

O custo oculto dos supermercados

Esther Vivas, Brasil de fato

terça-feira 12 de fevereiro de 2013, postado por [Dial](#)

8 de fevereiro de 2013 - [Brasil de fato](#) - *São vários os estudos que observam como a abertura destes estabelecimentos implica, consequentemente, o fechamento de lojas e comércio locais e, portanto, a perda de postos de trabalho*

A abertura de um grande centro comercial, um supermercado... sempre vem associada à promessa de criação de emprego, dinamização da economia local, preços acessíveis e, definitivamente, ao progresso. Mas será esta a realidade? A distribuição comercial massiva se sustenta em uma série de mitos que, geralmente, sua prática desmente.

A Associação Nacional de Grandes Empresas de Distribuição (ANGED), o patronal da grande distribuição, que agrupa empresas como Alcampo, El Corte Inglés, FNAC, Carrefour, Ikea, Eroski, Leroy Merlin, entre outras, acaba de impor um novo e duro acordo a seus 230 mil empregados. A partir de agora, trabalhar no domingo equivalerá a trabalhar em um dia de semana, e aqueles que até o momento estavam isentos por motivos familiares, também terão que fazê-lo. Desse modo, fica ainda mais difícil conciliar a vida pessoal/familiar com a profissional, em um setor onde a maioria dos trabalhadores é formada por mulheres.

Além disso, aplica-se a regra de ouro do capital, trabalhar mais por menos: amplia-se a jornada de trabalho e diminui-se o salário. Da mesma forma, se as vendas caírem para abaixo do registrado em 2010, salários serão cortados em 5%. Chover no molhado em um setor por si só já extremamente precário. A ANGED, por sua vez, considera que "o acordo reflete o esforço de empresas e trabalhadores para manter o emprego". Mas que emprego?

E agora Caprabo, propriedade de Eroski, anuncia que quer demitir 400 trabalhadores, não aplicar o aumento salarial pactuado e cortar em 20% os salários de parte de seus funcionários. A culpada? A "previsível" queda nas vendas e a crise. No ano passado, curiosamente, a empresa anunciou que em 2011 seus lucros haviam aumentado 12%. A santa crise "resgata" de novo a empresa.

Nesse contexto, supermercados e criação de emprego parecem muito mais um paradoxo. São vários os estudos que observam como a abertura destes estabelecimentos implica, consequentemente, o fechamento de lojas e comércio locais e, portanto, a perda de postos de trabalho. Assim, desde os anos 80, e na medida em que a distribuição moderna se consolidava, o comércio tradicional sofria uma erosão constante e incontrolável chegando a ser hoje em dia quase residual. Se em 1998 existiam 95 mil lojas, em 2004 este número foi reduzido a 25 mil, segundo dados do Ministério da Agricultura, Alimentação e Meio Ambiente.

E se o pequeno comércio diminui, o mesmo ocorre com a renda da comunidade, já que a compra em uma loja de bairro repercute em maior medida na economia local do que a compra em uma grande rede varejista. Segundo um estudo de Friends of the Earth (2005), na Grã Bretanha, 50% dos lucros do comércio em pequena escala retorna ao município, normalmente através da compra de produtos locais, salários dos trabalhadores e dinheiro gasto em outros negócios, enquanto que empresas da grande distribuição reinvestem apenas insignificantes 5%.

Ademais, devemos nos perguntar que tipo de emprego os supermercados, redes de desconto e hipermercados fomentam. A resposta é fácil: jornadas de trabalho flexíveis, contratos a tempo parcial, salários baixos e tarefas rotineiras e repetitivas. E o que acontece se alguém decide se organizar em um sindicato e lutar por seus direitos? Se o contrato de trabalho for precário, é melhor ir se despedindo do

seu trabalho. Wal-Mart, o gigante do setor e a multinacional com o maior número de trabalhadores no mundo todo, é o exemplo por excelência. Seu slogan "Sempre preços baixos", pode ser substituído por "Sempre salários baixos". E não só isso, um estudo sobre o impacto do Wal-Mart no mercado de trabalho local, de 2007, concluía que por cada posto de trabalho criado pelo Wal-Mart, 1,4 postos de trabalho eram destruídos nos negócios preexistentes.

Mas as consequências negativas da grande distribuição para os que participam da cadeia de produção, distribuição e consumo não acabam aqui. Desde os agricultores, que são os que mais perdem com as grandes varejistas, obrigados a acatar condições comerciais insustentáveis e que os condenam à desapareição, até consumidores instados a comprar para além de suas necessidades produtos de má qualidade e não tão baratos quanto parecem, até um tecido econômico local que se fragmenta e descompõe. Este é o paradigma de desenvolvimento que promovem os supermercados, de onde a grande maioria de nós sai perdendo enquanto uns poucos sempre ganham.

Esther Vivas é autora do livro *Do campo ao prato. Os circuitos de produção e distribuição de alimentos*. <http://esthervivas.wordpress.com/portugues>.

Traduzido por **Natália Mazotte**, do Canal Ibase.