famosas do país devido ao seu papel no abastecimento dos centros urbanos e no fornecimento de matérias-primas para as indústrias do Centro-

Sul, passando a ser chamado de “celeiro do Brasil”.

A partir de 1960, e principalmente de 1970, a agricultura brasileira entrou em um processo de modernização. Neste contexto, o Paraná começou um processo de modernização de sua agricultura. Em meados da década de 1960, a monocultura comercial do café passou a ser substituída por pastagens. No final dos anos 1960 iniciou-se a cultura associada de trigo e soja além de outras atividades. As sucessivas geadas – 1967, 1969, 1972, 1975 – e as condições de mercado – preços favoráveis às culturas da soja e do trigo – estimularam a substituição de culturas. Concomitantemente, houve uma mudança na estrutura fundiária – concentração da posse da terra – devido à necessidade de extensas áreas para o plantio da soja e trigo em razão da tecnologia e do intensivo uso do capital (MORO, 1998). É também na década de 1970 que o desenvolvimento industrial paranaense acentua-se.

Portanto, o Norte do Paraná foi ocupado de modo diferenciado de acordo com a conjuntura dos diferentes períodos, o que acabou resultando nos chamados Norte Pioneiro, Norte Novo e Norte Novíssimo. Um dos fatores de unidade da região, no caso unidade econômica, foi à cultura cafeeira.

As cidades fundadas pela CTNP (e CMNP) tinham como função coletar, beneficiar e comercializar a produção rural que atendia a demanda regional, o mercado paulista e o mercado externo. Além disso, atendiam ao grande mercado consumidor (em grande parte rural) sendo o comércio varejista (armazéns de secos e molhados; bazares; lojas de tecidos, confecções e calçados; lojas de móveis e utilidades domésticas) muito expressivo. Inicialmente, o comércio tinha como seu principal representante os armazéns de secos e molhados, pois comercializavam os gêneros alimentícios e variados produtos para uso doméstico e agrícola. Estes estabelecimentos eram, em sua maioria, de capital local, sendo abastecidos por atacadistas de Londrina e Maringá, filiais de empresas paulistas e paulistanas.

Desde a sua concepção, as cidades de Londrina e Maringá foram criadas para desempenhar a função de centros regionais. Londrina se destacou em termos populacionais, nas atividades de serviços e na atuação de seu comércio varejista e atacadista, possuidor, tanto de produtos básicos quanto dos mais finos e raros.

É neste panorama que é fundada Londrina, município criado como sede da CTNP e principal centro da região. Foi sob este panorama que o município se desenvolveu, assim como a atividade comercial. Este foi o pano de fundo de ocupação do Norte do Paraná e da fundação da cidade de Londrina. No próximo capítulo, trataremos de forma mais específica a Formação Sócio Espacial (FSE) de Londrina e a gênese de sua atividade comercial.

# FORMAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DE LONDRINA



**Vistas parciais da cidade de Londrina no início da colonização e na década de 1990**

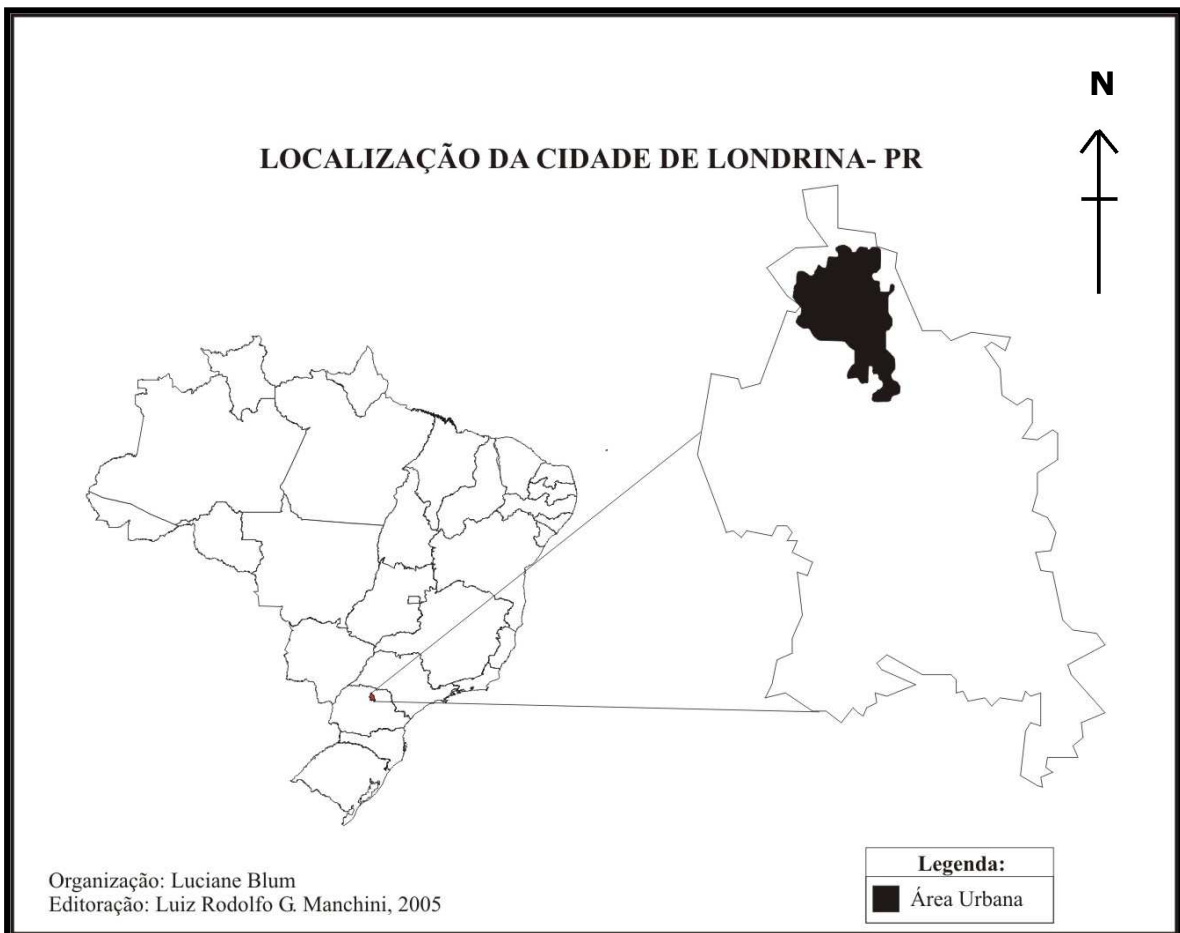
Fonte: Prefeitura do Município de Londrina. Perfil do Município de Londrina, 2003.

## ***CAPÍTULO II***



## 2.1. FORMAÇÃO SÓCIO ESPACIAL DE LONDRINA E PRIMÓRDIOS DA ATIVIDADE COMERCIAL

O município de Londrina localiza-se ao Norte do Estado do Paraná, mais precisamente entre as coordenadas 23°08'46" e 23°5'5'46" de latitude sul, 50°52'23" e 51°19'11" de longitude oeste, sendo atravessada pelo Trópico de Capricórnio. O clima é subtropical com temperatura média de 21,3°C, altitude média de 576m e o tipo de solo é o latossolo, a chamada "terra roxa" (PML, Perfil de Londrina, 2004).



**MAPA 2 - Localização do município e da área urbana de Londrina – PR**

Fonte: PML, Perfil do Município de Londrina, 2003.

Ocupa uma posição estratégica em termos geoeconômicos e se constituiu em um centro de referência macro-regional. Está distante da Capital do Estado, Curitiba, 379 km e 528 km da cidade de São Paulo – SP. O município cresceu de forma acelerada em seus mais de 70 anos de existência, possuindo atualmente

480.822 mil habitantes e uma área de 1.650,809 Km<sup>2</sup>.<sup>1</sup>

Fruto de um projeto de colonização dirigida, o nome “Londrina”, ou “pequena Londres” foi escolhido em homenagem aos ingleses, donos da Companhia de Terras Norte do Paraná.

Em 21 de agosto de 1929 chegou à região um grupo de funcionários da CTNP que tinha como objetivo fundar um núcleo urbano para ser a cidade sede do plano de colonização inglês. Após derrubarem a mata construíram o Hotel Campestre, o armazém e o escritório da companhia com a madeira retirada do próprio local. O armazém deveria suprir as necessidades dos compradores que viriam e posteriormente se estabeleceriam na região, pois a região ainda era uma densa mata e isolada, sendo acessível apenas por meio de “picadas”.

Criada com a função de coordenar, orientar e promover o plano de colonização da CTNP, desde o início constitui-se em centro coletor de matéria-prima e distribuidor de bens de produção e serviços à população regional.

A roçada do mato, a abertura de ruas e os respectivos serviços de urbanização levaram cerca de dois anos, mas as primeiras vendas de lotes rurais e datas do patrimônio já se iniciaram em 1930<sup>2</sup>.

A primeira caravana de compradores, composta por oito japoneses, chegou em maio de 1930 e rendeu as primeiras aquisições rurais.

Como outras cidades criadas pela CTNP, teve sua planta pré-estabelecida. Sua planta urbanística assemelhava-se a um tabuleiro de xadrez<sup>3</sup>. Enviada a Londres para aprovação, retorna com indicação para a diminuição da largura das vias que deveriam passar de 12 para 8 metros, afinal, para os ingleses a cidade não iria ultrapassar os 30 mil habitantes (FOTO 1). Para CASTELNOU (2002), no traçado de Londrina “existem semelhanças, em muitos aspectos as cidades-jardim

---

<sup>1</sup> Dado de população: IBGE – Estimativa da População 2004 e dado de área: Resolução nº 05 - IBGE, de 10/10/02.

<sup>2</sup> (CASTELNOU, 2002, p. 39).

<sup>3</sup> Padronização de quarteirões e vias de acesso aos lotes individuais com 12m de largura. As quadras tinham 110m de comprimento, divididas em 20 ou 24 lotes urbanos. A ferrovia e a rodovia (localizadas sobre o espigão central) são os componentes principais do sistema viário.

inglesas do início do século XX”<sup>4</sup>.



**FOTO 1 – Londrina em 1934**

Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 40.

Londrina foi Distrito Administrativo da vizinha cidade de Jataí até 03 de dezembro de 1934 quando foi elevada a categoria de município. Em 10 de dezembro de 1934 ocorreu a instalação do município e a posse do primeiro prefeito. BONI (2004, p. 104), nos esclarece acerca de alguns fatores que possibilitaram que o distrito fosse elevado a categoria de município tão rapidamente:

“Em tese, todos os pré-requisitos necessários à época para que um povoado se emancipasse como município estavam atendidos. E mais, Londrina representava a porta de entrada para o desbravamento e colonização do Norte Novo. Era preciso lhe dar autonomia de decisões administrativas, desmembrá-la de Jataizinho e transformá-la em município. A presença da Companhia de Terras era um fator econômico muito forte – era a mola propulsora do progresso na região”.

A CTNP dotava o núcleo urbano com os serviços essenciais, como água, coleta de lixo, limpeza e capina das ruas que eram cobrados da prefeitura de

---

<sup>4</sup> Para maiores informações acerca da influência do modelo de cidades-jardim no traçado das cidades do Norte do Paraná, consultar SZMRECSANYI, Maria I. O modelo das cidades-jardins no Norte Novo do Paraná. In: SZMRECSANYI, Maria I.; ZANI, Antonio C. (orgs.). São Paulo: FAU-USP/UEL, 2003, p. 69-84.

Jataizinho.

Em 1936, dois anos após ser emancipada, de acordo com a publicação comemorativa Londrina no Jubileu de Prata<sup>5</sup>, o município possuía 1120 casas na zona urbana e 2357 na zona rural. A frota de veículos contava com 60 automóveis, 135 caminhões, 6 ônibus, 99 bicicletas e 281 carroças. Acerca dos estabelecimentos, havia 611 “firmas, comerciantes e industriais” e 3 agências bancárias. A arrecadação municipal para aquele ano estava orçada em 184:890\$000, mas chegou a 260:772\$100.

Ainda na década de 1930, Londrina obteve um grande desenvolvimento de sua área urbana, devido às primeiras safras de café colhidas na região, com as primeiras edificações de concreto. Atraiu mais empreendedores, investidores, comerciantes, profissionais liberais, trabalhadores, aventureiros, contaminados pela febre do ouro verde. Segundo MUSILI e ABRAMO<sup>6</sup> o desenvolvimento de Londrina poderia ser notado através dos anúncios nas páginas do Jornal Paraná Norte. O comércio oferecia vários tipos de produtos, como:

Pneus Goodyear, gasolina Standart e o afamado querosene Jacaré eram encontrados na Casa São Paulo. O estabelecimento A Martins & Cia oferecia no jornal produtos da fábrica de Jose de Souza Ribeiro, especialista em fogos de vistas<sup>7</sup>, rojões baterias, e artifícios modernos.

Os primeiros estabelecimentos comerciais vendiam produtos secos e molhados, ferragens, fumo e tecidos em geral. Entre estes figuram, a Casa Central (de David Dequech), Casa Combate (de Elias Tarran), Loja Wanderley, a Casa Alemã (de Frederico Schultheiss, que mais tarde passou a chamar-se Casa Mercúrio), e a Sapataria Sorace. Em 1935 surgem as Casas Pernambucanas e em 1936 a Casa Fuganti, que mais tarde passou a chamar-se Irmãos Fuganti. O comércio era variado, com predominância de casas comerciais que trabalhavam com produtos de primeira necessidade, como os denominados secos e molhados. Entretanto, havia uma diversificação nos produtos ofertados, comercializando

---

<sup>5</sup> BRANCO e MIONI, 1959, p. 13.

<sup>6</sup> (2004, p. 12 e 24)

<sup>7</sup> Fogos de vista são fogos de efeitos visuais especialmente preparados para determinados eventos e queimados pelo mestre fogueteiro que o fabricou. São dispostos em armações com formatos de figuras variadas.

alimentos, bem como calçados, tecidos e ferragens. Os estabelecimentos mais especializados seriam as farmácias, alfaiatarias e ateliers (confeção de roupas masculinas e femininas), marcenaria e salão de beleza. Na Avenida Paraná (atual Calçadão) estabeleciam-se atividades comerciais como as “as Casas Central, Castro, Brasil, Paulista e Bonfim, a Farmácia São João e uma série de outros bazares e lojas que vendiam ferragens, louças, artigos de couro, material fotográfico e o que mais a população precisasse”<sup>8</sup>.

Em 1936, de acordo com Nogueira (2004, p. 74) na região central da cidade, em torno da igreja havia: a casa paroquial, a Casa Sete, o hospital e as residências dos médicos da CTNP, as Casas Catarinenses, o colégio das freiras, o Redondo (clube da elite), a sede da CTNP, a farmácia e drogaria São João, as Casas Pernambucanas, a Casa Castro, uma relojoaria, a Casa Brasil, a farmácia Santa Isabel, o cine São José, a agência Chevrolet e as residências de Willie Davids e Mister Thomas, entre outros estabelecimentos. Ainda de acordo com esta autora, o colono ou pequeno sitiante levava para a cidade o excedente de sua produção, não importando quão pouco fosse:

vendia o que dava, mesmo que fosse apenas uma galinha, um frango, um galo, uma dúzia de ovos, uma réstia de alho ou de cebola, uns litros de ervilha ou algumas vassouras, tudo podia ser convertido em moeda. (...) Os homens da roça traziam os seus produtos na carroça, no lombo do cavalo dentro de um piquá, ou no próprio lombo. Com o resultado desse pequeno comércio podiam se abastecer nas vendas, onde estavam expostos desde bacalhau a cordas, arames, baldes, peças de arreios. Podiam, também, dar-se ao luxo de se sentar numa mesa de padaria ou bar, comer pão com mortadela ou com sardinha em conserva e beber um guaraná sem gelo. (...) Comprava-se pimenta do reino, sal, açúcar, farinha de trigo, café cru, fósforo, soda, linha para costurar, barbante, vinagre, sabão e também a tripa para embutidos. O café e o arroz podiam ser comprados direto nas máquinas de beneficiar. Os tecidos eram comprados na Casa Fuganti ou nas Pernambucanas. E esta ostentava o selo de garantia das cores. Assim como os moradores da zona rural, em casa, a compra de tecidos era anual. Fazia-se um estoque e, aos poucos, iam sendo costuradas as roupas de vestir de trabalho e domingueiras, e de cama e mesa.

Embora inicialmente projetada para ser uma cidade pequena, Londrina obteve um rápido e intenso crescimento estrutural e populacional, como podemos observar na tabela 1 e 2:

---

<sup>8</sup> MUSILI e ABRAMO, 2004, p. 31; NOGUEIRA, 2004, p. 74.

**TABELA 1 – Evolução do n.º de construções**

<b>Ano</b>	<b>N.º de construções</b>
1930	2 ranchos da CTNP
1931	9 prédios de madeira
1932	150
1933	400
1934	600
1935	700
1936	1120
1937	1441
1938	1623
1939	1744
1954	18079

Fonte: BRANCO e MIONI, 1959.

O Município surgiu com característica essencialmente agrícola. De acordo com a tabela 2, podemos perceber que até 1960, a população rural ultrapassava a população urbana, fato que veio a se modificar com o processo de modernização da agricultura e a substituição de culturas, o que ocasionou a migração do campo para a cidade. A evolução do capitalismo nos anos 1960 e 1970, com suas novas e modernas técnicas agrícolas, e as intensas e sucessivas geadas deste período fizeram com que o café fosse substituído pela pecuária (num primeiro momento) e então por culturas de soja, trigo e milho.

**TABELA 2 – Evolução da população residente do Município de Londrina**

<b>ANO</b>	<b>URBANA</b>		<b>RURAL</b>		<b>TOTAL</b>	
	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
1950	34.230	47,93	37.182	52,07	71.412	100,00
1960	77.382	57,40	57.439	42,60	134.821	100,00
1970	163.528	71,69	64.573	28,31	228.101	100,00
1980	266.940	88,48	34.771	11,52	301.711	100,00
1991	366.676	94,00	23.424	6,00	390.100	100,00
1996	396.121	96,02	16.432	3,98	412.553	100,00
1997	-	-	-	-	420.180	100,00
1998	-	-	-	-	426.607	100,00
1999	-	-	-	-	432.257	100,00
2000	433.369	96,93	13.696	3,07	447.065	100,00
2005	-	-	-	-	488.287	100,00

Fonte: PML, Perfil do Município de Londrina, 2001 e 2004;

Suas condições climáticas e pedológicas favoreceram o desenvolvimento da lavoura cafeeira que lhe rendeu o título de “Capital Mundial do Café”. Entretanto, devido a sua localização e forma de colonização, desde cedo tendeu a concentrar atividades comerciais e de prestação de serviços.

Segundo PADIS (1981, p. 93), por volta de 1945 já existia no município uma população de 30 nacionalidades diferentes, sendo 12,5% de italianos, 7% japoneses, 6% alemães, além de 42% entre paulistas e mineiros.

Localizada em uma região estratégica, era o centro de ligação entre as cidades do Norte do Paraná (Maringá, Apucarana, Paranavaí, Cianorte e outras...) e grandes capitais como Curitiba, São Paulo e o porto de Santos. Eixo de comunicação e entreposto comercial, Londrina se tornou um centro exportador de produção agrícola e distribuidor atacadista de diversos produtos. Desenvolveu-se como prestadora de serviços e centro regional de compras, cultura e lazer. Segundo GRASSIOTTO (2003, p. 105), vários fatores explicam o desenvolvimento da cidade: os aspectos físicos e a localização privilegiada; o parcelamento das propriedades rurais em lotes pequenos, com aproximadamente 16 alqueires; a fundação dos núcleos urbanos com uma distância média de 15 km visando uma maior integração; escoamento da produção via Santos, e a criação de uma ferrovia ao lado de uma rodovia; o planejamento e a capacidade empreendedora da companhia inglesa.

Em 1937, os comerciantes se articularam, cerca de 30 empresários, a maior parte instalados na rua Heimtal (atual Duque de Caxias) e criaram a Associação Comercial de Londrina (ACL)<sup>9</sup> com o intuito de buscar o desenvolvimento da região e cobrar melhorias junto aos governos municipal, estadual e federal. Dentre estes, três pessoas se destacam na criação da entidade: David Dequech, dono da Casa Central; João Alfredo de Menezes, dono de uma papelaria; e o farmacêutico Pedro Santiago Chocair<sup>10</sup>. A associação foi aberta aos comerciantes e empresários de outros setores, inclusive agricultores e pecuaristas e, além de reivindicar interesses comuns, tinha também um papel social. Embora comercial, sua primeira reivindicação foi pedir melhorias nas condições de transporte para o escoamento da produção madeireira já que uma crise no comércio de madeiras afetaria outros ramos comerciais. A madeira seria o “primeiro ciclo econômico municipal” devido a sua abundância inicial e por influir diretamente na urbanização dos anos 1930 e 1940. Tudo, desde a igreja, o hospital, o hotel, as casas comerciais e as residências

---

<sup>9</sup> Em 1987 a ACL passa a se chamar ACIL: Associação Comercial e Industrial de Londrina.

<sup>10</sup> SCHWARTZ, 1997, p. 8 e 9.

eram de madeira.

Considerada por alguns como “poder emergente no sertão”<sup>11</sup>, após um manifesto de “fazendeiros e negociantes” do Norte do Paraná contra impostos publicado na Folha da Manhã de São Paulo, o então interventor Manoel Ribas pediu a ACL “que o desagravasse perante o presidente da República”<sup>12</sup>. Entretanto, a entidade também opinava em outras questões, como, por exemplo, orientava a construção de praças, do primeiro prédio da prefeitura, do aeroporto e da Santa Casa; a instalação do Colégio Marista, a sede para o Tiro de Guerra. Protestou contra a cobrança exacerbada de impostos; exigiu e cobrou a construção da ponte rodoviária sobre o Rio Tibagi (fato cobrado a Manoel Ribas em 1942), além de fiscalizar as contas da Prefeitura.

A primeira sede da ACL localizava-se em uma casa de madeira, na esquina das ruas Mato Grosso e Santa Catarina, mas já em 1938 foi formada uma comissão voltada para a construção de uma sede própria. Em 1942 foi inaugurado um prédio em terreno doado pela CTNP (FOTO 2), após, decidiu-se pela construção de uma nova sede, pois a anterior havia se tornado pequena.



**FOTO 2 – Vista da segunda sede da Associação Comercial de Londrina (ACL) construída em 1942**

Fonte: ACL, 1987.

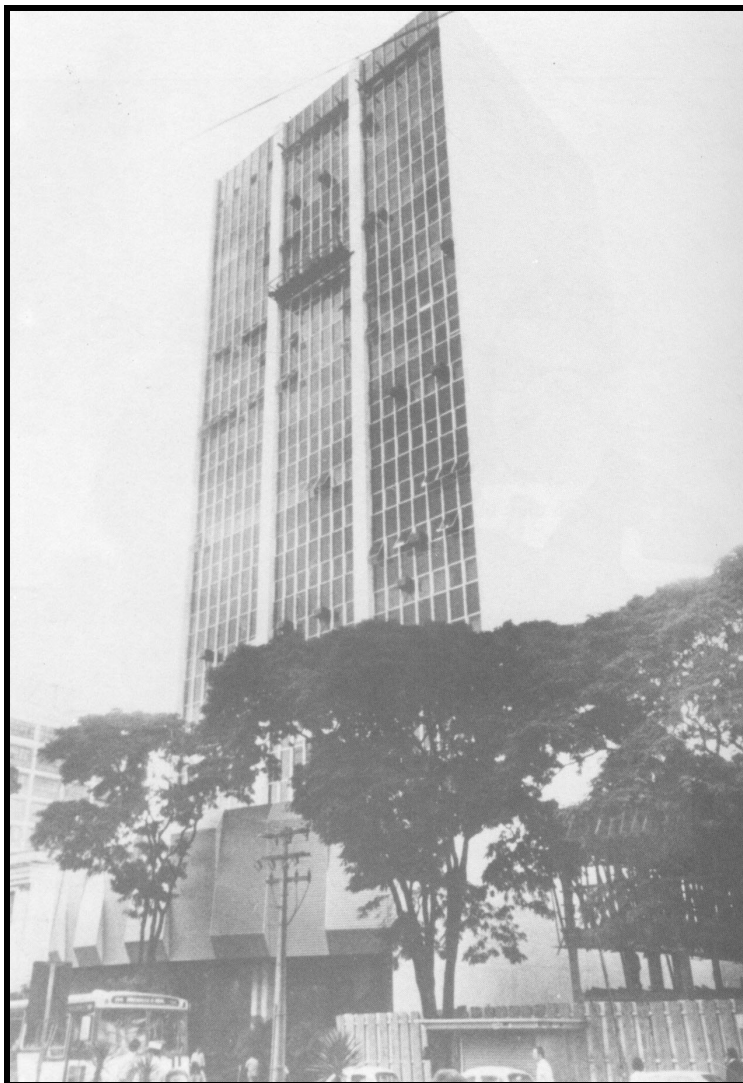
---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Ibid, p. 6.



Em 1976 foi inaugurado no atual Edifício Palácio do Comércio, com 19 andares e localizado na área central (FOTO 3).



**FOTO 3 – Terceira sede da Associação Comercial e Industrial de Londrina (ACIL), Edifício Palácio do Comércio, construído em 1976.**

Fonte: SCHWARTZ, 1997, p. 46.

Outro importante meio de integração foi o primeiro campo de pouso em Londrina, construído em 1938. Em 1956 ele foi transferido de local, sendo construído o terminal de passageiros e realizada a pavimentação de suas pistas. Cidades circunvizinhas eram servidas por linhas aéreas regulares, tendo como base Londrina. Segundo CASTELNOU, (2002, p. 123),

As novas instalações chegaram a receber a terceira colocação em movimento de tráfego aéreo no Brasil, uma vez que Londrina era considerada a base central de operações naquela época, pois se expandia

para todos os cantos, atraindo viajantes de todas as partes.

As primeiras atividades industriais do município estavam relacionadas às atividades extrativas, abundantes, no início da colonização: serrarias e carpintarias. Dentre estas, destaca-se a “Indústrias Mortari” que iniciou suas atividades em 1936 nos ramos de carpintaria, serraria, cerâmica, e pedra britada (ACIL, 1978, p. 22).

Na década de 1940, ocorreu um intenso desenvolvimento comercial, pois, de acordo com CASTELNOU (2002, p. 45) foi quando aconteceu o fortalecimento da estrutura comercial de Londrina. Empresas atacadistas de gêneros alimentícios e de armarinhos, filiais de empresas paulistas, instalaram-se na cidade e vendiam para viajantes e demais moradores. “A atividade produtiva limitava-se a elaboração da matéria-prima regional, através de máquinas de café e de cereais”, o que resultava na dependência econômica em relação a São Paulo e a outros centros industrializados. Abaixo, vista da região central da cidade na década de 1940.



**FOTO 4 – Avenida Paraná (atual Calçadão) na década de 1940, após período de chuvas.**

Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 48

A partir de 1946 começaram a surgir novos loteamentos, em uma iniciativa de expansão urbana para além dos limites da área original estabelecida pelo projeto da CNTP, sem haver nenhum plano diretor por parte do poder público (CASTELNOU, 2005, p. 45).

Em meados da década de 1940, o município e o Estado tomaram grande impulso devido à cafeicultura. Londrina se destacava por ser considerada a principal cidade ou capital econômica da região que impulsionava a economia do Estado. Esta situação de destaque estava presente no discurso das elites, sendo chamada de “Capital do Norte”, “Cidade Progresso”, “Capital Mundial do Café” e “Eldorado”.<sup>13</sup> Essa condição era reforçada pelos órgãos governamentais, relatos jornalísticos e produções comemorativas.

Entretanto, as atividades não se limitavam à cafeicultura, pois havia um intenso comércio atacadista e varejista de alcance não apenas local, mas regional. Os estabelecimentos comerciais, “trabalhavam com produtos alimentícios, vestuário, calçados e equipamentos agrícolas, perfazendo um total de aproximadamente 200 estabelecimentos”. (apud ROLIM, 1999, p. 24).

ARIAS NETO (1998, p. 59) acrescenta que

*carroças e caminhões levavam também, de distintos pontos no município, os produtos destinados a venda na praça de São Paulo e a exportação: algodão, milho, arroz, feijão, café, suínos, peles e madeiras. Parte da produção de algodão e principalmente da madeira era exportada diretamente por firmas locais ou filiais de empresas estabelecidas em Londrina ou em cidades próximas. Nos primeiros anos o comércio, a policultura, a extração, industrialização e exportação de madeira foram os principais negócios da cidade. Em 1936, as estatísticas municipais registram 611 empresas comerciais e industriais e 3 bancos.*

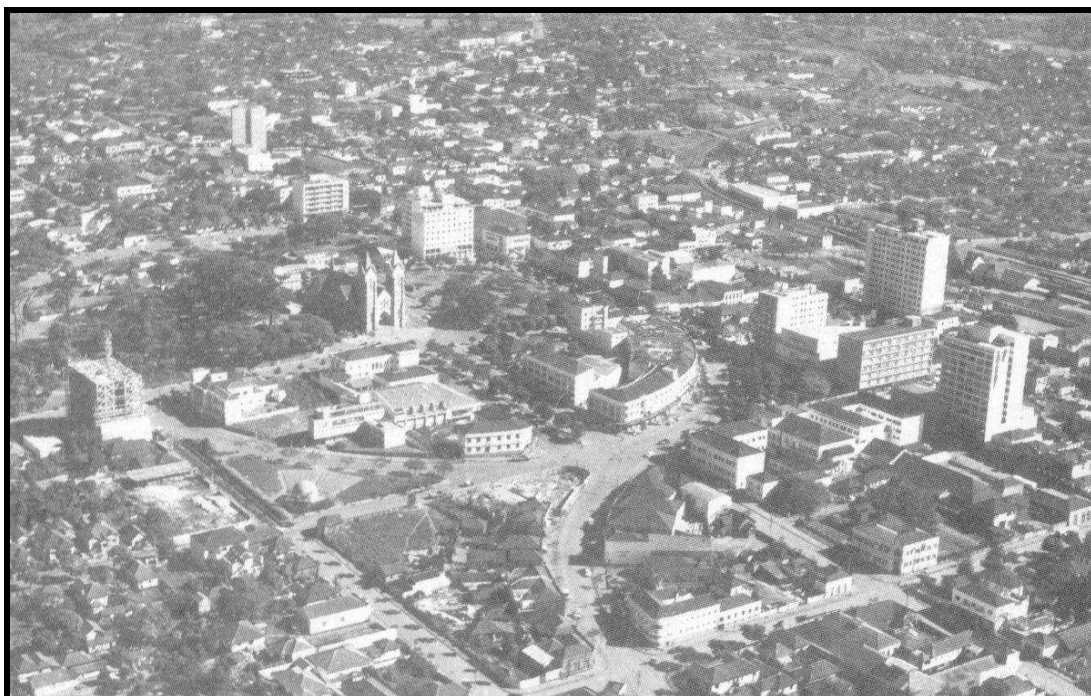
Em 1948, as estatísticas registraram 478 indústrias (serrarias, máquinas de beneficiamento de arroz, milho, algodão e café, ateliers e alfaiatarias, cerâmicas e selarias, marcenarias, carpintarias, torrefação e moagem de café, oficinas mecânicas, fábricas de doces, sapatarias, tipografias); os estabelecimentos comerciais eram em número de 878 (açougues, barbearias, bares, quitandas, casas de calçados, casas comerciais diversas, cerealistas, peixarias, tinturarias e lavanderias). Além destes, existiam 45 hotéis e pensões, 4 cinemas, 154

---

<sup>13</sup> (ARIAS NETO, 1998).

consultórios e/ou escritórios profissionais liberais (médicos, advogados, dentistas, farmacêuticos, engenheiros)<sup>14</sup>.

Nas décadas de 1930 e 1940, o município de Londrina tornou-se uma importante cidade na região do Norte do Paraná. O desenvolvimento agrícola, especialmente na cafeicultura, fez com que recebesse, nos anos de 1950 e 1960 o título de “Capital Mundial do Café” e “Capital Regional”. Neste período e também nos anos de 1970 ocorre um intenso crescimento, tanto no nível demográfico quanto no espacial.



**FOTO 5 – Vista parcial da cidade de Londrina em meados da década de 1950.**

Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 50.

Nos anos de 1950 (vide FOTO 5), Londrina surge no cenário nacional como importante cidade do interior do Brasil, “em cuja dinâmica demográfica e econômica estavam vinculados e integrados vários aspectos sócio-políticos”<sup>15</sup>. As fortes geadas de 1953 e 1955 provocaram uma intensa migração campo-cidade. No final da década de 1940, mais da metade da população londrinense morava na zona rural, e já na década de 1960 mais da metade da população se concentrava na zona urbana. Paralelamente, começaram a despontar novos centros polarizadores no

<sup>14</sup> (apud ARIAS NETO, 1998, p. 145).

<sup>15</sup> (CASTELNOU, 2002, p. 117).

norte paranaense, como Maringá. Os anos 1950 são marcados pela expansão urbana de Londrina e pelo desenvolvimento do setor industrial “com a instalação dos ramos alimentícios, madeireiro e moveleiro” (ACIL, 1987, p. 23).

A circulação de riqueza pode ser visualizada com o aumento de instituições financeiras que se instalaram na cidade. Em meados da década de 1930 chegaram os primeiros bancos e nos anos 1950 eram em torno de 30<sup>16</sup>. Em 1936 a Caixa Econômica Federal instala-se no município, mas apenas limitou-se a receber dinheiro em depósito. O Banco Noroeste é inaugurado em fevereiro de 1938 e o Banco do Brasil em julho de 1939. No início da década de 1940 os quatro primeiros bancos instalados<sup>17</sup> possuíam matrizes no Estado de São Paulo, o que coincide com a instalação de filiais de importantes estabelecimentos comerciais paulistas, atacadistas de gêneros alimentícios.

A crescente urbanização da cidade e o aumento populacional da região ocasionaram um crescimento da demanda de bens industrializados no mercado consumidor local. Segundo CASTELNOU (2002, p. 120) “houve um maior consumo de bens industrializados de São Paulo e formou-se o embrião de um processo de industrialização na própria região”. Surgiram alguns grupos regionais que mais tarde transformaram suas indústrias em grandes empreendimentos, como é o caso da empresa Cacique Café Solúvel e da Cervejaria Londrina, futura Skol Cervejaria.

“O maior volume de capital estava voltado para o café, entretanto, o próprio lucro criado por este setor gerou o germe do processo industrial. A proximidade com São Paulo era responsável, em grande medida, pelo entrave colocado ao desenvolvimento industrial na região norte paranaense”. (CASTELNOU, 2002, p. 121; e PADIS, 1981).

A década de 1960 caracterizou-se por um maior desenvolvimento industrial e correspondeu a um aumento de consumo de bens industrializados em Londrina, primeiramente vindos de São Paulo. Entretanto, também ocorreu uma acelerada implantação de empresas na região, voltadas ao mercado interno e externo, como, por exemplo, a Garcia (transporte de passageiros), Anderson Clayton e Braswey (processamento de soja), Ultrafértil (fertilizantes), e Londrifarma (medicamentos).

---

<sup>16</sup> Dados extraídos de ROLIM, 1999, p. 24.

<sup>17</sup> Banco Noroeste (1938), Banco do Brasil 91939), Banco América do Sul S/A (1940), Banco do Estado de São Paulo S/A (1942), (ASARI e TUMA, 1977, p. 83).

CUNHA (2005, p. 89) confirma o fato ao afirmar que “nos anos 60 ocorre à implantação de indústrias no município, voltadas não apenas para o mercado local, mas sim, nacional e externo”.



**FOTO 6 – Vista parcial da cidade de Londrina nos anos de 1960.**

Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 127

Nos anos de 1960 o governo do Paraná preocupou-se com à integração do Estado. O norte paranaense foi conectado a capital com a construção da Rodovia do Café para a produção ser escoada não mais pelo porto de Santos – o norte paranaense possuía muito mais afinidade com São Paulo – e sim pelo Porto de Paranaguá.

Os anos 1950 e 1960 foram marcados por alterações espaciais na cidade devido a fatores de ordem conjuntural e estrutural (vide FOTO 6). Na opinião de CASTELNOU (2002, p. 213),

*“este desenvolvimento acelerado pode ser explicado pela transferência de lucros gerados pela economia cafeeira para a área urbana, especialmente para a indústria, devido às instabilidades climáticas e oscilações de preços. Além disso, houve o estímulo do governo estadual, através de isenção de impostos e financiamentos a baixos custos, para a implantação de indústrias, assim como a colocação de subsidiárias paulistas na região norte paranaense, aproveitando os resultados desencorajadores devido à alta inflação da época e superprodução do café”.*



Devido ao desenvolvimento econômico e demográfico que ocorreu nas décadas de 1950 e 1960 em decorrência da agricultura, o governo do Estado do Paraná iniciou um projeto que objetivava o desenvolvimento urbano e regional do eixo Londrina-Maringá denominado de METRONOR (Metrópole Linear Norte do Paraná). Este projeto deveria “cumprir uma das etapas do convênio firmado em 20 de setembro de 1983, (...), entre o Ministério do Interior e o Governo do Estado do Paraná, referente ao programa “Projeto Especial Cidades de Porte Médio COM/BIRD”<sup>18</sup> e englobaria treze municípios: Ibiporã, Londrina, Cambé, Rolândia, Arapongas, Apucarana, Cambira, Jandaia do Sul, Mandaguari, Marialva, Sarandi, Maringá e Paiçandu.

A Secretaria de Planejamento do Governo do Estado do Paraná já havia feito estudos anteriores sobre o norte do Estado, pois em 1977, juntamente com a SUDESUL (Superintendência para o Desenvolvimento da Região Sul), elaborou um documento intitulado “Plano Diretor do Eixo Londrina-Maringá”. A partir de então, iniciaram levantamentos, pesquisas e estudos em conjunto com os municípios envolvidos e instituições regionais para a elaboração de diretrizes para o desenvolvimento urbano e regional, agora chamado de METRONOR. Entretanto, este projeto, após as pesquisas iniciais não saiu do papel.

Na década de 1970, a cultura da soja/trigo expandiu-se para áreas anteriormente cafeeiras. Assim, o processo de erradicação do café atingiu a vida econômica do Norte do Paraná. Isto causou a diminuição da população com a substituição de uma cultura absorvedora de mão-de-obra: café, para uma repulsora: soja-trigo. Houve uma forte concentração fundiária com a incorporação de pequenos lotes rurais<sup>19</sup>.

De acordo com a publicação “Dados Estatísticos de Londrina, 1973”, elaborada pela Assessoria de Planejamento da PML, o município contava nos anos 1970 com:

---

<sup>18</sup> PARANÁ, 1980, p. 1.

<sup>19</sup> Para maiores informações acerca das implicações econômicas da cultura cafeeira, consultar a obra de CANCIAN, Nadir A. **Cafeicultura paranaense 1900-1970: estudo de conjunturas**. São Paulo, 1977. Tese de doutorado em História. FFLCH/USP.

**TABELA 3 – Número de estabelecimentos e empregos nas atividades comerciais e industriais**

Mês/Ano	COMÉRCIO		INDÚSTRIA	
	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos
06/1972	4.800	30.000	515	--
02/1973	5.000	45.000	515	--
07/1973	6.000	50.000	515	8.500
03/1974	6.000	50.000	515	8.500
10/1974	6.000	50.000	515	8.500
09/1975	6.000	50.000	515	8.500

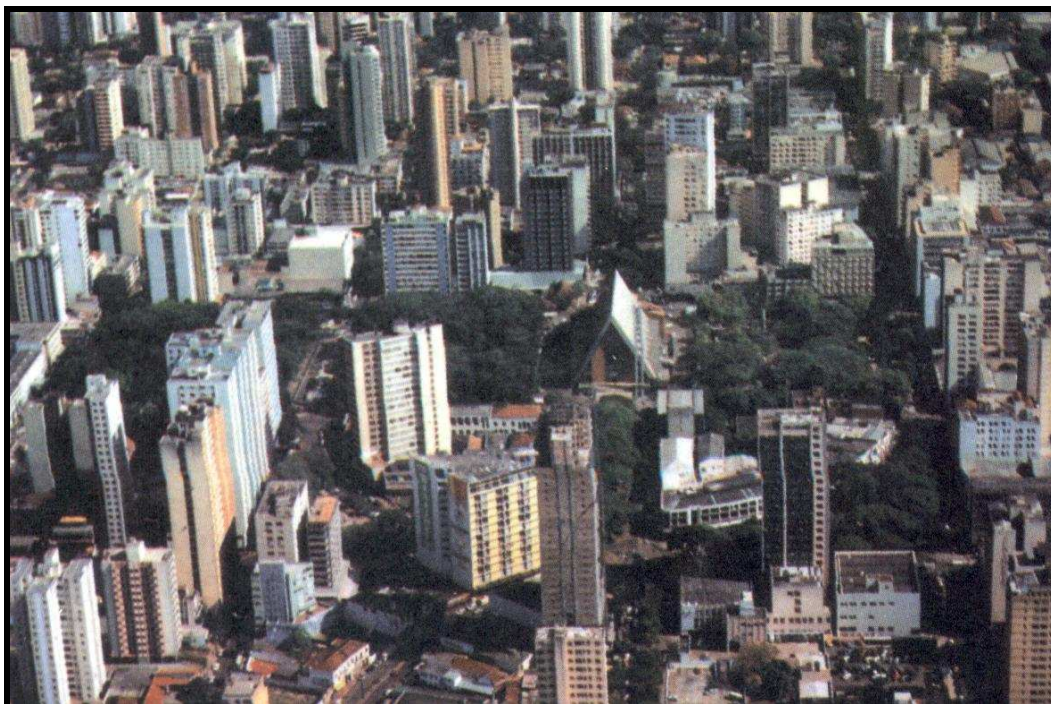
Fonte: PML, Dados estatísticos de Londrina, 1973.

O documento supra citado destaca ainda os principais estabelecimentos comerciais do período: Armarinhos Paulista, Batistela e Policastro, Casas Blanc S/A, Casas Buri, Casas Pernambucanas, Casa Regente, Casas Real, Casas Viscardi, Dias Martins S/A, Irmãos Fuganti S/A, Hermes Macedo S/A, Hiper Mercado Peg-Pag, J. Alves Veríssimo S/A, Lojas Americanas S/A, Lojas Arapuã, lojas Radiolar, Lojas Riachuelo, Madson S/A, Móveis Cimo de Londrina, Prosdócimo S/A, Semp S/A, “entre outras”.

Em 1972 “realizaram-se os primeiros esforços efetivos”, nas palavras de CASTELNOU, para estimular a industrialização. Os chamados Centros Industriais de Londrina (CILOS) foram criados para fornecer a infra-estrutura necessária para a implantação de indústrias fora das zonas residencial e comercial. Para tanto, se estabeleceu o Parque Industrial e a SUDESIL: Superintendência de Desenvolvimento Industrial de Londrina.

Foi também nesta época que surgiu um plano de reestruturação para a área central da cidade. Em 1977, parte da Avenida Paraná foi fechada ao tráfego de veículos e calçada, criando o chamado Calçadão. Nos anos 1980 a administração pública voltou suas atenções para o capital comercial, desenvolvendo programas de renovação urbana com vistas à valorização da área central (vide FOTO 7). Até o final dos anos 1980 e início dos anos 1990, passear e fazer compras no Calçadão eram sinônimos de “status”.





**FOTO 7 – Londrina, vista parcial na década de 1980**

Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 230.

Os anos 1980 foram marcados por um processo acentuado de urbanização. Houve um aumento no setor de serviços, especialmente na educação, saúde e saneamento básico. “O setor terciário ficou caracterizado por uma economia estruturada e uma influência de mercado externo” (CASTELNOU, 2002, p. 224). O número de estabelecimentos industriais aumentou, especialmente da área química (produção de óleos, gorduras e ceras vegetais e animais em estado bruto) e no gênero têxtil (algodão em pluma e rami), além da instalação em Londrina de indústrias dos ramos dinâmicos como: mecânica, material elétrico e de comunicação, material de transporte, papel e papelão, material plástico e outros ramos menores.

Nas décadas de 1970 e especialmente 1980, Londrina se firmou como um pólo macro-regional, o que viria a ser confirmado nos anos 1990 (vide vista panorâmica, FOTO 8). A cidade afirmou-se como um grande centro prestador de serviços e de comércio, destacando-se nas áreas de cultura, educação e saúde, não somente para a região norte paranaense como também para o sul dos Estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul.



**FOTO 8 – Londrina, vista geral na década de 1990.**

Fonte: CASTELNOU, 2002, 278.

Em junho 1998, através da Lei Complementar Estadual n.º 81, foi criada a Região Metropolitana de Londrina envolvendo uma população em torno de 700 mil habitantes. Compreende os municípios de Londrina, Cambé, Ibiporã, Tamarana, Rolândia, Jataizinho, Bela Vista do Paraíso, e Sertanópolis.

Londrina possui uma localização estratégica, como centro de ligação entre as cidades do Norte do Paraná e as capitais São Paulo, Curitiba e Campo Grande. Sua área de influência representa cerca de 4,5 milhões de habitantes e a população de sua área metropolitana é de 698.574 habitantes<sup>20</sup>.

Note-se que desde a sua fundação, Londrina desenvolveu-se como entreposto comercial, prestadora de serviços, centro regional de compras, cultura e lazer. Desde os primórdios foi ponto de compra e venda dos principais produtos agrícolas, principalmente atuando como centro de exportação de café via Santos, além de importante distribuidor e atacadista de produtos diversos, vindos de todas as regiões brasileiras e importados de várias capitais internacionais.

Atualmente, também vem se desenvolvendo como um pólo educacional,

---

<sup>20</sup> Em 2000 a população da RML era de 678.032 habitantes, cerca de 7,09% da população do Estado do Paraná (9.563.458). Fonte: PML. Perfil do Município de Londrina. 2003.

principalmente em relação ao ensino superior, abrigando importantes instituições de ensino como: Universidade Estadual de Londrina (UEL), Universidade do Norte do Paraná (UNOPAR), Universidade Filadélfia (UNIFIL, ex CESULON), e mais recentemente a Pontifícia Universidade Católica (PUC), dentre 13 instituições de Ensino Superior, totalizando 104 cursos de graduação e 173 cursos de pós-graduação (154 especializações, 19 mestrados e 6 doutorados)<sup>21</sup>.

Com o intuito de ilustrar, utilizamos a carta da cidade de Londrina, elaborada pela Secretaria de Obras da Prefeitura Municipal, com os arruamentos e equipamentos urbanos. Destacamos as principais estruturas viárias (Avenidas e Rodovias) e estruturas importantes para a atividade comercial varejista, como a ACIL, e os Shoppings Catuaí, Royal e Com-Tour. A carta da cidade pode ser visualizada logo a seguir, na próxima página.

---

<sup>21</sup> De acordo com dados da Prefeitura divulgados no site do município, Londrina possuía 30528 matrículas no Ensino Superior em 2003.

MAPA 03 – CARTA DA CIDADE DE LONDRINA, ESTRUTURA VIÁRIA E PONTOS  
COMERCIAIS



# EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL LONDRINENSE E SITUAÇÃO ATUAL



Fonte: ARRUDA, 1999, p. 93.



Fonte: Luciane Blum

Casas Pernambucanas inaugurada em 1935 na Av. Paraná (atual Calçadão) local em que permanece até hoje.

## *CAPÍTULO III*

### 3. EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL LONDRINENSE E SITUAÇÃO ATUAL

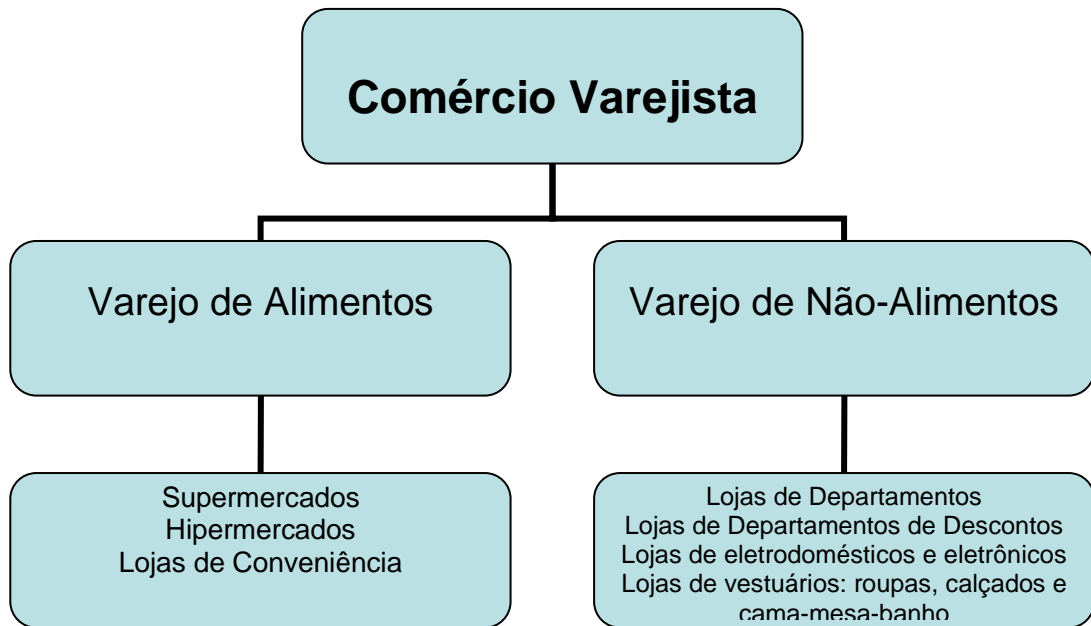
Nesta pesquisa analisaremos a atividade comercial varejista de alimentos e não alimentos na cidade de Londrina – PR em seus 70 anos de existência. Para tal feito, pesquisamos as empresas de super e hipermercados, lojas de departamentos e lojas de móveis e eletrodomésticos mais significativos. Algumas empresas possuem capital local ou regional e cresceram com a cidade e região, conseguiram adaptar-se aos novos tempos e sobrevivem até hoje, enquanto que outras são de capital internacional.

Antes de retomarmos e aprofundarmos a exposição acerca de como se desenvolveu a atividade comercial varejista na cidade Londrina – PR é interessante fazermos alguns esclarecimentos acerca da atividade comercial, suas formas e classificações.

O comércio é constituído de uma multiplicidade de ramos, mas há duas formas básicas: o atacadista e o varejista. O comércio varejista caracteriza-se pela venda ou realização final das mercadorias ao consumidor, e divide-se em varejo de produtos alimentícios e varejo de produtos não alimentícios<sup>1</sup>. O varejo de produtos não alimentícios é classificado em: lojas de departamentos, lojas de departamentos de descontos, lojas de eletrodomésticos e eletrônicos e lojas de vestuário, incluindo calçados, e artigos de cama, mesa e banho. O varejo de alimentos normalmente é realizado por mercearias, minimercados, supermercados e hipermercados, lojas de conveniência, feiras e armazéns. Entretanto, todos os hipermercados e boa parte dos supermercados – e grandes redes de lojas – trabalham com produtos alimentícios e inclusive, não-alimentícios (DIEESE, 1999, p. 21).

---

<sup>1</sup> Entretanto, queremos salientar que “não há uma classificação única para a atividade comercial e seus setores”, tanto no meio acadêmico, quanto nos órgãos representativos públicos e de classe (SANTOS e COSTA, 2004, p. 2). Por exemplo: comércio varejista lojista e não lojista; lojas especializadas e não especializadas; legal e ilegal; formal e informal; micro, pequeno, médio e grande porte.



Dentre a classificação utilizada em diversas instituições – como IBGE, DIEESE E BNDES – o comércio varejista abarca, ainda, os mais diversos ramos e tamanhos, do pequeno e familiar negócio as grandes organizações com seus hipermercados e lojas de departamento. Trabalha com a venda de um único produto ou a venda de milhares deles, de forma legal ou ilegal, de atividades especializadas a atividades diversificadas, e convive com vários concorrentes dos mais diversos tamanhos e poder de mercado<sup>2</sup>.

Um grande número de micro e pequenas empresas formais atuam nos mais variados segmentos do mercado. Fazem parte tanto pessoas como famílias inteiras, desde as mais humildes e que não puderam estudar até a classe média com alto nível de escolaridade. A maior parte não possibilita altos ganhos, mas há casos de empresas que conseguem se sobressair, geram altos ganhos e chegam a se tornar médias e inclusive grandes empresas. Em um mercado competitivo, com grandes redes de supermercados e lojas, as micro e pequenas empresas estão muito suscetíveis às grandes redes varejistas mundiais. As grandes redes internacionais estão disseminando seus estabelecimentos, seja pela aquisição de empresas nacionais, por franquias ou mesmo pela associação com capitais nacionais.

Os grandes capitais são constituídos por redes de lojas e supermercados,

<sup>2</sup> (DIEESE, 1999; PARENTE, 2000).

tanto de grupos internacionais, como nacionais (Pernambucanas, Casas Bahia), regionais e até locais (Lojas Tanager, Super Muffato, Viscardi). Estão espalhadas pelo Estado, nas grandes e médias cidades, seja com grandes, pequenos ou médios estabelecimentos.

De acordo com PARENTE (2000), os supermercados podem ser caracterizados, considerados aqui em um conceito mais amplo, como um estabelecimento varejista pautado no sistema de auto-serviço, onde se revende para o consumidor uma ampla variedade de produtos dispostos de forma departamentalizada: mercearia, carnes, frios, laticínios, hortifrutigranjeiros e material de limpeza. Destacam-se na venda de produtos de consumo em massa, como alimentos e produtos de higiene e limpeza. Os formatos das lojas variam de acordo com o seu tamanho, faturamento, número de check-outs<sup>3</sup>, mix<sup>4</sup> de produtos e tipo de loja: supermercados, hipermercados, mercado e minimercado, sendo que estes últimos não possuem check-outs na saída. Os supermercados são lojas de vizinhança, localizadas em bairros. Os hipermercados são grandes áreas horizontais localizadas em rodovias ou importantes vias de circulação.

Atualmente as grandes redes concorrem com um elevado número de médio e micro estabelecimentos, nos bairros e periferias dos municípios. Muitos pequenos negócios têm fechado, mas muitos também têm se organizado e unido em centrais de compra o que aumenta seu poder de negociação frente às distribuidoras. No varejo alimentar brasileiro os principais formatos encontrados são os supermercados e hipermercados. Possuem maior semelhança com os conceitos utilizados pelas grandes cadeias internacionais. Além destes, destacam-se também os minimercados, mercadinhos, mercearias e quitandas. Os mercados vendem produtos alimentícios e outras mercadorias, as mercearias vendem apenas alimentos e as quitandas são pequenas mercearias e vendem hortifrutigranjeiros. Já no varejo não alimentar, destacam-se as lojas de departamentos e as lojas especializadas (móveis, eletrodomésticos, presentes, butiques).

O modelo de supermercado surgiu nos Estados Unidos e chegou ao Brasil em

---

<sup>3</sup> Check-out: é o caixa onde as compras são processadas e pagas.

<sup>4</sup> Número de itens comercializados pelo estabelecimento.



1953 na cidade de São Paulo – SP: o Sirva-se S/A instalado na Rua do Consolação, no centro da cidade. A partir de então o cliente poderia caminhar pelos corredores dos estabelecimentos com um carrinho de compras, escolher (sem “barreiras”: balcão e balconistas) e levar os produtos que quisesse no novo formato de vendas: o auto-serviço. Inicialmente, chamou a atenção até das autoridades municipais por não haver lei que autorizasse a venda, no mesmo espaço, de perecíveis e não perecíveis. O “milagre econômico” estava começando e o auto-serviço espalhava-se pelo país: 15 anos depois havia 600 lojas em todo o país<sup>5</sup>.

Nos anos de 1970 aparece um novo formato de loja: o hipermercado. Inaugurado em 1971 em São José dos Campos pelas mãos do empreendedor do Sirva-se, a iniciativa foi quase que concomitante: Peg-Pag e Pão de Açúcar (Hipermercado Jumbo em Santo André-SP) apostaram em lojas muito maiores e com um mix de produtos inimaginável até então.

As lojas de departamentos localizam-se nos centros de grandes áreas urbanas ou shoppings. Podem ser divididas em tradicionais e de descontos. Diferenciam-se no preço de seus produtos e na decoração. As lojas tradicionais possuem um

amplo sortimento e grandes volumes por produtos, distribuídos e expostos, como o nome indica, por departamentos (presentes, roupas e acessórios, utilidades do lar, diversos etc.). São grandes lojas com *stands* para marcas próprias ou famosas, e estão presentes em shopping centers, onde funcionam como lojas-âncoras<sup>6</sup>. Tem como público alvo as classes de maior poder aquisitivo e, como exemplo, podemos citar as empresas Mesbla, Mappin e Grazziotin<sup>7</sup>.

Oferecem grande variedade e especialização de linhas tanto do “ramo mole” (vestuário e acessórios) quando do “ramo duro” (eletrodomésticos, móveis, brinquedos, CDS, perfumes). Já as lojas de departamentos de descontos comercializam seus produtos oferecendo-os por preços mais baixos que as lojas

---

<sup>5</sup> Revista SuperHiper, setembro de 2002, p. 99.

<sup>6</sup> “São operações varejistas que devem atrair o maior tráfego de consumidores para o shopping center. São lojas, basicamente, com área total superior a 1.000 m<sup>2</sup>. São grandes anunciantes na mídia eletrônica e impressa, possuindo políticas promocionais arrojadas e operando fortemente com crediário. As lojas âncoras mais usuais são as lojas de departamento, os hipermercados e os supermercados” (SAAB e GIMENEZ, 2000, p. 5).

<sup>7</sup> (SANTOS e COSTA, 2004, p. 4).

tradicionais, possuem grande variedade de itens (com marcas reconhecidas) e enfatizam os produtos sazonais. As lojas possuem tamanho médio, decorações mais simples e localizadas próximas a um grande fluxo de pessoas, também presentes em shopping centers. Exigem um alto giro nos estoques e grande volume de vendas e tem como público alvo “consumidores mais sensíveis aos preços”. Podemos citar como exemplo as Lojas Americanas, Lojas Brasileiras, e os super-centers Wall Mart<sup>8</sup>.

Dentre as lojas de departamentos, temos também as lojas especializadas em vestuário, comercializando tecidos, roupas, artigos de cama, mesa e banho, calçados e acessórios. Temos como exemplos as Lojas Riachuelo, Renner, C&A, e Casas Pernambucanas.

Um outro ramo também contemplado por esta pesquisa são as lojas especializadas, os estabelecimentos que comercializam móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, como exemplo, temos as empresas Casas Bahia, Ponto Frio e Colombo. Este ramo vem enfrentando concorrência cada vez maior das lojas de departamentos, supermercados e hipermercados, pois estes estão ampliando sua área de vendas para tais produtos.

A estrutura do varejo brasileiro está relacionada à estrutura econômica vigente no país (SEBRAE/MG, 2005, p. 17). Durante o milagre econômico que ocorreu no final dos anos de 1960 e 1970, na fase ascendente do ciclo de Kondratieff, o crescimento econômico propiciou o crescimento das empresas varejistas. No final do milagre e início da fase recessiva do quarto ciclo longo marcado pelas crises do petróleo e a elevação dos juros a forma do varejo mudou significativamente até meados da década de 1980.

Nos anos 1980 tivemos a excessiva remarcação de preços o que fez com que o volume de compras fosse maior, já que o consumidor necessitava estocar alimentos e fugir da perda do poder de compra. As grandes redes, que possuíam poder de barganha, puderam comprar seus estoques a prazo e vender seus

---

<sup>8</sup> (SANTOS e COSTA, p. 5)

produtos à vista ocasionando altos ganhos. A sucessão de pacotes econômicos que visavam conter a inflação acabou por desestimular a indústria ocasionando desemprego e falta de produtos nas prateleiras. O pequeno varejo tradicional e de alimentos não foram significativamente afetados, mas as lojas de departamentos e os bens de consumo duráveis experimentaram uma forte retração até a década de 1990.

A abertura econômica dos anos 1990 ocasionou o aumento das importações, ampliou o mix de produtos e competiu com os fornecedores nacionais. Com o Plano Real e a estabilização econômica a partir de 1994 houve mudanças na estrutura do setor decorrentes da acirrada concorrência com as empresas estrangeiras. Os lucros passaram a ser obtidos não mais pelo ganho financeiro, mas sim pela redução de custos operacionais como o corte no quadro de funcionários. A estabilidade proporcionou um aumento no poder aquisitivo e um maior acesso ao consumo de bens de consumo duráveis e mudanças no perfil dos consumidores já que uma nova parcela da sociedade obteve acesso a esses bens.

De 1994 a 1996 houve um crescimento nas vendas de eletroeletrônicos e conseqüentemente, um aumento do faturamento das empresas especializadas e das indústrias ligadas a este setor. Entretanto, a partir de 1997 houve uma diminuição nas vendas devido à crise asiática e as suas conseqüentes repercussões: aumento do desemprego, inadimplência e juros altos. Houve uma rápida concentração e grandes grupos estrangeiros passaram a atuar no país através da compra de empresas pequenas ou debilitadas. A evolução tecnológica permitiu que as ações fossem informatizadas e a gestão dos estoques e o maior conhecimento sobre o comportamento de compra dos consumidores. Neste momento, o mercado consumidor amplia-se com a participação de classes das camadas C e D, ou seja, as camadas de baixa renda.

Até a década de 1990, a atuação das lojas especializadas em comércio de eletroeletrônicos se dava em nível regional, entretanto, houve uma expansão de algumas redes principalmente através da aquisição de empresas em dificuldades financeiras. Neste período, as lojas Arapuã e outras (importantes regionalmente) pediram concordata.

Assim sendo, na década de 1990 ocorreram grandes mudanças na atividade comercial varejista, como o fim dos lucros com a inflação, a concentração do setor, a compra de pequenas e médias redes pelos grandes grupos, a entrada de grupos estrangeiros, e como consequência, a competição acirrada. Dentre os grupos estrangeiros, grandes redes mundiais passaram a atuar no Brasil devido à abertura de mercado; temos a portuguesa Sonae (1995) e Jerônimo Martins (1999), a holandesa Royal Ahold (1997) e a gigante Wal Mart (1995). Não podemos nos esquecer da francesa Carrefour, que passou a atuar no país em um momento anterior, na década de 1970.

**TABELA 4 - Participação das atividades no comércio varejista 1990 – 2000, Brasil**

SEGMENTO	1990 (%)	1996 (%)	2000 (%)
Supermercados e Hipermercados	19,1	22,8	24,9
Lojas de Departamento, Eletrodomésticos e Móveis	13,2	18,1	13,1
Produtos Alimentícios, Armazéns e Mercarias	15,0	9,2	8,5
Tecidos e Artigos de Vestuário	15,8	9,6	8,3
OUTROS	36,9	40,3	45,2

Fonte: LEMOS et al, 2003, p. 3.

O aumento da participação dos supermercados e hipermercados se deve a substituição do comércio de pequenos estabelecimentos e pulverizado, pelos super e hipermercados, já que possuem menores preços, linha de produtos mais ampla e diversificada. É, também, a partir deste período que passaram a comercializar bens de consumo duráveis como móveis, eletrodomésticos, brinquedos, e ganharam uma parcela do mercado das lojas de móveis, eletrodomésticos e das lojas de departamentos. Isto refletiu na participação das lojas de departamento, eletrodomésticos e móveis que terminaram a década com importantes lojas deste segmento fechadas e com perda de parcela do seu mercado consumidor para os super e hipermercados.

Nos anos 1990, ocorreu uma reestruturação das empresas varejistas em diversos segmentos devido à competição acirrada no setor. A reestruturação visava ajustar e adequar as empresas ao mercado, através de uma reestruturação operacional financeira, e mercadológica. Após o Plano Real, a estabilidade da moeda proporcionou um aumento do faturamento. Empresas que detectaram as

necessidades de implementar mudanças no posicionamento estratégico, ou que investiram em métodos e processos destinados a aumentar a eficiência operacional e se tornar mais competitivas, se destacaram em momentos de crise. As empresas que já estavam em dificuldades administrativas, operacionais, e não conseguiram se reestruturar a tempo acabaram por desequilibrar-se financeiramente e pediram falência e concordata, como foi o caso da Mesbla. As empresas mais atingidas neste momentos foram as tradicionais lojas de departamentos (SAAB e GIMENEZ, 2004, p. 2).

De acordo com SAAB e GIMENEZ (2004, p. 7)

a concorrência crescente em lojas de mesmo formato e em diferentes tipos de lojas, tem levado as empresas à necessidade de implantar programas de reestruturação de custos, de racionalização das operações e de diferenciação dos serviços para atrair mais consumidores.

As mudanças internas procuram uma maior eficiência operacional e na gestão, custo e qualidade dos produtos e serviços oferecidos e um atendimento diferenciado. Outro ponto importante é a crescente informatização do setor (em todos os setores e porte de estabelecimentos) e logística; a mudança no hábito do consumidor, fato que vem ocorrendo devido a busca por uma alimentação saudável e melhor qualidade de vida, além do aumento no consumo de alimentos semi-prontos.

No final dos anos de 1990 e início da década de 2000, no segmento de super e hipermercados, assistimos a uma constante abertura de lojas de grande e médio porte na região sul do país. Como consequência, houve um aumento das centrais de negócios (também chamada de centrais de compra e associações de compra) entre os pequenos. Na região Sul do Brasil, a principal característica do auto serviço, segundo a revista SuperHiper<sup>9</sup>, são as “empresas familiares pequenas e médias com bandeiras consolidadas e forte apelo regional”. O governo do Estado iniciou uma política de incentivo à instalação de indústrias e vários setores obtiveram um incremento inclusive os do ramo de supermercados e hipermercados. Grandes empresas do varejo de auto-serviço passaram a se interessar pelo Estado e houve

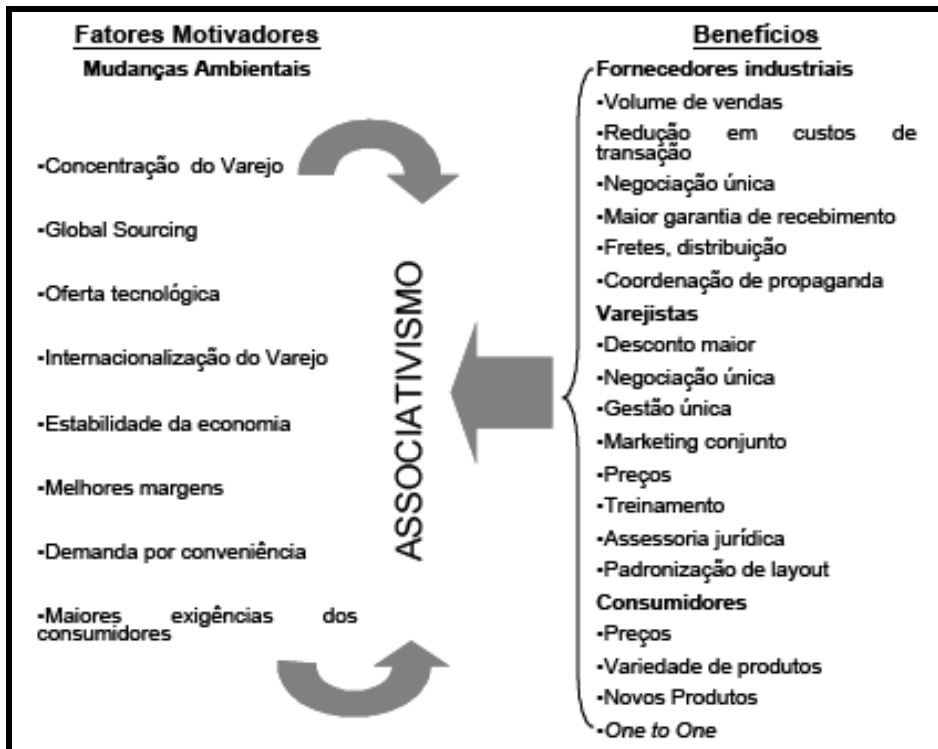
---

<sup>9</sup> Revista SuperHiper de setembro de 2003, p. 27.

um grande movimento de novos empreendedores e aquisições (Mercadorama, Coletão e Muffatão são adquiridos pela portuguesa Sonae) e o Paraná tornou-se um dos mercados mais competitivos no setor. Lojas com características diferentes foram abertas, como hipermercados, lojas 24 horas, supermercados e lojas de conveniência.

É neste panorama que as centrais de compra, formadas pela associação de pequenos supermercadistas, despontam. Os pequenos varejistas estão à mercê dos fabricantes, atacadistas e grandes redes de varejo. Ao se unir, essas redes, centrais ou cooperativas, como são comumente chamadas, passam a realizar as compras em grupo e ganham maior poder de barganha. À medida que se desenvolvem, tornam-se centrais de negócios e acabam por prestar outros serviços como planejamento de design e layout; escolha da melhor localização; cursos e treinamentos; gerenciamento de estoques; marcas próprias; crédito ao consumidor; divulgação de promoções e elaboração de propagandas (folhetos, encartes, anúncios em rádios e canais de televisão) em conjunto. Iniciadas com o objetivo único de diminuir custos na aquisição de mercadorias, enveredaram para o desenvolvimento de novas estratégias de gestão e vendas.

De acordo com a figura a seguir, podemos verificar os fatores que motivam a associação de pequenos supermercadistas em centrais de compra e os benefícios para os envolvidos:



**FIGURA 1 - Associativismo: fatores motivadores e benefícios**

Fonte: LOPES, 2006, p. 7.

De acordo com o panorama apresentado anteriormente, como a concentração do varejo e a grande concorrência, os pequenos varejistas podem se manter competitivos e evitar maiores perdas para as grandes redes. Dados divulgados na revista FAE Business (HARA, 2005, p. 11), em 2003 o setor supermercadista apresentou quedas nas vendas em torno de 5%, já as centrais de negócios cresceram 8%. O Estado do Paraná é o 10º colocado no ranking das centrais, possuindo 2% das lojas e 1,7% das vendas. Em 2001, o país possuía 60 centrais que representavam 1500 lojas. Já em 2003, eram 150 centrais e mais de 1500 lojas. Dentre os consumidores atendidos pelas associações, quase metade pertence às classes mais baixas: 44% dos clientes pertencem as classes E e D (de menor renda), 33% são da classe C, e 23% das classes A e B (de maior renda).

No município de Londrina já atuaram os supermercados e hipermercados, de nível nacional: Hipermercado Jumbo (Peg-Pag), Big (Sonae Distribuição Brasil S/A), Pastorinho<sup>10</sup>, e de nível regional ou local: Muffatão (que pertencia ao grupo Irmãos

<sup>10</sup> O Supermercado Pastorinho pertence a uma rede paulista e fechou após 30 anos na cidade, alegando buscar uma melhor adequação operacional ao concentrar a rede no Estado de São Paulo.

Muffato), Supermercados Irmãos Fuganti, Casa Vila Real S/A, Supermercados Montimó<sup>11</sup>. Dentre as lojas de departamentos e lojas de móveis e eletrodomésticos que se destacaram no comércio da cidade, temos as Lojas Brasileiras, Mesbla, Hermes Macedo, Arapuã e Disapel.

Atualmente, a cidade conta com diversos estabelecimentos supermercadistas de capital local e regional, como é o caso dos Supermercados Viscardi, Musamar, Supermuffato, Condor e também de capital internacional como o Carrefour, e mais recentemente, o Wall Mart. A região de Londrina conta também com quatro centrais de compra, duas com sede em Londrina e duas com sede na cidade vizinha, Cambé. Estas centrais de compra abarcam mercearias, mercados, supermercados localizados na região norte do Paraná, como em Londrina, como Cambé, Ibiporã, Rolândia. Desde os primórdios, Londrina conta com as Casas Pernambucanas e atualmente se tem presente as Lojas Riachuelo, Lojas Americanas, Tanger, Colombo, Magazine Luiza, Casas Bahia e Ponto Frio.

**TABELA 5 – Segmentos e Empresas pesquisados e ativos na cidade de Londrina - PR**

<b>SEGMENTOS</b>	<b>EMPRESAS LOCAIS E REGIONAIS</b>	<b>EMPRESAS NACIONAIS</b>	<b>EMPRESAS ESTRANGEIRAS</b>
<b>Supermercados e Hipermercados</b>	Almeida Mercados Condor Fatão Super Mufato Viscardi	---	Carrefour Mercadorama
<b>Centrais de Compra (mercearias, mercados e supermercados)</b>	ALES ASSUREL Rede Sul Rede Econômica	---	---
<b>Lojas de Departamentos</b>	Lojas Tanger	Lojas Americanas Lojas Pernambucana Lojas Renner Lojas Riachuelo	C&A (holandesa)
<b>Lojas de Móveis e Eletrodomésticos</b>	BJ Santos Darom Móveis Móveis Brasília Lojas Salfer Móveis Romera	Casas Bahia Lojas Dudony Lojas Colombo Magazine Luiza Ponto Frio	---

Organização: Luciane Blum.

<sup>11</sup> O último Supermercado Montimó fechou as suas portas em 29 de novembro de 1995, depois de já ter atingido o número de 5 lojas em Londrina, além de lojas em Cambé e Ibiporã. O local, na Rua Maringá, já havia sido ocupado por um outro supermercado, o Vila Real. A Caixa Econômica Federal



Nos parágrafos que se seguem, abordaremos de modo mais específico – histórico, rede instalada, estrutura, localização – algumas empresas que estiveram ou estão presentes na cidade.

### 3.1. SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS

- Irmãos Fuganti

Dentre as diversas empresas que chegaram a Londrina no início, poucas obtiveram tamanho desenvolvimento e notoriedade na cidade como as comandadas pelos Irmãos Fuganti. A atividade comercial da família Fuganti teve início em 1890 na cidade de São Sebastião – RS. O fundador, Cezar Fuganti, era um imigrante italiano que chegou a Porto Alegre anos antes. Mudou-se para o vilarejo de São Sebastião e abriu a “Casa Fuganti”, especializada em artefatos de couro e calçados. Em 1912, o filho, Julio Fuganti foi admitido como sócio e a firma passou a chamar-se César Fuganti & Filho e ampliou-se como um empório de tecidos, calçados, armarinhos, secos e molhados.

Em 1918 estabelecem uma filial no núcleo colonial Bom Retiro, no oeste de Santa Catarina e outros dois filhos são admitidos como sócios. A intensificação e a expansão dos negócios exigiu a abertura de uma filial também em São Paulo, em 1919, o que possibilitou uma maior expansão e desenvolvimento, pois

colocando os produtos do Sul no grande centro consumidor paulista e adquirindo aí os produtos de consumo necessários ao sul, ficaram eliminados os intermediários, acarretando-se, assim, um alto rendimento de operação, fator decisivo ao progresso da zona colonial em que atuava<sup>12</sup>.

O estabelecimento pioneiro no Rio Grande do Sul foi fechado em 1926 e transferido para Bom Retiro. Foram abertas filiais em Santa Catarina (Pinheiro Preto e Cruzeiro) e em São Paulo (Regente Feijó e Presidente Prudente). A razão social foi modificada para C. Fuganti & Cia. De uma fusão com a firma Atilio Fontana & Irmão, em 1934, surgiu a Fuganti, Fontana & Cia e mais duas filiais em Santa

---

ocupou o lugar devido às dívidas.

<sup>12</sup> Fonte: IRMÃOS FUGANTI S/A. **Fuganti 75 anos SP – PR.** América Magazine. São Paulo: Ed. Varta, n. 2, ano 11, 1966. Edição Especial

Catarina (em Perdizes e Água Doce) e em São Paulo (Santa Cruz do Rio Pardo e Assis).

A família estabeleceu-se em Londrina em 1935 e inaugurou uma loja com o nome: Casas Catarinenses<sup>13</sup> – Fuganti, Fontana & Cia. Localizada na esquina das alamedas Miguel Blasi e Manoel Ribas, região central da cidade, o estabelecimento comercializava ferragens, armas e munições, secos e molhados.

Em 1940, com o fim do contrato com a firma Atilio Fontana & Irmão, surgiu a firma Irmãos Fuganti, dirigida pelos três filhos de Cezar Fuganti. Em 1946, a firma foi reorganizada, com a entrada de outros sócios – todos netos do patriarca – sob a forma de sociedade anônima. Ao suceder o pai, o comendador Julio Fuganti deslocou 90% dos bens e lojas da sociedade para o Norte do Paraná. A firma progrediu extraordinariamente e chegou a constituir os seguintes estabelecimentos: Plenogás Fuganti (usina de engarrafamento e entrega de gás), Plenolar Fuganti (móveis e utilidades domésticas), Supermercado Fuganti, S. A. Mercantil, Administradora e Imobiliária, Cia Agrícola Pecuária Irmãos Fuganti<sup>14</sup>, Transportes Rodobrás S. A. (transporte de gás entre Santos e Londrina), e Rotec S. A. – concessionária FNM e DKW (adquirida em 1970); distribuídas por diversos municípios do Paraná, como: Londrina, Apucarana, Araçongas, Rolândia, Maringá e Curitiba. A firma foi chamada de “símbolo do comércio londrinense” com a abertura da Distribuidora de Gás Plenogás em 1955 e a Imobiliária Fuganti em 1959, além de outros empreendimentos<sup>15</sup>. Abaixo, vista interna de um dos empreendimentos da família Fuganti:

---

<sup>13</sup> A mudança no nome para Casas Catarinenses se deu devido às exigências do governo brasileiro no período da guerra.

<sup>14</sup> Em 1946 a Companhia Agrícola e Pecuária Irmãos Fuganti adquire 80 milhões de m<sup>2</sup> de mata virgem: a Fazenda 3 Irmãos em Colorado-Jaguapitã (com criação de gado charolês, nelore, holandês, cavalo persa, jumentos ítala, frangos, suínos e ovelhas; pomar, serraria e usina elétrica); e a Fazenda São Luiz Rei em Goio-erê (com pomar, cafezal, milharal e gado nelore, aberdien, charolês). (Irmãos Fuganti S/A, 1966.)

<sup>15</sup> (CASTELNOU, 2002, p. 205).



**FOTO 9 - Vista interna do Supermercado Fuganti**

Fonte: Museu Histórico Padre Carlos Weiss

Segundo CASTELNOU (2002, p. 205) e IPAC (1995, p. 236) o Conjunto Fuganti, localizado em plena Avenida Paraná – atual Calçadão – “desempenhou importante papel de referência para a cidade, consistindo em uma das primeiras e mais importantes lojas de departamentos no interior do país”. Para abrigar as Casas Fuganti, foi construído um prédio localizado no centro da cidade com três pavimentos, 4.500 m<sup>2</sup>, com frente para a Alameda Miguel Blasi e a Praça Willie Davids (vide foto 10). A instalação atendia a clientes da cidade e região, e possuía

várias salas, amplos salões, armazéns e no Magazine, vários departamentos, onde facilmente podiam ser encontrados calçados, roupas para senhoras, cavalheiros e crianças, jóias, louças, cristais, vidros, relógios, artigos para presentes, brinquedos, material fotográfico, perfumes e artigos de armarinhos (ROLIM, 1999, p. 29).



**FOTO 10 – Vista da fachada da Casa Fuganti, localizada na esquina da Alameda Miguel Blasi e Praça Willie Davids, região central da cidade de Londrina – PR**

Fonte: Museu Histórico Padre Carlos Weiss

No pavimento térreo estavam situadas as seções de jóias, pratarias, tecidos em geral, roupas feitas, chapéus e armarinhos. A loja estava departamentalizada da seguinte maneira: no primeiro andar havia o setor de confecção, tanto femininas como infantis, a seção de brinquedos, além de um elegante salão de chá<sup>16</sup>. No segundo andar localizavam-se as confecções masculinas e o departamento de móveis e tapeçarias. No pavimento térreo, que fazia frente para a Avenida Manoel Ribas, estavam a mercearia, a distribuidora de gás liquefeito, venda de fogões, refrigeradores e máquinas de lavar. Ou seja, em um mesmo complexo o consumidor encontraria uma vasta gama de produtos, tudo do que necessitasse.

No ano do Jubileu de Prata da cidade, a firma planejou e iniciou a construção

<sup>16</sup> A Casa de Chá estava instalada em um amplo salão de cores claras, móveis finíssimos, luminárias de cristal, com fundo musical clássico. Bebia-se sucos, refrescos, refrigerantes, uísque (menos cerveja), chá da Índia, chá mate e café. As tortas e bolos eram preparados por uma senhora alemã e os sorvetes eram preparados por um sorveteiro recém chegado da Itália. No período vespertino o salão era freqüentado por senhoras da sociedade e a noite, por gerentes de banco, médicos e homens de negócio. A revista O Globo de Porto Alegre chegou a publicar uma reportagem dizendo que “no meio da sujeira e do pó tinha um salão de chá a altura de uma capital” (IPAC, 1995, p. 236-237).

de um grande empreendimento e marco para Londrina: o Edifício Comendador Julio Fuganti. Projetado para ser um edifício comercial de 16 pavimentos, com aproximadamente 11.660 m<sup>2</sup> em um terreno de esquina, a obra foi audaciosa para a época. Este passou a abrigar as lojas Utilar (móveis, tapetes, e utilidades domésticas) e os escritórios da Rodobrás, Plenolar, Plenogás, além de consultórios médicos e odontológicos de particulares. A firma cooperou ainda com a criação da Associação Comercial de Londrina (atual ACIL), e a abertura de escolas e hospitais na cidade.

Nos anos 1990 a firma esteve envolvida na construção de um grande edifício no “coração da cidade”, na rua Santa Catarina esquina com a avenida Celso Garcia Cid, na verdade, o mais alto de todos. Planejado para ser um shopping e um conjunto de escritórios, a edificação demorou muito mais que os 3 anos pretendidos pela empresa para ficar pronto e infelizmente não se tornou um sucesso comparável ao primeiro empreendimento. Atualmente as lojas dos três pisos estão ocupadas em sua maioria por prestação de serviços.

- **PEG-PAG E HIPERMERCADO JUMBO**

A primeira loja do Supermercado Peg-Pag foi aberta na região central de São Paulo em dezembro de 1954. Era formada pela associação de dois empresários franceses e de dois empresários brasileiros, antigos sócios do Sirva-se, considerado o supermercado pioneiro no país. A loja teve parte de seus equipamentos importada da Argentina e se destacava pela variedade de produtos e pela qualidade de serviços. Em 1957 já havia quatro lojas e pode ser considerada “a primeira rede de supermercados do País a se destacar no varejo”<sup>17</sup>. O Peg-Pag introduziu no país uma série de iniciativas de marketing que eram utilizadas nas redes norte-americanas e ainda são utilizadas até hoje, como: as promoções conjuntas entre os supermercados e os fornecedores, os espaços para degustação, a utilização de espaços da área de vendas para propaganda, o aluguel das gôndolas, a prática do “leve dois, pague um”, e “vales” que davam descontos.

O Supermercado Peg-Pag veio a estabelecer-se em Londrina em outubro de

---

<sup>17</sup> SANTOS, Marco A. dos. **Análise setorial: Supermercados**. São Paulo: Gazeta Mercantil, V. 1,



1976<sup>18</sup> no Shopping Com-Tour, localizado em uma importante avenida que dá acesso a cidade. Mais tarde foi substituído pelo Supermercado Jumbo pertencente ao grupo Pão de Açúcar, onde permaneceu até 1991.

- “ALMEIDA MERCADOS”

A Rede Almeida Mercados possui capital local e está presente no mercado há 30 anos. A primeira loja em Londrina iniciou suas atividades em 07 de maio de 2003 com 1,2 mil m<sup>2</sup> e 111 funcionários, localizada na Avenida Juscelino Kubischteck , ao lado do Ginásio de Esportes Moringão, onde anteriormente funcionava o Supermercado Muffatão, adquirido pela rede Sonae. Outra loja da rede está localizada no Com-Tour shopping, onde antes o Jumbo ocupava. Possui dois supermercados em Cambé (cidade conurbada com Londrina e pertencente à RML), e um supermercado nas cidades de Rolândia, Sertãoópolis e Primeiro de Maio.

- CASAS VISCARDI S. A. – COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO

A Casa Viscardi S/A foi fundada em 1955 pelo paulista Guilherme Viscardi, e estava localizada na esquina das ruas Duque de Caxias e Juscelino Kubischek, centro da cidade de Londrina. Inicialmente, o sistema utilizado era a comercialização das mercadorias diretamente no balcão. Posteriormente, em 1956, dois sócios foram admitidos e o sistema de venda por atacado também passou a ser utilizado. Em 1962 o sistema por atacado foi interrompido e em 1963 o sistema de auto-serviço foi implantado. A Casa Viscardi auto designa-se como um dos “pioneiros na adoção deste sistema”<sup>19</sup>. No final dos anos 1960 a empresa contava com mais 3 lojas.

Presente em Londrina há 50 anos, atualmente possui 12 lojas, sendo 10 lojas em Londrina, e duas nas cidades vizinhas de Ibiporã e Cambé. Possui um mix de 30 mil produtos, oferece entrega em domicílio e cartão próprio administrado pela Fininvest.

- CARREFOUR COM. IND. LTDA.

O Carrefour S.A. teve origem em Paris no ano de 1959 e em 1963 abriu o

---

2, e 3. 1998.

<sup>18</sup> Segundo GRASSIOTTO (2003) o Supermercado Peg-Pag estabeleceu-se no shopping Com-Tour em 1973.

primeiro hipermercado. A partir de 1969 começou a expandir-se para outros países europeus, desenvolvendo joint ventures com redes locais. Chegou ao Brasil em 1975 inaugurando o primeiro hipermercado da rede no país, na cidade de São Paulo. O Carrefour Brasil (Carrefour Com. Ind. Ltda.), subsidiária da rede francesa Carrefour S.A., abre no Rio de Janeiro, em 1976, sua segunda loja. Essas inaugurações marcaram a entrada do Carrefour como a primeira empresa estrangeira no varejo de alimentos no Brasil<sup>20</sup>. Em 1989, com 19 lojas, a empresa ocupou a primeira colocação em vendas no país superando o então líder Pão de Açúcar. Em 1999 a empresa adquire 85 supermercados no Brasil com a compra de 23 unidades das Lojas Americanas, bem como a totalidade das bandeiras Planaltão (DF), Roncetti (ES), Mineirão (MG) e Rainha, Dallas e Continente (RJ).

A empresa possui um amplo leque de produtos, possuindo um mix médio por loja de 40 mil itens. Inclusive tem marca própria, desde 1988, em diversas linhas de produtos: Marca Tex (setor têxtil), Firstline e Bluesky (eletrodomésticos) e Produtos Carrefour. A rede possui lojas de apoio em todos os hipermercados e cartão próprio, com cerca de 4,2 milhões de clientes.

Presente em 11 Estados brasileiros, 46 municípios, possui mais de 86 lojas Carrefour. No Paraná, possui uma loja em Pinhais, uma em Londrina e duas em Curitiba. Em Londrina, o Carrefour foi inaugurado em 26 de março de 1992 ao lado do Shopping Catuaí, na PR-445. Possui 22 mil m<sup>2</sup> de área total, 8.500m<sup>2</sup> de área construída e 25 mil itens. Atende cerca de 80 cidades em um raio de 100 Km, sendo que 60% dos clientes são de Londrina. Ao inaugurar, tinha um movimento de 85 mil clientes ao mês e após um ano o movimento subiu para 100 mil clientes ao mês. Atende uma média de 4 a 5 mil pessoas por dia e esta loja está entre as 20 maiores do país. Tem como lojas de apoio: foto-revelação, artigos importados, banca de revista, venda de purificadores de água e cafeteria. Na parte externa encontra-se um centro automotivo com posto de gasolina e troca de óleo.

- **CONDOR**

A rede de supermercados Condor é paranaense, com sede em Curitiba. Foi

---

<sup>19</sup> Retirado do site: <http://www.viscardinet.com.br>

fundada pelo empresário Pedro Joanir Zonta com a aquisição, em 1974, de um pequeno mercado no bairro Pinheirinho. Após, houve a ampliação e a substituição desta primeira loja por outras maiores. Em 1978 foi inaugurado o primeiro grande supermercado da rede e em 1981 o Condor expandiu-se para outras cidades do Paraná. Em 30 anos, Joanir Zonta construiu uma rede com 21 supermercados no Paraná.

Atualmente, a rede possui lojas em Curitiba, Ponta Grossa, Londrina, Maringá, Apucarana, Guarapuava, São José dos Pinhais, Lapa, Paranaguá, Araucária, num total de 22 lojas sendo 5 hipermercados. Os centros de distribuição estão na capital, em Curitiba. O primeiro Hipermercado Condor foi inaugurado em Londrina no dia 16 de agosto de 2000, com 38 mil itens, 35 seções e 5 departamentos em 6,4 mil m<sup>2</sup> de área de venda<sup>21</sup>, 40 check-outs, gerando 360 empregos. O prédio possui praça de alimentação, lojas de apoio e estacionamento para 600 carros. Localizado próximo ao centro, na zona leste da cidade, acarretou inclusive a valorização da região que antes se encontrava degradada.

- FATÃO

A matriz da empresa localiza-se em Cascavel – PR. Os donos são ex-funcionários do Grupo Irmãos Muffato, porém, houve a especulação de que estes estariam formando uma nova empresa, o que foi negado pela direção. Em Londrina há um Supermercado Fatão localizado na região central da cidade onde anteriormente funcionou o Supermercados Pastorinho. Inaugurado em junho de 2002, também conta com filiais nas cidades de Maringá e Ibiporã.

- GRUPO SONAE DISTRIBUIÇÃO S. A. – BANDEIRAS BIG E MERCADORAMA

Iniciou-se com atividades na indústria, na produção de estratificados decorativos, o grupo Sonae foi fundado em 1959, em Portugal. Nos anos 1980 iniciou um processo de expansão e diversificação de atividades, ingressando no varejo.

---

<sup>20</sup> Lembramos que a empresa Makro foi a primeira no ramo de alimentos (atacado) a entrar no Brasil.

<sup>21</sup> Área total de 22 mil m<sup>2</sup>.



Em 1989 firmou uma joint venture com o grupo gaúcho Josapar criando a Cia. Real de Distribuição. Em 1998, a empresa inicia uma política agressiva de aquisição de lojas no sudeste e sul do país.

A primeira loja Big foi aberta em 1990 na cidade de Porto Alegre-RS segundo o modelo de hipermercado do Sonae Portugal, pois foi um empreendimento realizado pelo grupo gaúcho Josapar e o Sonae português. A loja tem um mix de 65 mil itens entre alimentos, têxtil, eletroeletrônicos, higiene e limpeza, bazar e perecíveis. Em 1997, o Sonae adquiriu a totalidade da parceria.

A rede Mercadorama teve sua origem em 1914, no centro de Curitiba, com o Armazém Demeterco fundado por Pedro Demeterco. Com o falecimento do fundador em 1944, o filho adotou na década de 1950 o modelo de auto-serviço, resultando no primeiro supermercado Mercadorama. Em 1991, foi aberta a primeira unidade fora de Curitiba. Foi adquirido pelo Sonae em 1998 quando a rede possuía 13 lojas: 10 supermercados e 2 hipermercados.

As Bandeiras Big, Mercadorama e Nacional pertencem ao ramo de super e hipermercados. A empresa possui também negócios em outras atividades como o Maxxi Atacado que pertence ao setor atacadista, possuindo 8 lojas no Rio Grande do Sul, uma em Santa Catarina e duas no Paraná (ambas em Curitiba); e o Maxxi Distribuição trabalha com o ramo de atacado distribuidor, possuindo uma frota de 110 caminhões e atende a mini e pequenos mercados.

Atualmente, a rede conta com 150 lojas, das quais 36 no Paraná (9 lojas Big e 24 Mercadorama), sob as bandeiras Big e Mercadorama, espalhadas pelos Estados do Rio Grande do Sul e São Paulo. Cada bandeira possui seu cartão: Big, Nacional ou Mercadorama, todos administrados pela Fininvest.

Em Londrina, o Mercadorama adquiriu as duas lojas do Supermercado Muffatão: a loja ao lado do Shopping Com-Tour (porém em tamanho menor que a anterior e com apenas 40 funcionários) e a loja na Avenida Juscelino Kubischek. Entretanto, a loja do Com-Tour funcionou apenas entre 2001 e 2003, e hoje apenas resta a loja na Avenida Jk.

O Hipermercado BIG funcionou por apenas 3 anos na cidade, fechando em maio de 2004. De acordo com os assessores da empresa os “londrinenses não se adaptaram ao formato hipermercado”. Inaugurada em 2001 com 7 mil m<sup>2</sup>, 50 mil itens e 400 funcionários, fechou em 2004 com apenas 160, sendo que 110 funcionários ficariam sem emprego e 30 seriam remanejados para as lojas Mercadorama. O Grupo Irmãos Muffato adquiriu o prédio e após 60 dias inaugurou o HiperMuffato.

- IRMÃOS MUFFATO E CIA LTDA – “SUPER MUFFATO”

A rede é paranaense com sede em Cascavel – PR. O grupo atua em 8 cidades paranaenses e em Presidente Prudente – SP. Iniciada na década de 1970, com um armazém, seus proprietários mudaram-se de Irati para Cascavel, ambas no Paraná. Atualmente, possuem 16 lojas no varejo e ainda 3 lojas no setor de atacado distribuídas nas cidades de Londrina, Cascavel e Foz do Iguaçu. Das 16 lojas, 7 são consideradas Hiper Muffato. Todas as 4 lojas de Londrina são Hiper; Cascavel, Curitiba e Ponta Grossa contam com um Hipermercado cada. A rede conta ainda com 2 cartões próprios, e delivery via fax ou e-mail.

O primeiro Super Muffato em Londrina foi inaugurado no dia 21 de novembro de 1995, na Rua Quintino Bocaiúva. Após algum tempo de funcionamento fechou para reforma e abriu, em 20 de março de 2001, com um novo lay out: um hipermercado com 4500 m<sup>2</sup>, 30 mil itens, 40 check-outs, 110 funcionários e estacionamento para 500 veículos. A loja conta ainda com um restaurante self service, uma agência do Banco Bradesco e 10 lojas e quiosques. De acordo com a empresa, 30% da clientela é de cidades vizinhas.

O Hiper Muffato na Avenida Duque de Caxias é um pouco maior, possui 5250 m<sup>2</sup>, 39 check-outs, estacionamento para 560 veículos, restaurante self-service, 20 lojas e 3 caixas eletrônicos. A loja na Avenida Saul Elkind, zona norte da cidade, é a menor. Foi inaugurada em 26 de setembro de 2000 com 4200 m<sup>2</sup> de área, 25 mil itens, 300 funcionários, e estacionamento para 260 veículos. A novidade desta loja foi ter trazido para a região a primeira agência bancária completa. Possui 7 lojas de apoio e 2 caixas eletrônicos.

A última e maior loja da rede na cidade foi inaugurada em julho de 2004 no local onde anteriormente funcionava o Hipermercado Big, uma das principais portas de acesso à cidade: a Avenida Tiradentes, com um fluxo diário de 70 mil veículos. Comercializa 25 mil itens e possui 35 check-outs, 20 mil m<sup>2</sup>, 800 vagas cobertas e 400 empregos diretos.

Entre as lojas de apoio estão um fitness center (novidade para a região), pet shop, loja de calçados, loja de confecções, casa lotérica, pastelaria, cafeteria e um restaurante temático. Na parte externa da loja, à semelhança do Carrefour, será oferecido um serviço de troca de óleo para veículos.

- WAL MART DO BRASIL S. A.

A empresa norte-americana Wal-Mart Stores Inc. é a maior empresa varejista e o maior empregador primário do planeta com 3500 lojas em todo o mundo<sup>22</sup>. A empresa iniciou-se em 1962 quando o fundador da rede, Sam Walton, e seu irmão abriram a primeira loja Wal-Mart no Estado de Arkansas. Nos anos 1970 a empresa, já com ações na Bolsa de Valores, começa a crescer aceleradamente. Em 1983 abre o primeiro Sam's Club<sup>23</sup> e em 1988 cria um novo formato de lojas, o Supercenter<sup>24</sup>. Entra no mercado internacional em 1991 e abre a primeira loja no Brasil, a subsidiária Wal-Mart do Brasil S. A., em 1995.

A Wal-Mart entra no mercado brasileiro em 1994 e forma uma joint venture com as Lojas Americanas S. A. onde esta última participa com 40% das ações. Em 1997 a Lojas Americanas vende sua participação de 40% a Wal-Mart Stores Inc., pois procuraria “concentrar esforços e recursos financeiros na rede de lojas próprias” (SANTOS, 1998, p. 65). Nos primeiros anos, a Wal-Mart teve prejuízos ao entrar em um mercado competitivo e enfrentar concorrentes consolidados.

---

<sup>22</sup>(SANTOS, 1998, p. 60) e (MARTINS e CANÇADO, 2004, p. 69).

<sup>23</sup> Loja que opera no formato clube de compras, nos moldes do atacado de auto-serviço, para pequenos comerciantes, empresas e famílias credenciadas. Vendem cerca de 3 mil itens, mas com pouca variedade de marcas, que vão desde alimentos a equipamentos de informática (SANTOS, 1998, p. 64).

<sup>24</sup> É uma modalidade de loja que mistura o hipermercado as lojas de departamentos. Atendem ao consumidor final e possuem um amplo mix que varia de 50 a 60 mil itens, dos quais 70% não são

Até julho de 1998 a rede possuía 9 lojas no Brasil, sendo 4 Sam's Club e 5 Supercenters. Adequando-se ao hábito de consumo dos brasileiros a rede teve de fazer algumas alterações no layout e mix das lojas e em 1997 implementa seu programa de marcas próprias, sendo lançados inicialmente 16 itens com a marca Great Value.

Em fevereiro de 2004 o Wal-Mart adquire o Bompreço<sup>25</sup>, tornando-a a terceira potência do ramo no Brasil. Em Londrina a empresa pagou 6 milhões em um terreno após 3 anos de pesquisas, porém, não pode tomar posse, pois a Prefeitura Municipal de Londrina decretou o local como área de utilidade pública, alegando utilizá-la para a construção do teatro municipal.

### **3.1.1. Associações de Supermercadistas**

Londrina possui duas associações de pequenos e médios mercados e supermercados e mercearias. A mais antiga é a Rede ALES e a mais recente, a Rede Econômica. Em Cambé, cidade vizinha e conurbada com Londrina, que possui uma população de 88.816 habitantes, há também duas associações de supermercadistas, a ASSUREL e a Rede Sul que também serão abordadas nesta pesquisa, pois congregam supermercadistas londrinenses. Estas associações congregam empresários de todo o Norte do Paraná e inclusive do Sul do Estado de São Paulo.

#### **▪ ALES – ASSOCIAÇÃO LONDRINENSE DE EMPRESÁRIOS SUPERMERCADISTAS**

Criada em 1992, consiste numa reunião de um grupo de pequenos empresários em uma cooperativa, com o objetivo de terem um suporte para negociações em conjunto com os grandes atacadistas. Procurava manter-se em relação à concorrência, as grandes redes de capital internacional que estavam

---

alimentos (SANTOS, 1998, p. 64).

<sup>25</sup> O Bompreço era a maior rede de supermercados do Nordeste, ficando em 1997 no ranking da ABRAS com o terceiro lugar em vendas no país. O Grupo Bompreço S. A. teve início em 1935 no interior do Sergipe e a rede Bompreço opera em outros segmentos como agroindústria e comunicação. Em 1996 fez uma joint venture com a Royal Ahold e em 1997 comprou a rede

entrando no mercado, e manter-se frente ao aumento da inflação causado pelo governo Collor. Buscaram apoio na cooperativa da Grande Vitória (ES), que tem mais de 20 anos e foi a 1ª implantada no Brasil, contando com 26 empresários e 44 supermercados.

Até o momento nenhum associado faliu, pelo contrário, alguns até expandiram. Compram em conjunto, trocam experiências, investem em logística e possuem inclusive um cartão de crédito administrado pela Fininvest. Possui ao todo 25 associados e 44 supermercados cadastrados espalhados pelas cidades do Norte do Paraná, tais como: Londrina, Cambé, Ibiporã, Assaí, Uraí, Jataizinho, Arapongas, Rolândia, Sertaneja, Cornélio Procópio, São Sebastião da Amoreira e Florestópolis. Não tem fins lucrativos já que os gastos são rateados entre os associados. Compram em conjunto todo tipo de mercadoria menos os hortifrutigranjeiros devido a perecibilidade.

Devemos ressaltar que entre os associados há dois supermercados tradicionais da cidade de Londrina e pertencentes à Rede ALES: o Supermercado Musamar e o Supermercado Santarém.

O Supermercado Musamar (Obara Miyamoto e Cia. Ltda.) foi inaugurado no início da década de 1970 em Londrina. Inicialmente era a filial de uma rede sediada em Maringá. Porém, no início de 1992, Tadasi Obara sócio-fundador, resolveu se desligar da rede em Maringá, composta por familiares. Possui três lojas em Londrina: Musamar, Musamar Express e o Musamar do Shopping Mall, e uma loja em Umuarama. A loja da Rua Pernambuco, na região central da cidade, possui 1300 metros quadrados de venda, estacionamento coberto para 40 veículos, mix de mais de 10 mil itens e um restaurante na sobre-loja.

O dono dos Supermercados Santarém (Supermercado Santarém Ltda.) é um português naturalizado brasileiro. O primeiro supermercado da rede foi inaugurado na região leste da cidade, porém, atualmente, todas as 3 lojas situam-se na região norte da cidade.

- ASSUREL – ASSOCIAÇÃO DOS SUPERMERCADISTAS DA REGIÃO DE LONDRINA

A rede ASSUREL foi fundada em 19 de outubro de 1995 e visa “o fortalecimento do poder de compra junto a fornecedores a fim de competir igualmente através de seus produtos em quantidade, disponibilidade, qualidade, e preço, com grande redes de supermercados e hipermercados”<sup>26</sup>.

A Rede ASSUREL possui um total de 42 empresários associados, sendo 55 estabelecimentos assim distribuídos: 27 em Londrina, 9 em Cambé, 3 em Apucarana, 3 em Arapongas, 2 em Rolândia, 2 em Jaguapitã, e 1 supermercado nas cidades de Uraí, Leópolis, São Sebastião da Amoreira, Alvorada, Astorga, Primeiro de Maio, Munhoz da Rocha, e Ivaiporã.

Em 1999 foi construída a sede, no Jardim Josiane, em Cambé, com recursos próprios da associação. No local fica a administração e os produtos adquiridos são estocados e distribuídos.

A rede também está presente na Internet, inicialmente apenas para a integração dos seus membros e posteriormente poderá se tornar um e-commerce onde os clientes da rede poderão efetuar suas compras no próprio site.

- REDE SUL – REDE DE SUPERMERCADOS UNIDOS DE LONDRINA E REGIÃO

Localizada também na cidade de Cambé, congrega supermercados “de bairro”. Criada em 2002, recentemente começou a utilizar cartão de crédito próprio administrado pela Fininvest. Congrega 46 supermercados associados, sendo um na cidade de Rosana, Estado de São Paulo. A associação possui 2 armazéns paralelos: 1 recebe a mercadoria e no outro os pedidos de cada mercado são encaminhados para seu respectivo box. Cada mercado é responsável pela retirada de seus produtos.

---

<sup>26</sup> Retirado de <http://www.assurel.com.br/assurel.html>

- **REDE ECONÔMICA ASSOCIAÇÃO DE PROPRIETÁRIOS**

Localizada em Londrina, esta é a associação mais recente criada: janeiro de 2003. Começou com a compra em conjunto de 6 proprietários de pequenos estabelecimentos amigos, entretanto, quando este número chegou a 10, tornou-se inviável sem a formação de uma associação. Possui, atualmente, 3 funcionários e 26 mercados associados espalhados nos municípios de Londrina, Cambé e Rolândia, mas planejam atingir a meta de 30 mercados. De acordo com o administrador, Luis Claudinei, não podem passar deste número, pois não teriam como atender devido à falta de estrutura. A compra conjunta baseia-se em alimentos enlatados, bebidas, material de limpeza e produtos de higiene e não trabalham com perecíveis por não poderem acomodá-los corretamente. Atuam entre as classes C e D e há pouco tempo iniciaram um programa de cursos e treinamentos. Dentre os problemas citados está a inadimplência das empresas participantes, a queda do poder aquisitivo da população e o aumento das contas públicas, pois as pessoas “tiram da comida para poder pagar as contas”, nas palavras de Luis Claudinei.

### **3.2. LOJAS DE DEPARTAMENTOS**

- **CASAS PERNAMBUCANAS – ARTHUR LUNDGREN TECIDOS S. A.**

De capital nacional, a primeira loja foi aberta na cidade de São Paulo em 1916. Atualmente a empresa possui 238 lojas, sendo que 39 localizam-se no Paraná.

Em Londrina foi uma das primeiras casas comerciais a ser implantada (vide foto 11), tendo completado 70 anos em 2005, e funciona no mesmo local até hoje, no Calçadão. A segunda loja da rede encontra-se no Shopping Catuaí.



**FOTO 11 – Inauguração das Casas Pernambucanas na Avenida Paraná (atual calçadão) local em que permanece até os dias atuais.**

Fonte: (ARRUDA, 1999, p. 3)

- C&A

A C&A é a única empresa de capital estrangeiro a ser abordada nesta pesquisa. Fundada na Holanda em 1841 por dois irmãos, desenvolveu-se e expandiu até abrir sua primeira loja no Brasil, em 1976, na cidade de São Paulo. Em Londrina, a loja da C&A localiza-se no Shopping Catuaí e foi inaugurada no final do ano de 2005.

- LOJAS AMERICANAS S. A.

“Considerada a maior rede de lojas de departamento de descontos do País”, a Lojas Americanas possui 128 lojas, 3 centros de distribuição (São Paulo, Rio de Janeiro e Recife) além das vendas via comércio eletrônico no site da “americanas.com”.

A empresa foi fundada no Rio de Janeiro em 1929 por 4 norte-americanos que trouxeram o auto-serviço no varejo de artigos populares. A loja foi inspirada nas Five and Ten Cents Stores (Lojas de 5 e 10 centavos) que faziam muito sucesso nos Estados Unidos e Nos países da Europa no início do século XIX. A primeira loja usava o nome comercial de “Nada além de dois mil réis”. Não havia vendedores e os



produtos ficavam expostos ao alcance dos consumidores que se dirigiam aos caixas para efetuar as compras.

Nos anos 1940 a Lojas Americanas, que desde o início foi sociedade anônima, abriu o capital para implementar seu programa de expansão. Nas décadas seguintes (1950, 1960 e 1970) a cadeia ampliou-se nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro para então se dirigir às principais cidades brasileiras.

Em 1983 foi adquirida pelos sócios-dirigentes do Grupo Garantia que controlavam e administravam a rede. Opera com duas modalidades de lojas para tipos diferentes de mercados. A maior parte das lojas, principalmente nos grandes centros, trabalha com um mix de não-alimentos. Já as lojas supermercados, que surgiram no início da década de 1990, em algumas cidades do interior<sup>27</sup>, comercializam além do mix tradicional da rede, frios, artigos de padaria, açougue e hortifrutigranjeiros.

A loja comercializa os chamados alimentos de conveniência, como: chocolates, biscoitos, doces, snacks e bebidas, correspondendo ao maior departamento da loja e sendo responsável por 18% das receitas totais em 1997. Deve-se ressaltar que a Lojas Americanas “é campeã na venda de ovos de chocolates”<sup>28</sup>. O mix é composto por cerca de 22 mil itens, destacando-se os não-alimentos, como: Cd's, brinquedos, eletroeletrônicos, presentes, utilidades domésticas, artigos de escritório e utilidades para o lar, sendo responsáveis por 54% das vendas em 1997.

Em 1998, a rede iniciou um processo de reestruturação objetivando aumentar as vendas através da “redefinição do mix de produtos, revisão da estrutura organizacional, substituição de lojas deficitárias, rescisão de contratos desvantajosos e até cortes de pessoal”<sup>29</sup>.

Do seu total de 128 lojas, 80 estão na região sudeste do país, 19 no nordeste,

---

<sup>27</sup> No interior de São Paulo, em Santa Catarina, e nas regiões Norte e Nordeste.

<sup>28</sup> (SANTOS, 1998, p. 56).

<sup>29</sup> (SANTOS, 1998, p. 58).

17 no sul, 10 no centro-oeste e 2 no norte. Londrina possui 3 lojas: uma no centro, em pleno Calçadão e duas outras localizadas em shoppings: no Shopping Catuaí (PR-445) e no Shopping Royal (centro da cidade).

- **LOJAS BRASILEIRAS**

A maior loja da rede foi implantada em 1978, no Shopping Com-Tour. Fechou em maio de 1995 com apenas 35 funcionários, pois não conseguiu entrar em acordo com relação ao aluguel. Na época a direção da empresa alegou que pretendiam montar uma loja ainda maior, mas no centro de Londrina.

- **Lojas Renner**

A primeira Lojas Renner foi inaugurada em 1922 no Rio Grande do Sul, mas veio a tornar-se uma loja de departamentos e com um mix amplo de produtos em 1940. A partir de 1991 houve uma reestruturação, passando a atuar apenas no ramo de moda masculina, feminina e infantil. Em Londrina, no ano de 2005, a loja retorna a cidade e ao Shopping Catuaí inaugurando uma nova loja.

- **LOJAS RIACHUELO S.A.**

Empresa de capital nacional, fundada em 1947, era formada por pequenas lojas que comercializavam apenas tecidos. Em 1979, a rede foi adquirida pelo Grupo Guararapes e sofreu uma reformulação: passou a vender roupas prontas. Possui atualmente 76 lojas (total de 152000 m<sup>2</sup>) distribuídas por 20 Estados brasileiros. Dentre estes, 5 lojas estão no Paraná: Cascavel, Curitiba, Foz, Londrina, Maringá.

Estabeleceu-se em Londrina em 1951 na Avenida Duque de Caxias, passando depois para o Calçadão, para a Rua Sergipe e em 1986 mudou-se para o local atual: Calçadão, ao lado das Lojas Americanas. De acordo com informações repassadas pela empresa, possui 65 mil clientes cadastrados sendo que 42% destes são ativos, ou seja, compram todo mês.

- **LOJAS TANGER LTDA. – “TANGER”**

Empresa de capital paulista, inaugurou sua primeira loja no Paraná em Londrina, no Calçadão onde anteriormente funcionava a Lojas Marisa. Possui 14 lojas no interior do Estado de São Paulo, sendo 3 lojas em Bauru e uma loja nas

idades de Araçatuba, Jaú, Lins, Marília, Piracicaba, São Carlos, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, Rio Claro e São José do Rio Preto. A rede comercializa produtos de decoração (como tapetes e colchões); roupas masculinas, femininas e infantis; calçados; lingerie; artigos de cama, mesa e banho.

- **MESBLA**

A loja Mesbla de Londrina localizava-se no Calçadão, em frente a Lojas Americanas. Fechou em 31 de dezembro de 1998 após funcionar durante 17 anos no local. Na mesma época fechou em outras cidades como: Porto Alegre, Pelotas, Ribeirão Preto, São José dos Campos, São Paulo. Alegou ter fechado as portas devido ao horário comercial desfavorável (havia resistência para a ampliação do horário do comércio para os sábados à tarde e aos domingos), aumento do valor do aluguel e perda de rentabilidade. Entretanto, anos depois a rede veio a entrar em falência e fechou em todo o país.

### **3.3. LOJAS DE MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS**

- **BJ SANTOS E CIA LTDA. - “BJ SANTOS”**

Empresa de capital regional comercializa móveis e eletrodomésticos. A matriz é da cidade vizinha Maringá e possui uma loja nas cidades de Apucarana, Rolândia, Cornélio Procópio e Bandeirantes. Em Londrina há 3 lojas, duas no centro e 1 loja na Avenida Saul Elkind, zona norte da cidade.

- **CASAS BAHIA**

O dono das Casas Bahia, Samuel Klein é um polonês que se estabeleceu no Brasil em 1952 fugindo dos nazistas quando estes invadiram a Polônia. Vendia roupas de cama e mesa em uma charrete na região do ABC. Ele mesmo fazia as vendas e as cobranças, que eram anotadas em uma caderneta, e passava de porta em porta. A primeira loja foi adquirida, em 1958, em São Caetano do Sul. O nome, Casas Bahia, foi uma homenagem aos fregueses, baianos em sua maioria.

Atualmente, a empresa está espalhada em oito Estados brasileiros, com mais

de 300 lojas, 16 mil funcionários e frota própria com mais de mil caminhões. Considera-se a maior rede de varejo do país. Trabalha com um mix de produtos que inclui eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis, celulares, brinquedos e artigos de cama, mesa e banho. Trabalha inclusive com o comércio via Internet, possuindo um site onde se pode adquirir todos os produtos de uma loja tradicional.

A empresa obteve um faturamento bruto de 3,6 bilhões em 2001 e em 2003 foi a empresa brasileira que mais gastou com propaganda. Entre 3% e 4% do faturamento são gastos com propaganda. A rede está presente em 11 cidades do Paraná e possui 3 lojas em Londrina. Primeiramente, estabeleceu-se na cidade com duas lojas: uma na Rua Sergipe e outra no Calçadão, em dezembro de 1996. Atualmente possui uma loja no shopping Catuaí e duas lojas no centro da cidade: no Calçadão e na Rua Benjamin Constant.

- **DAROM MÓVEIS E MÓVEIS ROMERA**

As duas empresas, tanto a Darom Móveis como o Móveis Romera são de capital regional cuja sede localiza-se na cidade de Arapongas, a 30 km de distância de Londrina.

A Darom Móveis está presente em Londrina com 3 lojas: duas no centro e uma na Avenida Saul Elkind, zona norte da cidade. Já o Móveis Romera atua na cidade com três lojas: duas no centro (uma aberta recentemente) e outra na Avenida Saul Elkind.

- **LOJAS COLOMBO S. A.**

A empresa gaúcha Maggioni & Colombo Ltda. foi fundada em 1954 e trabalhava com a venda e o conserto de eletrodomésticos. Era formada pela sociedade de dois primos, Adelino Raymundo Colombo e Dionysio Balthasar Maggioni. Nos anos 1960 e 1970 os negócios cresceram e se destacou pela venda de televisores via consórcio. Em 1992, o nome fantasia foi mudado para Lojas Colombo e atualmente é a 3ª maior empresa varejista de eletrodomésticos e móveis do Brasil e também trabalha com vendas via comércio eletrônico ou televendas.

Segundo a Revista Amanhã, em seu guia “Grandes e Líderes”, de 2001, a

empresa ocupou a 55ª colocação entre as 500 maiores empresas do Sul do Brasil. No Paraná, a rede está presente em 54 cidades. Em Londrina está presente em duas lojas no centro: Calçadão e Rua Benjamin Constant (inaugurada recentemente) e uma na zona norte: Avenida Saul Elkind.

- **MAGAZINE LUIZA**

A primeira loja foi adquirida em novembro de 1957, pelo casal Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato, no centro de Franca-SP e chamava-se “A Cristaleira”. Inicialmente familiar, a empresa cresceu e virou uma holding que, além da rede de eletrodomésticos, administra outras empresas como concessionárias Fiat e General Motors, um consórcio de veículos e eletrodomésticos e empreendimentos imobiliários. Segundo a revista Exame, o guia “As 100 melhores empresas para se trabalhar”, a empresa ocupou a 3ª posição nos anos de 2001 e 2002 e atingiu a 1ª posição em 2003. Possui um total de 4.800 empregados. Seus 3 centros de distribuição estão localizados em Ribeirão Preto e Sorocaba - SP e em Ibiporã - PR.

Em 2003 adquiriu a rede de Lojas Líder (com 18 lojas na região de Campinas) e 50 novas lojas foram inauguradas. As 184 lojas da rede estão dispersas em 5 Estados: São Paulo, Paraná, Mato Grosso, Minas Gerais e Goiás. Inaugurou duas lojas na região central de Londrina em 1996. Atualmente possui 3 lojas: duas no centro e uma loja no Shopping Catuaí.

- **MÓVEIS BRASÍLIA**

Empresa de capital local, comercializa móveis e eletrodomésticos. A primeira loja foi inaugurada na Rua Duque de Caxias, em 1967, pelo empresário Francisco Ontiveros. Atualmente a empresa possui 5 lojas em Londrina e 2 lojas e um centro de distribuição em Balneário Camboriú – SC.

- **PONTO FRIO**

Fundado em 1946, no Rio de Janeiro, o Ponto Frio está presente em 10 Estados brasileiros com mais de 320 lojas. Atualmente, conta com uma loja MegaStore em São Paulo e uma MegaStore no Barra Shopping – RJ.

Em 58 anos de atuação no Brasil, comercializa em seu mix produtos eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis. Assim como as maiores redes de varejo de móveis e eletrodomésticos, também trabalha com vendas via comércio eletrônico (desde 1995) e televendas. No ano de 2000 a empresa adquiriu 81 pontos da loja Disapel. A 2ª loja Ponto Frio em Londrina foi inaugurada em outubro de 2000 na região central da cidade. Neste local, anos atrás, funcionou uma loja HM – Hermes Macedo. Atualmente possui duas lojas, uma no centro e outra loja no Shopping Catuaí.

Os ramos e as empresas abordadas, ao longo do tempo e de acordo com a especificidade de cada ramo, possuem certos padrões em sua localização. Este assunto será abordado no próximo capítulo.

# DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS EMPRESAS

Fonte: Luciane Blum



Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 248.



Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 306.



Fonte: CASTELNOU, 2002, p. 300.

Imagens da Rua Benjamin Constant (ao fundo), Shopping Com-Tour (direita, acima); Shopping Catuaí (direita, abaixo) e Shopping Royal (esquerda, abaixo).

## CAPÍTULO IV

#### 4. DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DAS EMPRESAS

O município de Londrina é fruto de um projeto de colonização implantado por uma empresa privada, a Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP). Torna-se então importante ressaltar o papel desta na organização do espaço urbano local e regional. Sua atuação trouxe conseqüências na evolução da formação paranaense. Acarretou mudanças na ocupação do solo, nas relações sociais e econômicas em todo o Norte do Estado.

Os arruamentos, os lotes e as diversas zonas (tanto a residencial como a comercial), dos núcleos urbanos obedeciam às normas da companhia. Aos compradores dos lotes no perímetro urbano era exigida a construção no prazo máximo de um ano. Londrina, como outras cidades criadas pela CTNP, também foi pré-definida urbanisticamente.

Com o desenvolvimento econômico da região e a migração, o núcleo urbano se expandiu em todos os sentidos, mas com maior intensidade em direção leste, e sul do núcleo central. Foi no final dos anos 1940 que começaram a surgir as primeiras preocupações com o uso e a ocupação do solo, quando entrava em ruína a aparente ordem que a empresa inglesa definiu para o crescimento da cidade (CASTELNOU, 2002). Com a rápida expansão urbana, as chácaras que serviam de cinturão verde desapareceram, dando lugar a loteamentos que atendiam aos interesses dos loteadores e sem uma norma geral. Sob este panorama apareceu o primeiro instrumento de regulação urbanística após o plano original de colonização: a Lei nº 133. Essa lei representa uma mudança fundamental em relação ao período anterior (1930-1945), no qual a cidade de Londrina era administrada pela CTNP.

Através da Lei 133, sancionada em 1951, a Prefeitura passou a intervir na organização do espaço social urbano, estabelecendo as condições a partir das quais se faria a expansão da cidade. Os agentes imobiliários deveriam submeter os projetos detalhados de novos loteamentos e arruamentos à aprovação do executivo, que se encarrega de zelar pela obediência aos princípios estabelecidos.



Após esta vieram outras e, obviamente, há uma evolução nas leis municipais de zoneamento. A cada lei que é sancionada, surgem novas normas, novos usos e zonas, maior detalhamento da evolução e diferenciação no tamanho, taxa de ocupação, recuos e coeficiente de aproveitamento dos lotes da zona comercial.

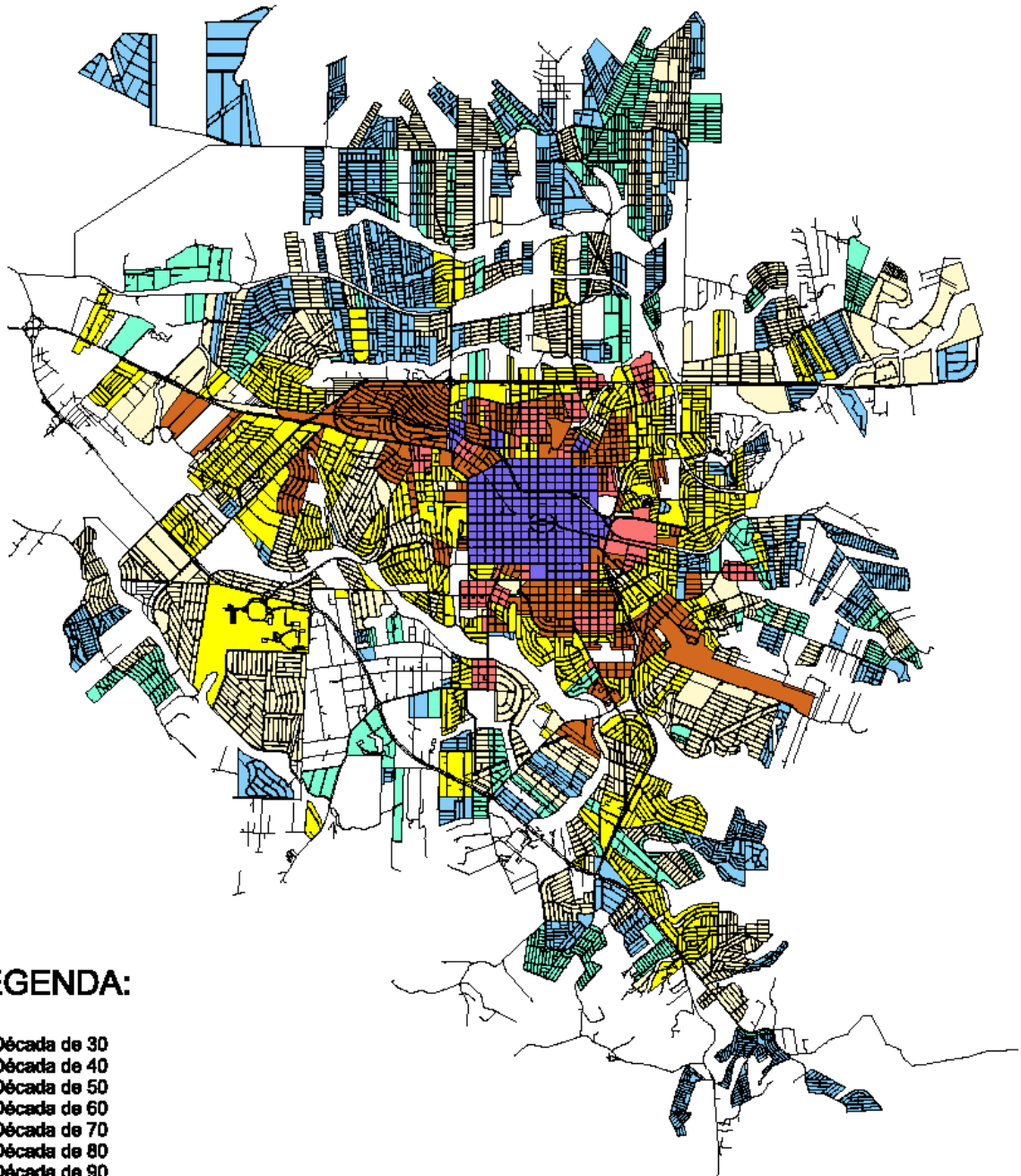
Paralelamente às diversas leis que iam sendo sancionadas, em 1966, é elaborado o 1º Plano Diretor para Londrina. Fazia parte da equipe técnica e organização do levantamento o arquiteto Jaime Lerner. De acordo com este documento, intitulado “Londrina – a situação em 66”,

constata-se que estão situadas em Londrina as mais importantes empresas distribuidoras do norte paranaense, nos ramos de tecidos, confecções, automóveis e autopeças, implementos agrícolas, utilidades domésticas, mobiliário, produtos para a agricultura, máquinas, equipamentos e o ramo de atacado em geral<sup>1</sup>.

Nos anos de 1940 a expansão urbana se dá em todas as direções, mas nos anos de 1950, a expansão da cidade se direciona com mais intensidade para as direções norte, noroeste, sul e sudeste. Esta última, impulsionada pela construção do aeroporto, e não muito distante do centro tradicional. Após a década de 1960 (mapa 4, a seguir), constatamos a criação de verdadeiros vazios urbanos, mais distantes do centro e rumo ao sul, leste e oeste do município. Lembramos que nesta década ocorreu a construção da Universidade Estadual de Londrina na região sudoeste, que foi retirada do centro e levada para os limites de ocupação da época, num local ocupado por uma fazenda de café. Os anos de 1970 são marcados pela expansão urbana na região norte da cidade, distante em torno de 8 km do centro, devido à construção de conjuntos habitacionais sob o comando de um governo municipal de caráter populista, além é claro, de expansão nas direções sul e leste, porém, menos pronunciadas. Nos anos 1980 e 1990 temos a ampliação da ocupação ao norte e ao sul da cidade e atualmente esta se consolida.

---

<sup>1</sup>(LONDRINA – A SITUAÇÃO 66, 1966, p. 137).

**MAPA 4 – Evolução urbana por década, Londrina-PR****LEGENDA:**

-  Década de 30
-  Década de 40
-  Década de 50
-  Década de 60
-  Década de 70
-  Década de 80
-  Década de 90

500 0 500 1000 Metros

FONTE: SECRETARIA DE OBRAS-PM.L  
COHAB-LD  
ELABORAÇÃO: IPPUL  
ESCALA: 1:90.000  
DATA: 1997

Inicialmente, as atividades comerciais estavam concentradas no centro principal. A Avenida Paraná, era a principal artéria da cidade, pois ligava Jatahy (Jataizinho) a Nova Dantzig (Cambé). Frequentemente boiadas passavam por ali a caminho do matadouro (localizado na atual Avenida Juscelino Kubischteck) ou de Nova Dantzig. Boiadas à parte, a Avenida Paraná desde o início até hoje conserva a função comercial. Ali, na década de 1930 temos a instalação das Casas Pernambucanas e de outros ramos comerciais; nos anos 1950 temos também o Banco do Brasil, Casas Castro, Brasil e Bonfim; Relojoaria Cyma, o Bar e Restaurante Brasserie, Drograria e Farmácia Maria Isabel, ótica Londrina e Loja Avenida<sup>2</sup>. À medida que o município se desenvolve, a cidade cresce e se expande. Assim, também acontece com os estabelecimentos comerciais que passam a concentrar-se em outras ruas e avenidas que não a Avenida Paraná: Rua Sergipe e Rua Duque de Caxias, pois passam a especializar-se de modo a atender a população.

De acordo com pesquisas realizadas nos ramos de armarinhos, tecidos, lojas de roupas e tecidos, retiradas do “Guia Geral de Londrina: indicador histórico e comercial<sup>3</sup>”, de 1954, encontramos as ruas Duque de Caxias, Sergipe e a Avenida Paraná como as que mais possuíam lojas destes ramos. Havia também a expansão para além dos trilhos da ferrovia, com lojas nas ruas Rio Grande do Norte e Belém (vide pág. 98). Os estabelecimentos que comercializavam móveis, discos, rádios e artigos de refrigeração estavam concentrados na Rua Duque de Caxias e na Avenida Paraná. Constavam também, estabelecimentos nas ruas Fernando de Noronha, Quintino Bocaiúva, e Benjamin Constant; esta última é hoje ponto de referência em lojas de móveis e eletrodomésticos (vide pág. 99). Em relação às mercearias de secos e molhados, nota-se que a maior parte dos estabelecimentos localizava-se nas ruas Duque de Caxias e Quintino Bocaiúva, seguidas pela rua Pernambuco. Este ramo encontrava-se mais distribuído, pois atendia a população com produtos de primeira necessidade, os gêneros alimentícios. Espalhavam-se para além do centro comercial, adentrando as zonas residenciais, como a Rua

---

<sup>2</sup> IPAC, 1995.

<sup>3</sup> De acordo com a publicação, em volta da cidade havia “centenas de ruas com ótimas edificações, faltando apenas a numeração das mesmas, impedindo de constar no Indicador Comercial e Classificador Profissional”, assim, haveria um maior número de estabelecimentos espalhados por diversas ruas que não puderam constar desta pesquisa.

Paranaguá, Rua Uruguai, Rua Bahia, Rua Amapá, por exemplo (vide pág. 100).

MAPA 5 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTBELECIMENTOS POR RUA NOS RAMOS DE ARMARINHOS, ROUPAS FEITAS E TECIDOS, 1954.

MAPA 6 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS POR RUA NOS RAMOS DE MÓVEIS, DISCOS E RÁDIOS, RÁDIOS E ARTIGOS DE REFRIGERAÇÃO E DISCOS, 1954.

MAPA 7 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTABELCIMENTOS POR RUA NOS RAMOS DE MERCEARIAS E SECOS E MOLHADOS, 1954.

No final dos anos de 1960, mais precisamente em 1969, encontramos uma publicação da companhia telefônica local, a SERCOMTEL, que nos permitiu elaborar cartas com a localização, por ruas, dos mesmos ramos pesquisados em 1954. A localização exata dos estabelecimentos não pode ser realizada, pois as ruas da cidade de Londrina mudaram de nome e por conta disto, a numeração também. A mudança nos nomes das ruas consta em leis e decretos, porém, não a numeração, tornando a localização exata inviável.

De 1954 a 1969 houve uma mudança considerável na localização e diversificação dos ramos. Por exemplo, em 1969 são incluídos na pesquisa, os ramos de confecções (tanto masculinas quanto femininas), lojas de moda e lojas de roupas e tecidos (segundo a divisão estabelecida pela publicação) além dos tradicionais armarinhos. As lojas de rádios e discos foram acrescentadas às lojas de aparelhos eletrodomésticos e eletrônicos, artigos domésticos, além das tradicionais lojas de móveis. Já no tradicional ramo de secos e molhados, temos o acréscimo de uma revolução no ramo de varejo: o auto serviço. Nesta década, o formato supermercado começa a atuar na cidade.

Em 1969, os estabelecimentos de armarinhos, bazares, confecções, lojas de moda, lojas de roupa e tecidos estão concentrados na Rua Sergipe e em menor grau na Avenida Paraná (vide mapa pág. 103). Este fato se deve a grande concentração de bazares na Rua Sergipe, o que permanece até hoje, onde temos tradicionais bazares atendendo da mesma forma que décadas atrás. Assim, enfatizamos que neste período o Calçadão torna-se o local com a maior concentração de lojas de roupas e confecções, principalmente as de maior requinte. Ali havia sido construído o Cine Teatro Ouro Verde em 1952, tornando-se local não apenas de compras e serviços, mas lazer, com o tradicional "footing". As lojas que em 1954, atuavam para além da ferrovia vão concentrar-se agora na Rua Guaporé e Bahia. As Ruas João Cândido e Rio de Janeiro consolidam-se como ruas comerciais nestes ramos (moda e confecções) e a Rua Duque de Caxias perde boa parte de seus estabelecimentos para outras ruas do centro.

Em relação às lojas de eletrodomésticos e eletrônicos, artigos domésticos e móveis, as ruas Duque de Caxias e Paraná permanecem líderes, tal como em 1954.



Entretanto, as Ruas Sergipe, Pernambuco e a Avenida Paraná também se destacam em mais este ramo (vide mapa pág. 104).

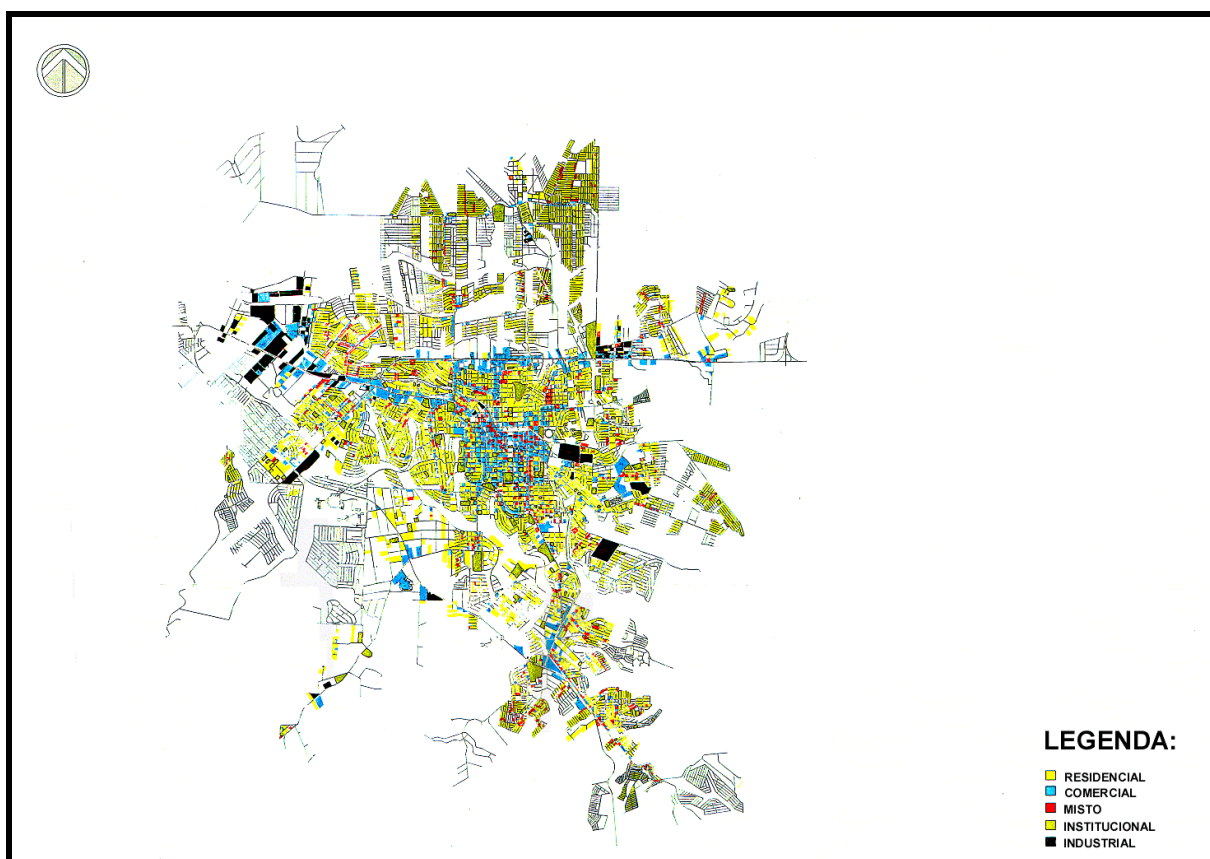
As Ruas Duque de Caxias e Quintino Bocaiúva permanecem como as que mais possuem lojas nos ramos de quitandas, secos e molhados e supermercados. A diferença em relação a 1954 é que em 1969 temos a expansão deste ramo para outras ruas do centro e um aumento da concentração nas Ruas Benjamin Constant, Sergipe, Souza Naves, João Candido, e Avenida Higienópolis (vide mapa pág. 105).

MAPA 8 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS POR RUA NOS RAMOS DE ARMARINHOS, ROUPAS FEITAS E TECIDOS, 1969.

MAPA 9 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS POR RUA NOS RAMOS DE APARELHOS ELETRODOMÉSTICOS E ELETRÔNICOS, ARTIGOS DOMÉSTICOS E MÓVEIS, 1969.

MAPA 10 – LOCALIZAÇÃO E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS  
POR RUA NOS RAMOS DE QUITANDAS, SECOS E MOLHADOS E  
SUPERMERCADOS, 1969.

Com o desenvolvimento e crescimento da cidade, as atividades comerciais vão se espalhar pelas regiões próximas ao centro, pelos bairros e pelas vias de circulação de maior movimento. Os estabelecimentos estão dispersos por toda a zona urbana, mas ainda com grande concentração (31%)<sup>4</sup> na zona central, como podemos visualizar na figura 2, a seguir.



**FIGURA 2 – Uso do solo urbano, Londrina – PR**

Fonte: Cadastro da Secretaria da Fazenda, Cadastro da Secretaria de Obras, Levantamento in loco IPPUL - PML, 1997, sem escala.

Elaboração: IPPUL.

Dentre as regiões e locais com concentração de ramos e estabelecimentos pesquisados na atualidade, destacamos cinco locais: o Calçadão, a Avenida Saul Elkind e os Shoppings Catuaí, Com-Tour e Royal Plaza.

Nas primeiras décadas da instalação da cidade, a Avenida Paraná, atual “Calçadão”, foi o “centro nervoso” de Londrina. Principal artéria da vida urbana concentrava os endereços mais importantes da época. Situada no centro da cidade, a duas quadras da antiga estação ferroviária e do atual terminal urbano de

<sup>4</sup> Dados extraídos do (Plano Diretor da cidade de Londrina, 1997, p. V-9)

transporte coletivo; a uma quadra está a antiga estação rodoviária, agora transformada em museu. Nos anos 1970 houve uma política de revitalização por parte da prefeitura e a avenida foi calçada e fechada para a circulação de automóveis e denominada pela população de Calçadão. No local estão instaladas a maioria das agências bancárias da cidade. No segmento lojas de departamento, estão presentes a Lojas Americanas ao lado da Lojas Riachuelo (vide fotos 12 e 13); e as Casas Pernambucanas na mesma quadra da Lojas Tanger. As lojas de departamento procuram instalar-se em locais centrais, de grande movimento e também em shopping centers, e Londrina não foge a questão (vide mapa pág. 103).



**FOTO 12 – Lojas Americanas no Calçadão**

Autor: Luciane Blum



**FOTO 13 – Lojas Riachuelo, Calçadão**

Autor: Luciane Blum

O Catuaí Shopping Center trouxe novos hábitos para a população londrinense, firmando-se como um pólo comercial da cidade e região, e, também como uma opção de lazer e diversão. Inaugurado em 1990, o shopping sofreu uma reforma em sua estrutura em 1996, após uma sucessão de ventos fortes. Ampliou o número de salas de cinema que passou de três para sete salas; e inaugurou a seção Catuaí Casa, com a ampliação do número de lojas – voltadas para a construção, reforma e decoração – e possui como loja âncora o Bordignon Materiais de Construção. Caracterizado como um shopping “super-regional”<sup>5</sup> e horizontal, está instalado na periferia da cidade, em área de expansão dos loteamentos de classes altas e na confluência de grandes vias de acesso. É ancorado por 4 grandes lojas: Hipermercado Carrefour, Lojas Americanas, Casas Pernambucanas, Magazine Luiza e agora, com a seção Catuaí Casa, conta também com diversas lojas de móveis. Possui 180 lojas, 13 quiosques, 7 cinemas, praça de alimentação e eventos, boliche, bingo, boate, cursinho e centro de estética. O supermercado Eldorado, do grupo Veríssimo, foi o 1º a fazer parte do empreendimento, inclusive como sócio, mas deu lugar ao Carrefour que instalou-se em terreno ao lado.

---

<sup>5</sup> (Grassiotto, 2003, p. 75).

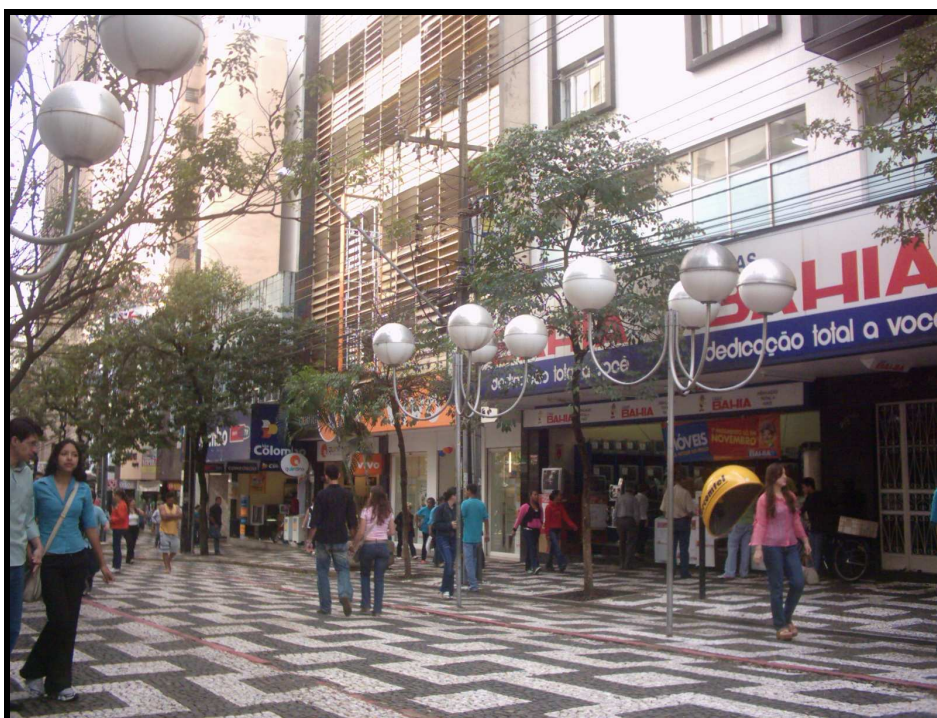
Já o Shopping Royal Plaza está localizado na área central da cidade. Inaugurado em 30 de novembro de 1999 é um empreendimento que procurou modernizar o comércio central, tanto na forma de atendimento como na imagem. Possui uma área de 20.000 m<sup>2</sup> com 169 lojas e 15 quiosques distribuídos em 4 pisos. Não possuía loja âncora, tendo seu ponto forte a localização central. O shopping acabou por revitalizar o seu entorno, sendo um dos fatores que levaram ao debate a ampliação do Calçadão. A maioria de seus lojistas são de Londrina, mas possui uma loja Dudony e, recentemente, uma Lojas Americanas. Atualmente o shopping está sendo ampliado e cogita-se que a Lojas Americanas irá fechar no Calçadão e permanecer apenas nos dois shoppings.



MAPA 11 - LOCALIZAÇÃO DAS LOJAS DE DEPARTAMENTO  
PESQUISADAS 2006.

No segmento de móveis e eletrodomésticos, no Calçadão, atuam as lojas Colombo, Casas Bahia, Ponto Frio, Magazine Luiza, Dudony, BJ Santos e Móveis Brasília. Em relação aos ramos de móveis e eletrodomésticos, notamos que as várias empresas atuantes na cidade procuram se agrupar, fenômeno que se intensificou nos últimos três anos.

Ainda na região central, a Rua Benjamin Constant, endereço do Terminal Urbano de Transporte Coletivo, está se especializando em lojas de móveis e eletrodomésticos, mais precisamente nas duas quadras ao lado do terminal (vide mapa na pág. 106). Em apenas uma quadra temos concentradas, além das lojas de capital local – como a BJ Santos, Móveis Brasília, Romera – as grandes redes nacionais como Colombo, Dudony, Magazine Luiza e a rede regional, Lojas Salfer. Essas empresas atuam “lado a lado” e “frente a frente”. Em 2004, o Magazine Luiza e a Colombo inauguraram novas, amplas e modernas instalações, e em 2006 a Salfer se instala em Londrina, na Rua Benjamin Constant. Podemos observar o agrupamento atual através da observação das fotografias 14, 15 e 16, tanto em relação ao agrupamento no Calçadão, como na Rua Benjamin Constant.



**FOTO 14 – Calçadão: Casas Bahia e Colombo**

Autor: Luciane Blum



**FOTO 15 – Rua Benjamin Constant, da esquerda para a direita: Magazine Luiza, Dudony e Colombo.**

Autor: Luciane Blum



**FOTO 16 – Rua Benjamin Constant: BJ Santos, Móveis Romera, Lojas Salfer e Móveis Brasília (da direita para a esquerda)**

Autor: Luciane Blum

MAPA 12 – LOCALIZAÇÃO DAS LOJAS DE MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS NA  
CIDADE DE LONDRINA-PR, 2006.



Na zona norte da cidade, a região de conjuntos habitacionais vem se destacando como uma nova centralidade<sup>6</sup>. Destaca-se a Avenida Saul Elkind onde podem ser encontradas lojas de bairro e as filiais de diversas empresas comerciais, seja no segmento de calçados, cine e foto ou mesmo as lojas de móveis e eletrodomésticas novamente agrupadas, como a foto 7 demonstra.



**FOTO 17 – Vista da Avenida Saul Elkind, onde atuam a BJ Santos, Darom Móveis, Móveis Romera, Colombo e Móveis Brasília**

Autor: Luciane Blum

Em relação aos ramos de supermercados e hipermercados pesquisados a região norte da cidade também conta com diversos estabelecimentos em sua maioria pequenos e médios. Entretanto, a rede de supermercados Irmãos Muffato abriu um hipermercado na região, no final da Avenida Saul Elkind, em um local de confluência de avenidas (vide mapa na pág. 108). Nesta região estão localizados os Supermercados Santarém (com 4 lojas), pertencente à rede ALES.

---

<sup>6</sup> Para maiores informações, verificar o trabalho de William R. da Silva. Descentralização e redefinição da centralidade em e de Londrina, 2002.

MAPA 13 – LOCALIZAÇÃO DAS QUADRAS DOS SUPERMERCADOS, HIPERMERCADOS, E CENTRAIS DE COMPRA PESQUISADOS, 2006.

Na região central encontramos os supermercados Musamar (associado da Rede ALES), o Hipermercado Condor ao lado da Avenida Dom Geraldo Fernandes (mais conhecida como Leste-Oeste) e o Supermercado Fatão na Rua Brasil. Na região oeste temos a Avenida Tiradentes, importante via que liga Londrina a Cambé, Rolândia, Araongas, Apucarana, Maringá e outras. Nela estão localizadas diversas agências bancárias, o Hiper Muffato (onde inicialmente estava o Big) e o Shopping Com-Tour, o primeiro shopping da região Sul e o segundo no país (vide mapa na pág. 108).

Desde a sua inauguração consistiu em um grande shopping da região Norte do Paraná, com uma área de influência de cerca de 200 municípios e 5 milhões de habitantes. A instalação, em 1979, das Lojas Brasileiras – com aproximadamente 5.000 m<sup>2</sup> – e do Supermercado Jumbo tornaram o Com-Tour uma referência regional em compras e lazer, já que também contava com cinema. Em 1991 o Jumbo deixou a cidade e foi um dos motivos que ajudaram a enfraquecer o movimento, além de não fazer as reformulações necessárias em seu espaço para que pudesse acompanhar as transformações da sociedade. Com o passar do tempo, o shopping perdeu o caráter regional e a loja âncora: a Lojas Brasileiras. Atualmente, o shopping conta com um projeto de revitalização. Em setembro de 1991, o Supermercado Muffatão passou a ser a loja âncora. Foi substituído pelo Mercadorama em 2001 e após uma reforma, este foi substituído pelo Almeida Supermercados, em 2003.

O Shopping Catuaí possui mais de 80.000 m<sup>2</sup> e mais 20.000 m<sup>2</sup> destinados ao Hipermercado Carrefour. Inicialmente, possuía quatro lojas de departamentos no intuito de atrair a população, entre elas: C & A, Renner, Muricy (do mesmo grupo que as lojas Pernambucanas), e Dillard's (do grupo da Sears) que fecharam com o tempo. Atualmente, as Lojas Renner e a Loja C&A voltaram a atuar no shopping. CASTELNOU lembra que Londrina possuía na época da construção apenas três cinemas e dois restaurantes de alto padrão.

Vimos que, inicialmente, o município de Londrina foi previamente planejado e suas diversas zonas: residencial, comercial e industrial, estabelecidas pela CTNP. Com seu crescimento, a cidade expandiu para fora do núcleo central e até hoje seu

centro principal. O mesmo aconteceu com as atividades comerciais. Estas se fixaram inicialmente na região central, principalmente na Rua Duque de Caxias e Avenida Paraná, porém, com o decorrer das décadas foram se expandindo para outras regiões. Nos anos 1970, além do centro havia o shopping Com-Tour, ruas foram se especializando, como a Rua Sergipe em bazares, óticas e relojarias, lojas de cine e foto, além de confecções; já na Rua Benjamin Constant concentraram-se as lojas de móveis e eletrodomésticos, além de atuarem no Calçadão. Nos anos 1990, o shopping Catuaí revolucionou Londrina com o seu tamanho e papel. Além de promover a expansão e valorização na direção sudoeste da cidade, várias redes e empresas nacionais passaram a atuar na cidade.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O norte do Estado do Paraná não foi ocupado de forma homogênea devido a diferentes processos de ocupação e povoamento, que ocorreram em diferentes momentos. Isto originou a divisão da região em Norte Velho ou Pioneiro, Norte Novo e Norte Novíssimo. Somente a partir do século XIX é que o norte passa a ser ocupado de forma lenta e por meio de iniciativas oficiais. É também neste período que as terras paranaenses passam a ser valorizadas como reflexo da expansão da cultura cafeeira do Estado de São Paulo, quando a fronteira atinge os limites do Estado.

Entretanto, é apenas no início do século XX que ocorre a inserção do capitalismo nesta região através de um tipo de colonização moderna. Pressionado pela ocupação rápida e desordenada, o governo paranaense inicia a regularização através da concessão de terras a particulares. Mesmo com a crise da cafeicultura no final do século XIX e início do século XX, o Paraná não foi atingido, sua produção era inexpressiva e o governo continuava a apoiá-la.

Com a crise do 3º ciclo de Kondratieff e a crise de 1929, o governo paranaense passa a buscar uma nova fonte de renda: a venda de glebas de terras a companhias particulares de colonização. Originada a partir de uma missão inglesa em visita ao Brasil, a Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP) adquire cerca de 515 mil alqueires de terras na região de solo paranaense mais fértil: a terra roxa do norte.

A partir de então, o chamado Norte Novo, devido à nova forma de povoamento e colonização, passa a ser estruturado e planejado de acordo com os interesses da companhia inglesa. A Companhia Ferroviária São Paulo/Paraná foi adquirida, a ferrovia e a rodovia foram construídas paralelamente com o intuito de fornecer à região a infra-estrutura para a ocupação e o escoamento de futuras produções agrícolas. Núcleos urbanos foram planejados em torno de 15 km de distância e as grandes e mais importantes cidades em torno de 100 km de distância uma da outra. A zona rural foi dividida em pequenos e médios lotes de forma a todos

terem acesso à estrada e a água: rios e ribeirões, e a economia era pautada no trabalho familiar.

Em 1929, uma clareira é aberta, são construídos o hotel e o armazém da companhia, para receber os futuros compradores de terras, no Patrimônio Três Bocas. Em 1934 é fundado o município, agora chamado de Londrina (em homenagem aos ingleses), sede da companhia e local de onde se partia para novos pontos de colonização.

Fundada para ser a sede do projeto de colonização, embora não devesse alcançar 30 mil habitantes (na visão dos ingleses), a cidade cresceu e se desenvolveu rapidamente devido a agricultura cafeeira. Por ser um grande centro, resultado de um planejamento hierarquizado, tinha como função coletar, beneficiar e comercializar a produção agrícola que atendia tanto a demanda regional, como o mercado paulista e o mercado externo. Além disso, atendia o grande mercado consumidor local e regional (em grande parte rural) sendo o comércio varejista (armazéns de secos e molhados; bazares; lojas de tecidos, confecções e calçados; lojas de móveis e utilidades domésticas) muito expressivo. Inicialmente, o comércio tinha como seu principal representante os armazéns de secos e molhados, pois comercializavam os gêneros alimentícios e variados produtos para uso doméstico e agrícola. Estes estabelecimentos eram, em sua maioria, de capital local, sendo abastecidos por atacadistas de Londrina e Maringá, filiais de empresas paulistas e paulistanas.

Neste período inicial havia a predominância de casas comerciais que trabalhavam com produtos de primeira necessidade, como os chamados secos e molhados. A diversificação dos produtos ofertados ficava por conta das lojas ou casas comerciais de alimentos não perecíveis, calçados, tecidos ou ferragens. Os estabelecimentos mais especializados seriam as farmácias, alfaiatarias para confecção de roupas masculinas e femininas, marcenarias e salões de beleza.

Com uma economia essencialmente agrícola, devido às condições naturais (clima e pedologia) obteve grande desenvolvimento econômico e populacional devido à cafeicultura a ponto de ser chamada de “Eldorado” ou “Capital Mundial do

Café”. Nos anos 1950 consolida-se como importante cidade do norte do Estado e inicia-se o seu desenvolvimento industrial. Nos anos 1960, a industrialização desenvolve-se ao mesmo tempo em que a cidade passa a receber um maior número de migrantes devido ao êxodo rural ocasionado pelas geadas e a transformação do campo pela revolução verde. É também neste período que a população começa a se utilizar de produtos industrializados e o formato auto-serviço, o supermercado, espalha-se pelo país. Na década de 1970, em razão da forte expansão urbana, o governo do estado procura promover o desenvolvimento do eixo Londrina-Maringá, entretanto o projeto não saiu do papel. Já a administração municipal procura ordenar e revitalizar a cidade com transformações na área central e a revitalização do Calçadão. O hipermercado Jumbo inicia suas atividades também na década de 1970, no shopping Com-Tour, o segundo do país (naquele período), e passa a atrair pessoas de toda a região. Nos anos 1980, Londrina consolida-se como cidade pólo, tanto no setor de comércio e serviços, como na cultura, educação e saúde. O shopping Catuaí é inaugurado no início da década de 1990, agora, fazer compras no centro, principalmente no Calçadão perde parte de seu “status”. Concomitante com as grandes grifes, o novo shopping atrai para a direção sudoeste da cidade, desenvolvimento, especulação imobiliária e uma grande rede de supermercados: o Carrefour.

Observem que a estrutura do varejo brasileiro está relacionada à estrutura econômica vigente no país. Durante o milagre econômico que ocorreu no final dos anos de 1960 e 1970, na fase ascendente do ciclo de Kondratieff, o crescimento econômico propiciou o crescimento das empresas varejistas. No final do milagre e início da fase recessiva do quarto ciclo longo, marcado pelas crises do petróleo e a elevação dos juros, a forma do varejo mudou significativamente até meados da década de 1980.

Na chamada “década perdida”, os anos 1980, o varejo de alimentos não foi significativamente afetado, mas o consumidor presenciava constantes remarcações devido à inflação. Já as lojas de departamentos e os bens de consumo duráveis experimentaram uma forte retração até a década de 1990. O Plano Real trouxe a estabilização econômica, o aumento do poder aquisitivo, a possibilidade de planejamento nas compras e uma nova camada consumidora: as classes C e D. A

partir de então aumentou a venda de produtos eletroeletrônicos, porém durou até a crise asiática de 1997. É a partir dos anos 1990 que a atividade comercial varejista concentra-se, grandes redes mundiais passam a atuar no país, a concorrência acirra-se, assim como as aquisições e fusões. É o fim de algumas grandes redes que não conseguiram adaptar-se, competitivamente, ao novo panorama e acabaram por fechar, como as Lojas Arapuã, Mesbla, Hermes Macedo, e Lojas Brasileiras. As lojas de departamento e as de eletroeletrônicos passam a perder parcela de seu mercado para os hipermercados, que venderam um mix de produtos que inclui móveis e eletrodomésticos. É, também, o período da reestruturação, em que as empresas comerciais devem se tornar mais competitivas através de mudanças financeiras e mercadológicas, em logística, no quadro de funcionários e na informatização de suas operações.

A espacialização dos estabelecimentos comerciais em Londrina segue o desenvolvimento do município, da economia nacional e internacional, além da reestruturação da atividade em nível nacional. Restritas, inicialmente, ao centro tradicional, passam a expandir para outras áreas da cidade, nas vias de grandes fluxos viários ou nos shoppings. Cada segmento, sejam as lojas de eletro, as lojas de departamento ou os supermercados, possuem um padrão de espacialização. As lojas de departamentos localizam-se no centro, mais precisamente no Calçadão ou então no shopping. Já as lojas de eletrodomésticos estão agrupando-se na Rua Benjamin Constant, no Calçadão e adjacências, como na Rua Pernambuco; nos shoppings ou no subcentro da zona norte. Já os supermercados estão pulverizados pela cidade, e os hipermercados, como o Hiper Muffato, Condor, Carrefour, procuram fixar-se em grandes e movimentadas vias de trânsito.

## REFERÊNCIAS

- ACIL. **Associação Comercial: 50 anos fazendo a história de Londrina.** Londrina: Editora Pé Vermelho, JUN. 1978.
- ARIAS NETO, Jose M. **O Eldorado: representações da política em Londrina 1930-1975.** Londrina: EDUEL, 1998.
- ARRUDA, Maria Juliani de. **Juliani: um homem, sua máquina e a história de Londrina.** Londrina: M. J. de Arruda, 1999.
- ASARI, Alice Y.; TUMA, Magda M. **Aspectos históricos, físicos, econômicos e institucionais do município de Londrina.** Londrina: P.M.L., 1978.
- BASTOS, José M. Conjuntura econômica e comércio varejista no sul do Brasil. In: **Geografia Econômica do Brasil – temas regionais.** P. 98-114.
- \_\_\_\_\_. **O comércio de múltiplas filiais em Florianópolis.** Florianópolis, 1998. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- \_\_\_\_\_. **O comércio de múltiplas filiais no Sul do Brasil.** São Paulo, 2002. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia.
- BONI, Paulo César. **Fincando estacas! A história de Londrina (década de 30) em textos e imagens.** Londrina: Ed. Do Autor, 2004.
- BRANCO, Gustavo; MIONI, F. **Jubileu de Prata - Londrina.** Londrina: Revista Realizações Brasil, 1959.
- CANCIAN, Nadir A. **Cafeicultura paranaense 1900-1970: estudo de conjunturas.** São Paulo, 1977. Tese de doutorado em Historia. FFLCH/USP.
- CASTELNOU, Antonio. **Arquitetura Londrinense: expressões de intenção pioneira.** Londrina: A. Castelnou, 2002.
- CIGOLINI, Adilar A. Ocupação do território e fragmentação territorial: a formação da malha municipal paranaense. **Revista Paranaense de Geografia,** Curitiba, n. 7, p. 23-33, 2002.
- COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL. **Londrina, a situação em 66.** Curitiba: A Comissão, 1966.
- COMPANHIA MELHORAMENTOS NORTE DO PARANÁ. **Colonização e desenvolvimento do Norte do Paraná.** 2. ed. publicação comemorativa do cinquentenário da CMNP, São Paulo: Ave Maria, 1977.

- CUNHA, Fabio César Alves da. **A metrópole de papel: a representação “Londrina Metrópole” na institucionalização da Região Metropolitana de Londrina**. Tese de Doutorado, Pós-Graduação em Geografia, UNESP, 2005. Disponível em: <[http://www.biblioteca.unesp.br/bibliotecadigital/document/get.php/2910/cunha\\_fca\\_dr\\_prud.pdf](http://www.biblioteca.unesp.br/bibliotecadigital/document/get.php/2910/cunha_fca_dr_prud.pdf)>. Acesso em 15 de setembro de 2005.
- DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos). **Reestruturação tecnológica e emprego em Santa Catarina**. Estudo Regional n.º 3, jan. 1999, p. 19-70.
- FRESCA, Tânia Maria. **Transformações da rede urbana do Norte do Paraná: estudo comparativo de três centros**. São Paulo, 2000. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade de São Paulo/USP.
- GAZETA MERCANTIL. **Análise setorial: Supermercados**. São Paulo: Gazeta Mercantil, V. 1, 2, 3 e 4. 1998.
- HARA, Cecília C. Centrais de Compra superam crescimento do setor supermercadista. In: **Revista FAE Business**, N.11, maio de 2005. Disponível em <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_fae\\_business/n11/painel.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_fae_business/n11/painel.pdf)>. Acesso em: 18 de julho de 2006.
- IRMÃOS FUGANTI S/A. **Fuganti 75 anos SP – PR**. América Magazine. São Paulo: Ed. Varta, n. 2, ano 11, 1966. Edição Especial.
- GRASSIOTTO, Maria L. F. **Espaços comerciais: a arquitetura em dois Shopping Centers de Londrina (algumas questões)**. In: SZMRECSANYI, Maria I.; ZANI, Antonio C. (orgs.). São Paulo: FAUUSP/UEL, 2003, p. 69-84.
- GRASSIOTTO, Maria L. F.; GRASSIOTTO, Junker de Assis. A atividade comercial e sua relação com o urbano: o exemplo de Londrina. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, set. 2003. v. 3. p. 101-120.
- GUIA dos Telefones de Londrina**. Londrina: SERCOMTEL, 1968.
- GUIA dos Telefones, Norte do Paraná**. Londrina: SERCOMTEL, 1969
- GUIA Geral de Londrina: indicador histórico e comercial**. 1. ed. Londrina, 1954.
- INFORMADOR Classificado do Paraná – comércio, indústrias, profissões, em seus ramos e classes**. Curitiba: Administração e Publicidade, 1955. tiragem: 20.000.
- IPAC (Inventário e Proteção do Acervo Cultural de Londrina). **Memória e**

**cotidiano: cenas do Norte do Paraná – escritos que se recompõe.** Londrina - IPAC: UEL/MEC-SESU, 1995.

JOFFILY, José. **Londres-Londrina.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

LEMOS, Mario L. F.; ROSA, Sergio E. S.; TAVARES, Marina M. (colaboradora).

**Os setores de comércio e de serviços.** 2003.

<[http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro\\_setorial/setorial07](http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_setorial/setorial07)>.pdf Acesso em: 29 de dezembro de 2004.

LONDRINA. Lei N.º 133, de 07 de dezembro de 1951.

LONDRINA. Lei N.º 216, de 15 de maio de 1954.

LONDRINA. Lei N.º 788, de 10 de janeiro de 1963.

LONDRINA. Lei N.º 1635, de 30 de dezembro de 1969.

LONDRINA. Lei N.º 3706, de 16 de junho de 1984.

LONDRINA. Lei N.º 7482, de 20 de junho de 1998.

LOPES, Frederico Fonseca et al. **Estratégias de rede de empresas: O associativismo no pequeno varejo alimentar.** VII SEMEAD. Disponível em: <[\[www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Varejo/VAR10\\\_-\\\_Estrat%E9gias\\\_Peq\\\_Varejo.PDF\]\(http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Varejo/VAR10\_-\_Estrat%E9gias\_Peq\_Varejo.PDF\)>. Acesso em: 13 de junho de 2006.](http://</a></p></div><div data-bbox=)

MAMIGONIAN, Armem. Introdução ao pensamento de Ignácio Rangel. **Geosul**, n. 3, 1º sem./1987, p. 63-71.

\_\_\_\_\_. **Kondratieff, ciclos médios e organização do espaço.** 1994.

MORO, Dalton A. Desenvolvimento econômico e dinâmica espacial da população no Paraná contemporâneo. **Boletim de Geografia**, Maringá, ano 16, n. 1, p. 1-55, 1998.

MÜLLER, Nice L. Contribuição ao estudo do Norte do Paraná. **Geografia**, Londrina, v. 10, n. 1, p. 89-118, jan./jun. 2001. Reedição. (Originalmente lançado na década de 1950).

MUSILLI, Célia; ABRAMO, Maria Angélica. **Londrina puxa o fio da memória.** Joinville: Letradágua, 2004.

NOGUEIRA, Amelia Tozzetti. **De Norte a Norte: uma trajetória de Contadini.** Londrina: A. T. Nogueira, 2004.

PADIS, Pedro C. **Formação de uma economia periférica: o caso do Norte do Paraná.** São Paulo: HUCITEC, Curitiba: Secretaria de Cultura e do Esporte do Governo do Paraná, 1981.

PARANÁ. Governo do Estado. Secretaria de Estado do Planejamento. Coordenadoria de Estudos e Projetos. **METRONOR: Plano Diretor do Eixo Londrina-Maringá**. Curitiba, 1980.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil**. São Paulo, Atlas, 2000.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LONDRINA. **Dados estatísticos de Londrina**. Assessoria de Planejamento, julho de 1973.

\_\_\_\_\_. **Dados estatísticos de Londrina**. Assessoria de Planejamento, junho de 1973.

\_\_\_\_\_. **Dados estatísticos de Londrina**. Assessoria de Planejamento, março de 1974.

\_\_\_\_\_. **Dados estatísticos de Londrina**. Assessoria de Planejamento, outubro de 1974.

\_\_\_\_\_. **Dados estatísticos de Londrina**. Assessoria de Planejamento, setembro de 1975.

\_\_\_\_\_. **Lei N.º 216, de 1954**. Logradouros Públicos: denominação e limites. 1954.

\_\_\_\_\_. **Listagem do cadastro mobiliário, por atividade**. Secretaria da Fazenda/PML, 2003.

\_\_\_\_\_. **Perfil do Município de Londrina**. Secretaria da Fazenda/PML, 2003 (Ano Base 2002).

\_\_\_\_\_. **Perfil do Município de Londrina**. Secretaria da Fazenda/PML, 2004 (Ano Base 2003).

\_\_\_\_\_. **Plano Diretor de Londrina**. IPPUL/PML, 1995.

\_\_\_\_\_. **Plano Diretor de Londrina**. IPPUL/PML, 1997.

RANGEL, Ignácio M. A história da dualidade brasileira. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 5-33, out/dez 1981.

\_\_\_\_\_. Dualidade e ciclo longo. **Geosul**, Florianópolis, n. 3, p. 44-71, 1º sem. 1987.

REIS, Luis C. T. dos. Por uma concepção dialética do espaço: o conceito de formação espacial em Milton Santos. **Geografares**, Vitória, v. 1, n.º 1, p. 61-72, jun./2000

REVISTA Amanhã. **Grandes e Líderes: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul**. São Paulo, ed. 168. jul. de 2001.

REVISTA SuperHiper. **“50 anos de supermercados no Brasil”**. São Paulo. Set.



de 2002, p. 98 a 114.

\_\_\_\_\_. **Região Sul: um outro país dentro do Brasil**. São Paulo. Ano 29, N. 335, set. de 2003, p. 26 a 52.

ROLIM, Rivail Carvalho. **O policiamento e a ordem: histórias da política em Londrina 1948-1962**. Londrina: EDUEL, 1999.

SAAB, William G. L.; GIMENEZ, Luiz C. P. **A segmentação do comércio varejista**. Gerência Setorial de Comércio e Serviços, n. 12, mar./2000. Disponível em <<http://www.bndes.gov.br/>>. Acesso em 03 de agosto de 2004.

SANTOS, Angela Maria M. M.; COSTA, Cláudia Soares. **Características gerais do varejo no Brasil**. Gerência Setorial de Comércio e Serviços, 2004. Disponível em <<http://www.bndes.gov.br/>>. Acesso em 03 de agosto de 2004.

SANTOS, Milton. Sociedade e Espaço: a formação social como teoria e como método. **Boletim Paulista de Geografia**. n.º 54, p. 81-100, jun./1977.

SCHWARTZ, Wilson. **Poder emergente no sertão**. Londrina: Midiograf, 1997.

SEBRAE/PR (Londrina). **Negócios em Londrina**. Londrina: SEBRAE, 2005. CD-ROM.

SEBRAE/MG. **Perfil Setorial - Comércio varejista**. Março de 2005. Disponível em

<[http://www.sebraemg.com.br/arquivos/Coopere\\_para\\_crescer/geor/SIS/Estudos Setoriais/arquivos/PERFIL%20SETORIAL%20-](http://www.sebraemg.com.br/arquivos/Coopere_para_crescer/geor/SIS/Estudos_Setoriais/arquivos/PERFIL%20SETORIAL%20-%20Com%C3%A9rcio%20Varejista.pdf)

[%20Com%C3%A9rcio%20Varejista.pdf](http://www.sebraemg.com.br/arquivos/Coopere_para_crescer/geor/SIS/Estudos_Setoriais/arquivos/PERFIL%20SETORIAL%20-%20Com%C3%A9rcio%20Varejista.pdf)>. Acesso em 13 de junho de 2006.

\_\_\_\_\_. **Reestruturação do comércio varejista e de supermercados**. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/bnset/set903.pdf>>. Acesso em 29 de dezembro de 2005.

SILVA, William Ribeiro da. **Descentralização e redefinição da centralidade em e de Londrina**. Presidente Prudente, 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Estadual Paulista.

SZMRECSANYI, Maria I. **O modelo das cidades-jardins no Norte Novo do Paraná**. In: SZMRECSANYI, Maria I.; ZANI, Antonio C. (orgs.). São Paulo: FAUUSP/UDEL, 2003, p. 69-84.

ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados. <<http://www.abrasnet.com.br/>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

APRAS - Associação Paranaense de Supermercados.

<<http://www.apras.org.br/>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

ASSUREL. Disponível em <<http://www.assurel.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

B.J.SANTOS. Disponível em <<http://www.bjsantos.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Casas Pernambucanas. Disponível em <<http://www.pernambucanas.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

C&A. Disponível em <<http://www.cea.com.br>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

Condor. Disponível em <<http://www.condor.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Hipermercado Carrefour. Disponível em <<http://www.carrefour.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Lojas Americanas. Disponível em <<http://www2.lasa.com.br/> Lojas Americanas S/A. Acesso em 26 de junho de 2004.

Lojas Renner. Disponível em <<http://www.lojasrenner.com.br>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

Lojas Riachuelo. Disponível em <<http://www.riachuelo.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Lojas Salfer. Disponível em <<http://www.salfer.com.br>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

Prefeitura Municipal de Londrina. Disponível em <<http://www.londrina.pr.gov.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Supermercados Musamar. Disponível em <<http://www.musamar.com.br/>>. Acesso em 26 de junho 2004.

Tanger. Disponível em <<http://www.lojastanger.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

Viscardi S. A. Disponível em <<http://www.viscardinet.com.br/>>. Acesso em 26 de junho de 2004.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

**Mudanças na denominação de ruas e avenidas em Londrina, de acordo com a Lei 216 de 1954.**

NOME ATUAL	NOME ANTERIOR
Avenida Juscelino Kubitschek	Rua Jacarezinho
Rua Hugo Cabral	Rua Ceará
Rua Fernando de Noronha	Rua Antonina e Rua Manaus
Avenida Bandeirantes	Rua sem nome
Rua Duque de Caxias	Rua Marechal Deodoro ou Heimtal
Rio Grande do Sul	Rua Brasil
Rua Amazonas	Rua Uruguai
Rua Antonina	Rua Amapá
Rua Curitiba	Rua Vila Velha
Rua São Salvador	Rua Maragogipe
Rua Amapá	Rua Brasil

## ANEXO 2

## ASSOCIADOS REDE ASSUREL

Código	Nome	Endereço	Cidade
1	SUPERMERCADO PREÇO LEGAL	RUA JOSE MARTINS DE OLIVEIRA, 258	LONDRINA/PR
2	MINI MERCADO COMPRE BEM	R.OTAVIO CORREIA, 196	LONDRINA/PR
3	SUPERMERCADO PAPES	RUA JOSÉ DE OLIVEIRA BORGES, 900, CENTRO	URAI/PR
4	SUPERMECADO KAZUMA	RUA QUENIA, 171	LONDRINA/PR
5	SUPERMERCADO EIMORI	RUA VICENTE BOCUTTI, 539 JD MARIA LUCIA	LONDRINA/PR
6	SUPERMERCADO VENEZA	RUA MARECHAL CANDIDO RONDON, 383	CAMBE/PR
7	SUPERMERCADO ZONA SUL	RUA DAS VIOLETAS, 240	LONDRINA/PR
8	SUPERMERCADO VAREJÃO PAULISTA	RUA ALVARO FERREIRA DA LUZ, 50	LONDRINA/PR
9	SUPERMERCADO PORTUGUESA	RUA TIBAJI, 660	LONDRINA/PR
10	SUPERMERCADO ALVI CELESTE	RUA PASCOL M.CABRAL, 503	CAMBE/PR
11	SUPERMERCADO DOIS IRMÃOS	RUA JOSE TETUO SAITO, 241	LONDRINA/PR
12	SUPERMERCADO FOLHA VERDE	RUA DARCIRO EGGER 302	LONDRINA/PR
13	SUPERMERCADO CONFIANÇA	RUA VEREADOR JULIO DA SILVA, 30	LEOPOLES/PR
14	SUPERMERCADO FREIRE	RUA HIKOMA ODIHARA, 158	LONDRINA/PR
15	SUPERMERCADO BIG DOG	AV.SERRA DA ESPERANCA, 1397	LONDRINA/PR
16	SUPERMERCADO CASTRO	RUA GUILHERME DE ALMEIDA, 1985	LONDRINA/PR
17	SUPERMERCADO QUINELATO	RUA PLUTAO, 22	LONDRINA/PR
18	SUPERMERCADO MILIOZZI	RUA JOSE AFONSO SANTOS, 590	CAMBE/PR
19	SUPERMERCADO SPINASSI	AV GABRIEL F.MIRANDA, 370	CAMBE/PR
20	MARCILIO FAVARO SENEFONTE	AV RAMINELLI, 945	CAMBE/PR
21	SUPERMERCADO JULIANA	AV ATLANTA, 695	ROLANDIA/PR
22	SUPERMERCADO BALESTRA	AV.BRASIL, 914	CAMBE/PR
23	SUPERMERCADO SÃO MARCOS	AV.GINES PARRA, 269	LONDRINA/PR
24	SUPERMERCADO ECONOMICO	AV. MINAS GERAIS, 2373	APUCARANA/PR
25	SUPERMERCADO BOCA CHEIA	RUA MANGABAS, 526	LONDRINA/PR
26	SUPERMERCADO JULIANA	RUA WILLE DAVIDS, 1014	ROLANDIA/PR
27	SUPERMERCADO ALVORADA	R.LUIS XV S/N PQ INDUSTRIAL	PORECATU/PR
28	MINI MERCADO CRIS	CENTRO COM. PARIGOT SOUZA 2 BOX-6	LONDRINA/PR
29	SUPERMERCADO PINGUELLI	RUA SAGUARAGI, 90	ROLANDIA/PR
30	SUPERMERCADO ECONOMIX	AV SAUL ELKIND 2705	LONDRINA/PR
31	SUPERMERCADO FAVORITO	RUA DAS MARITACAS, 1145	LONDRINA/PR
32	M.H. SUPERMERCADO	AV.PREFEITO ANTONIO GRANCISHINI, 1161	SAO SEBASTIAO A. MOREIRA/PR
33	SUPERMERCADO GOLFETO	RUA SAO SEBASTIAO, 124	JAGUAPITA/PR
34	SUPERMERCADO SÃO BENTO	R.TAPUIAS, 594	LONDRINA/PR
35	SM.LABIB	AV. 14 DE DEZEMBRO Nº544	NOVA FÁTIMA/PR
36	SUPERMERCADO FOLHA VERDE	AV.LUCIA HELENA GONCALVES VIENA, 973	LONDRINA/PR
37	SUPERMERCADO ALVORADA	AV.J.ALVES DE LIMA, 485	ALVORADA DO SUL/PR
38	SUPERMERCADO VERONA	AV. ARAPONGAS, 1369	ARAPONGAS/PR
39	SUPERMERCADO JAGUAPITA	AV. PARANA, 210	JAGUAPITA/PR

40	SUPERMERCADO IZA	AV.SAO JOAO, 4405	LONDRINA/PR
41	SUPERMERCADO SÃO JOSÉ	AV.PRESIDENTE VARGAS Nº190	ASTORGA/PR
42	SUPERMERCADO LIDER	RUA MANGABAS, 165	LONDRINA/PR
43	SUPERMERCADO BIRD'S	RUA ONZE ESQUINA COM A RUA DOZE, 764	PRIMEIRO DE MAIO/PR
44	MERCADO PRINCIPAL	RUA CRISTOVAO CARDOSO DE BARROS, 315	LONDRINA/PR
45	SUPERMERCADO PACAEMBU	RUA KOICHI HASSEGANA, 79	LONDRINA/PR
46	SUPERMERCADO ALVORADA	RUA ANTONIO JOSE DE OLIVEIRA, 390	APUCARANA/PR
47	SUPERMERCADO VERONA	RUA IRATAUNA, 2307	ARAPONGAS/PR
48	SUPERMERCADO SÃO JORGE	RUA MOISES LUPION Nº152	NOVA FÁTIMA/PR
49	IRMÃOS PEDROSA	RUA ELIAS DANIEL HATTI, 1380, CJ AQUILES STHENGHEL	LONDRINA/PR
50	SUPERMERCADO GOMES	AV.PRES.GETULIO VARGAS Nº730-CENTRO	MUNHOZ DA ROCHA/PR
51	SUPERMERCADO SUPERMEL	RUA TALITA BREZOLIN, 903, BAIRRO IGREJINHA	APUCARANA/PR
52	SUPERMERCADO M.H	R.MARECHAL FLORIANO Nº1305	ST.CEC.DO PAVAO/PR
53	SUPERMERCADO CASTRO	R FRANCISCO MQ DE OLIVEIRA 398 BOX 10	LONDRINA/PR
54	SUPERMERCADO BIG DOG	RUA ESPERANÇA 131 - JD ALVORADA	CAMBÉ/PR
55	SUPERMERCADO CENTRAL	RUA DIVA PROENÇA 1235	IVAIPORÃ/PR
56	SUPERMERCADO SANTA TEREZINHA	AV NOSSA SENHORA DE FATIMA 660	CORN PROCÓPIO/PR

## ANEXO 3

## ASSOCIADOS REDE ALES

<b>01-01</b> SATO SUPERMERCADOS LTDA TEL.: 262.1217 RUA BOLIVIA, 269 C. CEP 86.220-000 - ASSAI - PR	SATO SUPERMERCADO CNPJ.: 75.087.379/0001-18 I.E.: 60700908-20	ROBERTO
<b>02-02</b> SUPERMERCADO BAZA LTDA 258.4339 RUA GETULIO VARGAS, 91 CEP 86.2000-000 - IBIPORA - PR	SUPERMERCADO SUPERSUL CNPJ.: 75.218.370/0003-60 I.E.: 98108590-07	TEL.: WILSON
<b>02-03</b> SUPERMERCADO BAZA LTDA 258.1267 AV PARANA, 455 CEP 86.200-000 - IBIPORA - PR	SUPERMERCADO BAZA CNPJ.: 75.218.370/0001-07 I.E.: 60500491-14	TEL.: NELCY
<b>02-04</b> BAZA & MENDONCA LTDA 259.1628 AV ANTONIO BRANDAO DE OLIVEIRA, 406 CEP 86.210-000 - JATAI - PR	SUPERMERCADO SUPERSUL CNPJ.: 02.343.393/0001-61 I.E.: 90151403-88	TEL.: NADIA
<b>03-05</b> SUPERMERCADO BERTAO LTDA 251.1223 RUA DOMINGOS JORGE VELHO, 999 CEP 86.187-030 - CAMBE - PR	SUPERMERCADO BERTAO CNPJ.: 77.670.271/0001-89 I.E.: 61101144-09	TEL.: GILBERTO
<b>04-06</b> SUPERMERCADO CASSILUGRIM LTDA 3322.2112 RUA PREF. HUGO CABRAL, 1087 CEP 86.020-061 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS CASSILUGRIM CNPJ.: 78.594.306/0001-00 I.E.: 60102806-97	TEL.: REGINA
<b>05-07</b> SUPERMERCADO CENTAURO LTDA 252.1788 RUA SURUCUA, 163 CEP 86.708-280 - ARAPONGAS - PR	SUPERMERCADO CENTAURO CNPJ.: 76.629.138/0001-16 I.E.: 62803197-57	TEL.: ADEMIR
<b>05-08</b> MOLICENTER SUPERMERCADO LTDA 252.0615 AV ARAPONGAS, 117 CEP 86.708-000 - ARAPONGAS - PR	SUPERMERCADO MOLICENTER CNPJ.: 03.089.961/0001-02 I.E.: 90183527-69	TEL.: NATALIM
<b>05-09</b> SUPERMERCADO SEM LIMITE LTDA 276.2388 RUA AZULAO DA SERRA, 105 CEP 86.703-440 - ARAPONGAS - PR	SUPERMERCADO SEM LIMITE CNPJ.: 80.784.879/0001-49 I.E.: 62861059-51	TEL.: NEIMAR
<b>05-10</b> ADEMILTO MOLINARI & CIA LTDA TEL.: 252.4117 RUA BARBUDO DE COROA, 267 CEP 86.706-230 - ARAPONGAS - PR	SUPERMERCADO GUARUJA CNPJ.: 01.101.677/0001-89 I.E.: 62804914-95	ADEMILTO
<b>06-11</b> SUPERMERCADO CISNE LTDA TEL.: 338.1534 AV ARTHUR THOMAS, 772 CEP 86.065-000 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADO CISNE CNPJ.: 75.759.068/0001-58 I.E.: 60100715-08	GRACIETE
<b>06-12</b> GHL COMERCIO DE GENEROS ALIM. 253.3586 RODOVIA CELSO GARCIA CID, 3602 CEP 86.188-000 - CAMBE - PR	SUPERMERCADO CISNE CNPJ.: 04.359.762/0001-30 I.E.: 90230853-96	TEL.: HENRIQUE
<b>07-13</b> SUPERMERCADO MAGRATE LTDA 3338.8061 RUA FIGUEIRA, 576 CEP 86.072-370 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADO EL SHADAY CNPJ.: 80.831.159/0001-97 I.E.: 60119221-70	TEL.: GOMES
<b>08-14</b> ALVES LOPES & REI LTDA 3342.0222 AV GUILHERME DE ALMEIDA, 2045 CEP 86.043-220	SUPERMERCADO LISBOA CNPJ.: 80.380.165/0001-75 I.E.: 60105346-21	TEL.: MARIA
<b>10-20</b> RANCHO DOS CEREAIS LTDA 3338.7581 RUA CASTANHEIRA, 990	RANCHO DOS CEREAIS CNPJ.: 77.980.613/0001-67	TEL.: ADAILTON

CEP 86.071-450 - LONDRINA - PR	I.E.: 60118335-84	
<b>10-21</b> RANCHO DOS CEREAIS LTDA 3348.0096 RUA SERRA DA GRACIOSA, 444 CEP 86.065-180 - LONDRINA - PR	RANCHO DOS CEREAIS CNPJ.: 77.980.613/0003-29 I.E.: 60122792-46	TEL.: NILTOM
<b>11-22</b> PAZETO VICENTE & CIA LTDA 254.4007 AV RAMINELLI, 944 CLAUDIO CEP 86.183-000	SUPERMERCADO SANTA ANGELA CNPJ.: 84.885.292/0001-87 I.E.: 61102820-26	TEL.: LUIS
<b>12-23</b> OBARA MIYAMOTO & CIA LTDA 3324.0020 RUA PERNAMBUCO, 785 CEP 86.020-070 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADO MUSAMAR CNPJ.: 85.066.983/0001-11 I.E.: 60124889-10	TEL.: SERGIO
<b>13-24</b> VITAL RIBEIRO & CIA LTDA TEL.: 3329.2535 RUA ARAGUAIA, 830 CEP 86.025-100 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS RIBEIRO CNPJ.: 78.594.611/0001-00 I.E.: 60103099-66	ANGELIM
<b>13-25</b> VITAL RIBEIRO & CIA LTDA TEL.: 3338.1059 RUA SERRA DA GRACIOSA, 193 CEP 86.065-180 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS RIBEIRO CNPJ.: 78.594.611/0003-64 I.E.: 60111601-48	VITAL Jr.
<b>13-26</b> VITAL RIBEIRO & CIA LTDA TEL.: 254.3323 RUA BELO HORIZONTE, 1174 CEP 86.181-020 - CAMBE - PR	SUPERMERCADOS RIBEIRO CNPJ.: 78.594.611/0005-26 I.E.: 601102176-31	CELINA
<b>14-27</b> SUPERMERCADO SALUCIA LTDA 256.1321 AV AYRTON RODRIGUES ALVES, 533 NELSON CEP 86.600-000 - ROLANDIA - PR	SANTA LUCIA SUPERMERCADOS CNPJ.: 02.913.256/0001-15 I.E.: 90174657-56	TEL.:
<b>14-28</b> SL SUPERMERCADOS LTDA 256.2664 RUA REYNALDO MASSI ESQ C/D. JOAO VI CEP 86.600-000 - ROLANDIA - PR	SANTA LUCIA SUPERMERCADOS CNPJ.: 02.913.251/0001-92 I.E.: 90174658-37	TEL.: PAULO
<b>15-29</b> SUPERMERCADO SANTAREM LTDA 3348.7921 AV SAUL ELKIND, 1990 FRANCISCO CEP 86.082-000 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS SANTAREM CNPJ.: 75.733.147/0004-32 I.E.: 60120551-35	TEL.:
<b>15-30</b> SUPERMERCADO SANTAREM LTDA 3338.8036 RUA FIGUEIRA, 640 CEP 86.072-370 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS SANTAREM CNPJ.: 75.733.147/0002-70 I.E.: 60101352-55	TEL.: JOAO
<b>15-31</b> SUPERMERCADO SANTAREM LTDA 3326.4362 AV SAUL ELKIND, 1068 CEP 86.088-000	SUPERMERCADOS SANTAREM CNPJ.: 75.733.147/0003.51 I.E.: 60118809-06	TEL.: CLAUDIO
<b>15-32</b> SUPERMERCADO SANTAREM LTDA 3342.3531 RUA EURICO GASPAR DUTRA, 1300 CEP 86.45-570 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADOS SANTAREM CNPJ.: 75.733.147/0001-90 I.E.: 60109723-00	TEL.: WILSON
<b>16-33</b> SUPERMERCADO 88 LTDA 3325.5380 RUA DAS MARITACAS, 1715 GERMANO CEP 86.031-050 - LONDRINA - PR	SUPERMERCADO 88 CNPJ.: 78.016.086/0001-38 I.E.: 60113869-79	TEL.:
<b>17-34</b> SUPERMERCADO TKS LTDA 262.1472 AV RIO DE JANEIRO, 860 CEP 86.220-000 - ASSAI - PR	SUPERMERCADO TKS CNPJ.: 82.414.533/0001-84 I.E.: 60700344-07	TEL.: MARIO
<b>18-35</b> L DE MORAIS PINTO & CIA LTDA 258.1365 AV SANTOS DUMONT, 518 CEP 86.200-000 - IBIPORA - PR	SUPERMERCADO UNIVERSAL CNPJ.: 81.109.035/0001-65 I.E.: 60501645-68	TEL.: FERNANDO
<b>19-36</b> COMERC. LUSO URAIENSE DE GEN. ALIM. LTDA 541.1386 AV BRASIL, 642	SUPERMERCADO LUSO URAIENSE CNPJ.: 77.421.485/0001-11	TEL.: TONINHO



CEP 86.280-000 - URAI - PR	I.E.: 53500364-50	
<b>20-37</b> CASA VILA REAL COM GEN ALIMENTICIOS LTDA 252.1742 AV ARAPONGAS, 963 CARLINHOS	SUPERMERCADO VILA REAL CNPJ.: 78.586.617/0001-28	TEL.:
CEP 86.701-000 - ARAPONGAS - PR	I.E.: 62800587-75	
<b>21-38</b> SUPERMERCADO LISBOA LTDA - SERTANEJA RUA PRES. CASTELO BRANCO, 662 CEP 86.340-000 - SERTANEJA - PR	SUPERMERCADO LISBOA CNPJ.: 77.726.560/0001-52 I.E.: 53800347-61	TEL.:
<b>22-39</b> VITOR DE SOUZA DIAS & CIA LTDA 524.1880 RUA BENTO FERAZ DE CAMPOS, 480 CEP 86.300-000 - CORNELIO PROCOPIO - PR	SUPERMERCADO BELA VISTA CNPJ.: 85.468.627/0001-24 I.E.: 53403157-25	TEL.: VALMIR
<b>23-40</b> SUPERMERCADO MAKSID LTDA 265.1711 RUA JOSE SEBASTIAO LOPES, S/N CEP 86.240-000 - SAO SEBASTIAO AMOREIRA - PR	SUPERMERCADO MAKSID CNPJ.: 01.705.700/0001-44 I.E.: 90124915-62	TEL.: SIDNEI
<b>25-43</b> S THENAN & THENAN LTDA 662.1270 AV 14 DE NOVEMBRO, 830 CEP 86.165-000 - FLORESTOPOLIS - PR	SUPERMERCADO TENAN CNPJ.: 02.239.599/0001-46 I.E.: 90154220-14	TEL.: CLAUDIO
<b>00-00</b> JR ZEQUINI & CIA LTDA AV SAUL ELKIND, 2933 CEP 86.192-510.- LONDRINA - PR	SUPERMERCADO CISNE CNPJ.:05.592.321/0001-46 I.E.: 90277092-54	TEL.: