

Dinâmica Territorial da Indústria e da Circulação no Estado de São Paulo: O papel do município de Jundiaí. ¹

Aline Oliveira Silva
Universidade de São Paulo
aline.oliveira.silva@usp.br

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar as análises realizadas no âmbito da Iniciação Científica “Dinâmica Territorial da Indústria e da Circulação no Estado de São Paulo: O papel do município de Jundiaí”. Tendo como centro das investigações o circuito espacial de alimentos e bebidas presente no município, buscamos observar como este circuito se comporta frente às transformações por qual tem passado a indústria paulista, analisando as diferentes dinâmicas das empresas conforme seu porte.

PALAVRAS-CHAVE: Industrialização- Circulação- Dinâmica Territorial- Circuitos Espaciais da Produção

INTRODUÇÃO

O Estado de São Paulo mostrou ao longo da história ser o mais industrializado da nação brasileira. Boa parte da indústria nacional e transnacional fixou-se em território paulista, principalmente na região metropolitana da capital. Esta concentração industrial contribuiu para a projeção hegemônica deste estado no conjunto da economia e das relações sociais brasileiras. O que não foi alterado com o passar dos anos, assim ele permanece como o mais desenvolvido, possuindo elevada concentração industrial, isto é comprovado pela exportação paulista que ainda corresponde a aproximadamente 35% da nacional, sendo a pauta basicamente de produtos industrializados e pelo fato de deter um terço da produção nacional e os setores econômicos mais modernos do país. (ARROYO, 2004; SELINGARDI-SAMPAIO, 2009).

¹ Pesquisa de Iniciação Científica realizada sob orientação da Prof. Dra. Mônica Arroyo, com auspícios da Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Em um contexto de criação de uma área fortemente urbanizada do estado de São Paulo, entre as Regiões Metropolitanas de São Paulo e Campinas, está localizada a cidade de Jundiaí, município que desde a primeira metade do século XX possui uma relevante atividade industrial e atualmente abriga um parque industrial de peso, contando com 940 plantas industriais, multinacionais e nacionais, de diversos circuitos produtivos, destacando-se a produção de bebidas, alimentos, louças e cerâmicas, papel e embalagens, máquinas e equipamentos, produtos químicos, entre outros. O município participa ativamente do processo de produção industrial de São Paulo, pois segundo dados do IBGE,² ele é responsável pelo oitavo valor adicionado industrial deste Estado, e o vigésimo oitavo do País.

Além de um extenso parque industrial, a cidade de Jundiaí está localizada em um ponto estratégico para o escoamento da produção, sendo cortada por duas importantes rodovias estaduais, a Anhangüera e a Bandeirantes e estando a vinte quilômetros do Rodoanel Mário Covas facilitando o escoamento por meio do transporte rodoviário. Possui também contato com a malha ferroviária paulista, por meio da ferrovia Santos-Jundiaí que hoje é coordenada pela Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM). Desse modo se pode enviar produtos diretamente para o exterior por meio do Porto de Santos, bem como receber importações, com uma base técnica que gera rapidez na circulação. O município também reúne um grande complexo de centros de distribuição de mercadorias, que se beneficiam de toda a estrutura de transportes existentes.

Além desta bem dotada malha viária e ferroviária, por sua localização estratégica entre as cidades de Campinas e São Paulo, o município possui fácil acesso aos aeroportos de Viracopos, a trinta quilômetros da cidade, Congonhas, a cinqüenta e cinco de quilômetros de distância e Cumbica, com distância de oitenta quilômetros. A isto se agrega um aeroporto próprio, que recentemente foi incluído na rota aérea do país, local que é utilizado para a aviação executiva, manutenção de aeronaves e transporte de cargas aéreas; há neste aeroporto um hangar da companhia aérea brasileira TAM. Além destes meios de escoamento é possível utilizar a hidrovía Tietê-Paraná.

OBJETIVOS

Pensando na importância deste município para a indústria paulista nossa pesquisa tem por objetivo geral compreender a dinâmica territorial no município de Jundiaí, em particular com base na análise das indústrias de alimentos e de bebidas, por apresentarem um número

²

Fonte Estudo Produto Interno Bruto dos Municípios 2003-2006 (IBGE)

significativo de unidades fabris, muitas das quais pertencentes a empresas multinacionais. Temos como objetivos específicos: a) identificar as principais empresas dos ramos escolhidos, analisando se elas estão inseridas na lógica da cisão territorial e distinguindo o centro gestor dos locais de produção; b) estudar a importância das vias de circulação para a dinâmica territorial dessas empresas, levando em conta que o município possui uma rede de transportes densa, contando com diversas formas de escoamento produtivo; e c) analisar o papel do poder público municipal no estímulo e regulação da indústria.

METODOLOGIA

Como procedimentos para realização de nossa pesquisa, realizamos levantamento bibliográfico de teses, dissertações, livros e periódicos específicos, consultando os acervos das bibliotecas das Faculdades das áreas de ciências sociais, economia e arquitetura e urbanismo da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), visando à obtenção de informações secundárias que fundamentem a pesquisa.

Também realizamos um levantamento de dados estatísticos consultando o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE) e principalmente a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e do Emprego, fonte que nos ofereceu dados essenciais para a análise do circuito produtivo nas diversas escalas político-administrativas que compõem o Estado de São Paulo (Regiões Administrativas, Regiões de Governo e município), sistematizados em uma série de tabelas.

Também realizamos trabalhos de campo no município, observando o distrito industrial e as infra-estruturas ali presentes para a instalação das empresas e realizando entrevistas na Prefeitura Municipal e no Sindicato dos Alimentícios de Jundiaí e Região, além disto, encaminhamos as empresas questionários para serem respondidos por e-mail. Os materiais recolhidos, tanto por meio da observação como das entrevistas foram importantes para consolidação das análises bem como para cumprir com alguns objetivos do trabalho.

RESULTADOS

A aglomeração urbana não-metropolitana (BELTRÃO SPOSITO, 2004) de Jundiaí faz parte da Região Administrativa de Campinas, sendo o limite entre esta e a Região Metropolitana do Estado de São Paulo - RMSP. Seguindo as divisões propostas pelo IBGE, Jundiaí é a sede

da Região de Governo de que leva seu nome, formada além do próprio município pelas cidades de Campo Limpo Paulista, Itupeva, Louveira e Várzea Paulista.

Jundiaí está integrada em uma região altamente urbanizada, fazendo parte de uma aglomeração territorial industrial, entre as principais regiões metropolitanas do estado, com importante papel de integração das mesmas, no contexto da chamada macrometrópole paulista.

Cabe destacar que o papel do município na economia industrial paulista não é recente; desde o final do século XIX observa-se um movimento de industrialização, tendo como fator importante para desenvolvimento da atividade econômica os fluxos de capitais nacionais oriundos principalmente do café. A primeira indústria instalada no município, a tecelagem Jundiahiana em 1874 foi fundada pelo conhecido Barão de Jundiaí, para fabricar as sacas que armazenariam os grãos produzidos; somente dois anos depois de sua fundação a tecelagem seria utilizada para fabricar produtos têxteis mudando de nome para Companhia São Bento.

Outro fato que também foi de extrema importância para Jundiaí foi o trinômio ferroviária-áreas planas- água pluvial, que se transformou em um pólo de atração para a instalação de indústrias. Deste trinômio cabe destacar a ferrovia, pois ela possibilitava a integração da cidade com outros mercados consumidores e com o porto de Santos facilitando o afluxo de matérias-primas e o escoamento das mercadorias.

Marques (2008) afirma que o fato de Jundiaí ter sido pioneira (no processo de industrialização) pode explicar o processo evolutivo da indústria jundiaiense, não somente devido às relações funcionais (indústria atrai outras indústrias), mas também ao equipamento energético (como a instalação da Companhia de Força e Luz em 1909) e sua reserva de mão-de-obra imigrante.

É neste primeiro período da indústria que se inicia tanto a produção de vinhos de forma industrial como a produção de cerâmicas atraídas pelas grandes reservas de argila da região. A primeira fábrica de cerâmica foi a Cerâmica Jundiaiense em 1920, com grande destaque em 1940, quando esta indústria é adquirida pelo Grupo Duratex que constitui a cerâmica Deca; a partir daí surgiu uma quantidade razoável de indústrias deste ramo no município.

O segundo período da indústria de Jundiaí tem como marco a construção da rodovia Anhanguera (década de 1940), porém outros eventos marcaram o período como a implantação em meados da década de sessenta da legislação que regulamentou e incentivou a instalação de novas indústrias: o Plano de Incentivo e Desenvolvimento Industrial (PLANIDIL) e a criação do Plano Diretor da cidade. Para Marques (2008) este período se caracteriza principalmente pela instalação de indústrias de grande porte e multinacionais.

Marques (2008) explica que a separação entre os dois períodos industriais de Jundiaí não deve ser rígida; sendo assim o autor sugere que o período entre a instalação da Rodovia Anhangüera (1940) até o período de implantação dos Planos de Incentivo e Diretor (1972) se caracteriza como um período de transição, sendo que o eixo de industrialização começa a se alterar no município indo das margens da ferrovia para às margens da rodovia Anhangüera.

Segundo o Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT) (1982 *apud* MARQUES, 2008) antes da criação do Plano de Incentivo e Desenvolvimento Industrial (PLANIDIL), a prefeitura de Jundiaí, em 1948, publicou um decreto isentando de imposto predial e de metade do imposto de indústrias e profissões às novas empresas que quisessem se instalar no município.

A criação do PLANIDIL em 1969 e a criação do distrito industrial em 1972, regulamentando o solo urbano e separando o solo residencial do uso industrial, reforçaram esta nova postura do município em chamar indústrias para si. Estes planos de incentivo foram criados baseados na seguinte argumentação: "enquanto o país crescia no período de 1958 a 1968 e se industrializava, Jundiaí se estagnava e até perdia empresas para outros locais, como foi o caso da indústria Paoletti (hoje Etti), que teve sua origem de uma pequena produção local e se mudou para o município de Cajamar.

Esta estagnação segundo Marques (2008, p.121) existiu pelo fato de Jundiaí ter atraído muitas indústrias que não conseguiram se instalar na capital paulista devido aos altos custos dos terrenos indústrias que ali existia, o que causou uma explosão industrial geradora de um déficit de terrenos nas áreas urbanas até então utilizadas para este tipo de atividade.

Em 27 de novembro de 1972 foi promulgada a lei municipal nº 1945, em emenda à Lei 1598/69, que criou o Distrito Industrial, localizado nas margens das rodovias Anhangüera e Bandeirantes junto ao entroncamento com a Rodovia Dom Gabriel Paulino Bueno Couto, local excelente para a circulação de mercadorias. O município se responsabilizou por realizar obras de infraestrutura como arruamento, pavimentação, saneamento básico, energia elétrica, iluminação pública e telecomunicações; a partir deste momento as indústrias passaram a se instalar nesta área.

Com estas medidas o poder público de Jundiaí montou uma estratégia de ação para atrair novas indústrias e definiu o uso do espaço urbano. Para Marques (2008, p.108) as obras de infraestrutura e as isenções de impostos previstos nas leis que regulamentam o PLANIDIL mostraram que o poder público - no caso a Prefeitura Municipal de Jundiaí- passou a atuar no sentido de beneficiar a maximização da rentabilidade e o retorno dos investimentos.

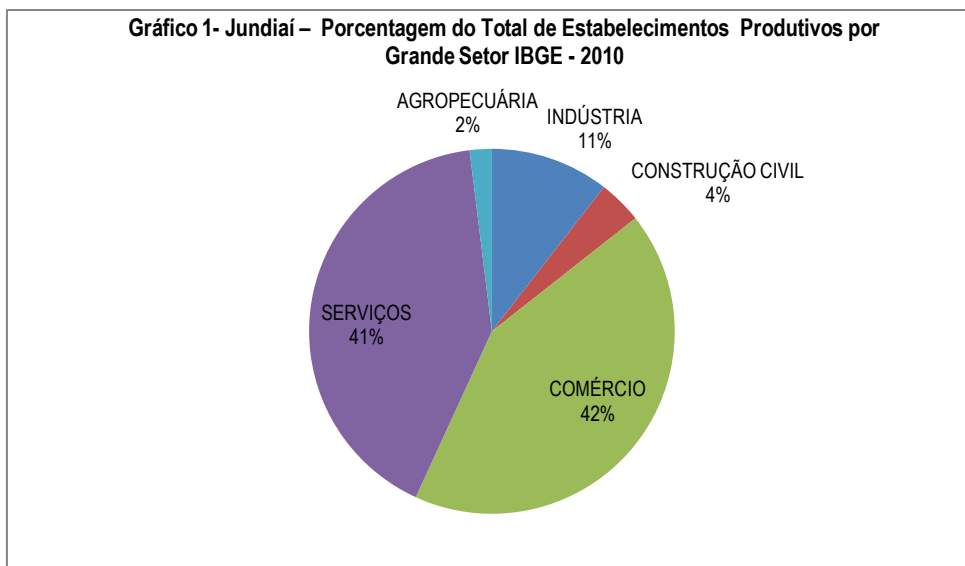
Nas décadas de oitenta e noventa, devido a esses planos e à efetivação das obras de infra-estrutura no distrito industrial, diversas empresas começaram a se instalar no município; dentre elas, grandes empresas nacionais e multinacionais, como a Itautec/ Itaucom/ Adibord do Grupo Itaú com unidades de ramos empresariais de alta tecnologia; a Plascar S/A; as indústrias de gases AGA e White Martins e várias outras empresas principalmente do ramo de autopeças que transferiram suas unidades produtivas de municípios do ABC Paulista.

A década de 1990 se caracteriza pela denominada “Guerra das Cocas”, pois em 1991 se instala no município a SPAL Indústria de Bebidas S/A, que tinha licença de fabricação do refrigerante Coca-Cola no Brasil; esta fábrica atualmente é de propriedade da mexicana FEMSA. A instalação desta unidade industrial foi muito polêmica devido à questão ambiental, pois a Spal tinha como proposta aproveitar a água do ribeirão que passa próximo as suas instalações no processo de fabricação dos refrigerantes; este pequeno impasse com ambientalistas foi resolvido com um acordo entre a empresa e o município, onde se aclarou que a água utilizada viria da represa.

Em 1994 instala-se na cidade a Pepsi Cola, por meio da *Buenos Aires Embotelladora* (BAESA), detentora do direito de produzir o refrigerante na Argentina e que estava ampliando seus mercados para o Brasil. A unidade industrial foi implantada justamente em frente à rival Coca-Cola, assim configurou-se geograficamente a “guerra das cocas”. Na disputa pelo mercado brasileiro com a Coca, a BAESA perdeu o direito de fabricar o refrigerante Pepsi no Brasil e a fábrica passou a ser de propriedade da Brahma, hoje AMBEV.

Com a instalação de grandes empresas também ocorreu à atração de empresas menores fornecedoras de insumos; um exemplo é a indústria produtora de garrafas plásticas (PET), Injepet, ao lado da Coca-Cola.

Atualmente Jundiaí possui, segundo dados do IBGE (2010) , 940 estabelecimentos industriais que correspondem a 11% do total dos estabelecimentos produtivos presentes no município como podemos observar no gráfico 1, assim em Jundiaí há atualmente um forte predomínio das atividades do setor terciário, como comércio (42% dos estabelecimentos) e serviços (41%).



Fonte: RAIS/MTE- 2010. Organizado por: SILVA, Aline Oliveira. Janeiro de 2012.

Como podemos observar na tabela 1, há em Jundiá indústrias dos mais diversos circuitos produtivos, sendo mais significativa a Fabricação de Metal, exceto Máquinas e Equipamentos com 133 unidades produtivas industriais (22% do total de empresas) e Fabricação de Produtos Alimentícios com 96 Empresas o que representa em porcentagem 16 % das unidades produtivas industriais (RAIS, 2010), assim percebemos que o circuito produtivo de alimentos é significativo no município, bem como o circuito de bebidas, já que estão localizadas no município como já vimos, as multinacionais Coca-Cola e Ambev.

Tabela 1: Total de Estabelecimentos Indústrias de Jundiá segundo a Divisão CNAE (2010)	
Divisão CNAE 2.0	Total de Empresas
Fabricação de Produtos Alimentícios	96
Fabricação de Bebidas	11
Fabricação de Produtos Têxteis	11
Fabricação de Produtos de Madeira	23
Fabricação de Celulose, Papel e Produtos de Papel	17
Fabricação de Coque, de Produtos Derivados do Petróleo e de Biocombustíveis	1
Fabricação de Produtos Químicos	31
Fabricação de Produtos Farmoquímicos e Farmacêuticos	2
Fabricação de Produtos de Borracha e de Material Plástico	58
Fabricação de Produtos de Minerais Não-Metálicos	58

Fabricação de Produtos de Metal, Exceto Máquinas e Equipamentos	133
Fabricação de Equipamentos de Informática, Produtos Eletrônicos e Ópticos	16
Fabricação de Máquinas, Aparelhos e Materiais Elétricos	19
Fabricação de Máquinas e Equipamentos	56
Fabricação de Veículos Automotores, Reboques e Carrocerias	22
Fabricação de Outros Equipamentos de Transporte, Exceto Veículos Automotores	3
Fabricação de Móveis	29
Fabricação de Produtos Diversos	21
Total	607

Fonte: RAIS/MTE- 2010. Organizado por: SILVA, Aline Oliveira. Janeiro de 2013.

Atuações dos circuitos espaciais de alimentos e bebidas em Jundiaí - coexistência entre grandes e pequenas empresas

Em Jundiaí estão presentes 107 estabelecimentos industriais que produzem alimentos e bebidas. Estas empresas fazem parte de um total de 940 estabelecimentos industriais dos mais diversos ramos presentes no município, além de estabelecimentos que exercem atividades comerciais, de prestadores de serviços e também agropecuárias.

A tabela 2 nos apresenta os dados das indústrias segundo a divisão de classe do grupo CNAE 2.0, podemos por meio da diversidade de unidades produtivas por produto fabricado comprovar a não existência de uma especialização produtiva no município, ou seja, há uma diversidade de produtos fabricados muito embora seja sobressalente a quantidade de empresas de Fabricação de Produtos para Panificação (19 estabelecimentos), seguidas de Fabricação de Produtos Alimentícios não especificados (16) e da Fabricação de Vinho com seis estabelecimentos, comprovando a fama de Jundiaí ser a terra da Uva e ser um município com a presença de vitivinícolas.

Tabela 2- Quantidade de Empresas presentes em Jundiá segundo Classe CNAE 2.0- 2010

CNAE 2.0 Classe	Quantidade de Empresas
Fabricação de Produtos de Carne	5
Preservação do Pescado e Fabricação de Produtos do Pescado	1
Fabricação de Conservas de Frutas	5
Fabricação de Conservas de Legumes e Outros Vegetais	2
Fabricação de Sucos de Frutas, Hortaliças e Legumes	2
Fabricação de Margarina e Outras Gorduras Vegetais e de óleos Não-Comestíveis de Animais	2
Fabricação de Laticínios	7
Fabricação de Sorvetes e Outros Gelados Comestíveis	5
Beneficiamento de Arroz e Fabricação de Produtos do Arroz	1
Moagem de Trigo e Fabricação de Derivados	5
Torrefação e Moagem de Café	1
Fabricação de Produtos de Panificação	19
Fabricação de Biscoitos e Bolachas	2
Fabricação de Produtos Derivados do Cacau, de Chocolates e Confeitos	3
Fabricação de Massas Alimentícias	4
Fabricação de Especiarias, Molhos, Temperos e Condimentos	4
Fabricação de Alimentos e Pratos Prontos	1
Fabricação de Produtos Alimentícios não Especificados Anteriormente	16
Fabricação de Aguardentes e Outras Bebidas Destiladas	1
Fabricação de Vinho	6
Fabricação de Águas Envasadas	1
Fabricação de Refrigerantes e de Outras Bebidas Não-Alcoólicas	3
Total	96

Fonte: RAIS/MTE- 2010. Organizado por: SILVA, Aline Oliveira. Fevereiro de 2013.

A diversidade de produtos também é acompanhada de uma diversidade de tamanhos de empresas. Em Jundiá podemos observar a existência de empresas multinacionais, que praticam cisão territorial, como a Sara Lee Cafés, a Coca-Cola, a AmBev e a Parmalat, bem como a existência de pequenas empresas com menos de 10 funcionários que possuem lógicas de ação estritamente regionais. Podemos observar o porte das empresas na tabela 3, onde constatamos que as únicas empresas localizadas no município que possuem mais de 500 funcionários são as

gigantes produtoras de refrigerantes, Coca-Cola e AmBev, com lógicas de atuação que as caracterizam como grandes multinacionais.

Tabela 3 - Jundiá – Número de Estabelecimentos Industriais de Fabricação de Alimentos e Bebidas por porte- 2010					
Circuito	Porte				
	Micro	Pequena	Média	Grande	Total
Fabricação de produtos alimentícios	67	20	10	0	92
Fabricação de bebidas	3	4	2	2	11
Total de estabelecimentos (alimentos e bebidas)	65	24	12	2	107

Fonte: RAIS/MTE- 2010- Divisão CNAE 2.0. Organizado por: SILVA, Aline Oliveira. Agosto de 2011.

Constata-se a existência de empresas de diferente porte em Jundiá, sendo forte a participação de micro empresas já que correspondem a mais da metade dos estabelecimentos industriais presentes no município. Junto a elas, observa-se a presença de duas grandes empresas que empregam juntas 1.453 funcionários (tabela 4), caracterizando o segundo segmento que mais emprega funcionários perdendo apenas para as 10 empresas de porte médio. Percebemos que em Jundiá há uma coexistência de empresas de alimentos e bebidas de todos os portes.

Tabela 4- Jundiá- Número total de funcionários por porte na Indústria de Alimentos e Bebidas - 2010			
Porte	Circuito		TOTAL
	Alimentos	Bebidas	
Micro	316	18	334
Pequena	785	187	972
Média	2.095	523	2.618
Grande	0	1.453	1.453
Total	3.196	2.181	5.377

Fonte: RAIS/MTE- 2010. Organizado por: SILVA, Aline Oliveira. Agosto de 2011.

Cada empresa possui um motivo para estar localizada no município, ou seja, cada empresa possui uma estratégia de localização diferente dependendo do seu porte e de suas

intenções de rentabilidade. Coexistem então as lógicas das grandes com as lógicas das pequenas, dois contextos diferentes que caracterizam o circuito espacial de alimentos e bebidas, e que utilizam o território do município, do Estado de São Paulo, do país e em alguns casos do mundo de forma diferenciada, ou seja, possuem dinâmicas territoriais diferenciadas, sendo assim prosseguiremos as análises das dinâmicas das empresas por meio de seus portes, atentando-se nas lógicas de atuação.

Dinâmica Territorial das Grandes Empresas

As grandes empresas multinacionais e também as grandes empresas nacionais cada vez mais entram na lógica global por meio das estratégias de fusões e aquisições, atuando em redes, o que possibilita a elas possuírem sedes nacionais, espaços produtivos espalhados por todo o mundo e uma centralização do capital em sua sede mundial. As grandes empresas são grandes atores do período da globalização já que por meio delas se padronizam hábitos de consumo, se movimenta todo o mercado financeiro, possibilitam “guerras entre os lugares”, pois todos querem atraí-las para investimentos em seu território.

Tabela 5- Empresas Multinacionais presentes em Jundiá				
Nome da Empresa	Receita Bruta em 2009 (em milhões de reais)	Origem do Capital	Setores de atividades	Localização da Sede Brasileira
AmBev	41. 4842	Bélgica e Brasil	Bebidas, Comércio, Transporte e Logística	São Paulo
Coca-Cola Femsa	4. 206,3	México	Bebidas	São Paulo
Sara Lee	Não encontrado	Estados Unidos da América	Cafés.	São Paulo

Fonte: Revista Valor Grades Grupos 200 maiores. Ano 09, número 09, 2010. In: www.valoronline.com.br. Acessado em 05/08/2011. Org: SILVA, Aline Oliveira. Agosto 2011.

As grandes empresas podem atuar em redes graças ao período em que vivemos onde a tecnologia e a informação se disseminam por todo o planeta; são as redes técnicas materiais,

mas principalmente as imateriais que possibilitam a existência da globalização. Desta forma as empresas são grandes agentes que atuam em dimensões verticais, já que são formalizadas pelo capital e têm como perspectiva a homogeneização dos territórios pelas vias da padronização e normatização da produção, da distribuição e do consumo e do próprio lugar (BOMTEMPO,2011 , p.63.).

O município de Jundiaí abriga alguns chãos de fabrica destas empresas de lógicas complexas de uso do território, duas delas, as gigantes das bebidas, Coca-Cola e AmBev. São as duas únicas empresas de grande porte presentes no município e juntas empregam 1453 funcionários. A outra empresa que daremos um pouco mais de atenção apesar de não possuir 500 funcionários é um caso muito interessante de empresa multinacional que se estabeleceu no mercado nacional por meio da aquisição de grandes marcas de café consumidas, como a Pilão e a Café do Ponto, controladas pela multinacional SaraLee.

As três empresas, segundo a revista Valor Econômico (tabela 5) e segundo os seus sítios eletrônicos, possuem mais de uma fábrica no país e possuem suas sedes nacionais na cidade de São Paulo, ou seja, praticam o que apresentamos durante o trabalho, a cisão territorial, separando seus locais de produção propriamente dita dos locais de gestão, controle e centralização de capitais.

A seguir faremos uma breve análise das estratégias por estas empresas utilizadas para entrarem no território brasileiro e como elas estão atuando em Jundiaí.

A Companhia de Bebidas das Américas (AmBev)

A estratégia utilizada pela AmBev para se tornar uma gigante do circuito de alimentos e bebidas foi aplicar fusões e aquisições, a companhia nasceu de uma grande fusão entre a empresa paulista Antarctica e a carioca Brahma no final da década de 1990. Segundo Grimm (2002) a fusão destas duas grandes empresas alterou os circuitos de cooperação e produziu novas geografias, ou seja, novas formas de uso do território brasileiro e criou novos circuitos espaciais da produção.

Nesta associação somam-se 24 fábricas no Brasil e 4 no exterior (Argentina, Venezuela e Uruguai), mais de 10 mil funcionários, mais de 10 marcas de cerveja , 24 marcas de refrigerantes, chás e água que pertenciam a Brahma e 24 fábricas, 7 franquias, 8 mil funcionários, 17 marcas de cerveja e 23 de refrigerantes da Antarctica – lembrando que estes dados são do ano de 2002. Juntas as empresas produzem 8,9 bilhões de litros e tornam-se a

maior empresa brasileira de capital privado com mais de 30 mil acionistas e um patrimônio líquido superior a 2,8 bilhões de reais.

A AmBev possui uma rede de distribuidores que abrange todo o território brasileiro, mais 332 cidades argentinas e 233 cidades venezuelanas, além de exportar para mais de 15 países. Seus produtos são vendidos em quase todos os mercados, supermercados e bares do país.

Segundo Patrícia Lee (2000 apud GRIMM, 2002.) com a criação da AmBev a empresa pode caminhar para uma estratégia de internacionalização mais avançada, pois ela ocupou o terceiro lugar da produção de cerveja mundial e expandiu seu mercado para os Estados Unidos, América Latina e Europa. Também foi possível a empresa investir de forma mais constante em equipamentos modernos e inovações em propaganda e em produtos. A fusão também garantiu a AmBev uma consolidação em todo o mercado interno brasileiro, principalmente por investir em propagandas e em patrocínios a esportes nacionais.

Mas antes da fusão tanto a Brahma como a Antarctica, que surgiram ainda no começo do século XX, já se caracterizam por utilizar estratégias de expansão, por serem empresas de cervejas que já possuíam capital para se iniciarem como produtoras de refrigerantes e já possuírem uma infra-estrutura adequada para a fabricação de bebidas e de distribuição.

Segundo Grimm (2002) no começo as empresas possuíam estratégias de atuações mais locais, mas logo começaram a se expandir com a circulação de seus produtos, a abertura de filiais, a aquisição de empresas produtoras de bebidas e com intensos investimentos em criação de novos produtos e utilização de recursos publicitários e pesquisas de mercado.

A unidade produtiva da empresa em Jundiaí era de propriedade da Brahma que adquiriu a fábrica após acordo para fabricação do refrigerante Pepsi por meio de franquia. A empresa então adquiriu a fábrica que pertencia a empresa argentina *Buenos Aires Embotelladora* (BAESA) S/A, que produzia e distribuía o refrigerante Pepsi no sul e sudeste do país. Após a fusão entre Brahma e Antarctica a fábrica localizada nas margens da rodovia Dom Gabriel Paulino Bueno Couto, em frente à Coca-Cola FEMSA, passou a ser da Cia. AmBev. Desta forma percebemos que Jundiaí é apenas um ponto na topologia de uma grande empresa, e que esta fábrica faz parte de uma dinâmica territorial de uma empresa mundial.

Como pudemos observar na tabela 5, o faturamento da AmBev em 2010 foi de 41.4842 milhões de reais, o que a caracteriza como uma das empresas de maior faturamento do país.

A Companhia Coca- Cola

O refrigerante Coca-Cola chegou ao Brasil em 1940 e começou a ser fabricado por uma fábrica de água mineral localizada na cidade do Recife (PE); sua pequena produção era destinada aos soldados americanos que se encontravam na base de Parnamirim localizada em Natal (RN).

Em 1942 foi construída a primeira fábrica da companhia norte americana no Rio de Janeiro e sua chegada transformou as lógicas territoriais das empresas de alimentos e bebidas do país. Ali surgiu uma nova dinâmica territorial de uma empresa no território brasileiro, já que a Coca-Cola era uma empresa que se inseria em uma lógica de trabalho global, se estruturando em redes. A Coca-Cola desde o começo do século XX atua em um sistema de franquias que se espalham por todo o planeta e foi o responsável pela difusão da marca não só nos Estados Unidos, mas por todo mundo.

Após se estabilizar no Rio de Janeiro, a Coca-Cola estabeleceu suas lógicas e normas pré-estabelecidas que definiram e organizaram seu funcionamento e o uso do território brasileiro. A Coca-Cola se expandiu por todo território brasileiro por meio das redes de franquias e com o tempo começou a ganhar um mercado consumidor, por meio de estratégias de propaganda, inovação que foi imposta pela empresa e difusão do produto.

A Coca-Cola também inovou ao oferecer embalagens cada vez mais modernas que possibilitavam ao consumidor levar o refrigerante para sua residência por meio das garrafas de vidro “levar e trazer” e nos anos 80 inovar com a implantação das garrafas PET.

Em 1990 a Coca-Cola investiu de forma pesada no país a fim de ampliar sua produção e participação no total de vendas de refrigerantes do país. Foi nesta época que a Panamco-Spal, franquia responsável por atender a Grande São Paulo, a região de Campinas e o litoral paulista, construiu a maior unidade produtiva de refrigerantes do país, em Jundiaí. Nesta fábrica foram implantadas nove linhas de envase de refrigerantes, duas delas para envase de latas de alumínio, uma para envase de garrafas de vidro retornável e seis de garrafa PET. Em 1998 a fábrica foi ampliada e atualmente é a maior produtora de Coca-Cola no mundo, alcançando cerca de um bilhão de litros por ano.

Segundo Grimm (2002) frente a um contexto geográfico mais favorável à circulação que em momentos anteriores e à possibilidade de construir novos fixos em substituição a outros, desta forma várias franquias da companhia foram fechadas. A Panamco-Spal encerrou atividades de muitas fábricas localizadas em São Paulo, concentrando sua produção em poucas unidades produtivas, se aproveitando de vantagens de modernização de vias de circulação, que acabam com a necessidade de localização próxima a mercados consumidores.

Atualmente a fábrica da Coca-Cola presente em Jundiaí pertence à Companhia Mexicana FEMSA, que possui uma topologia de unidades produtivas presentes em toda a América Latina. A empresa apresenta, em 2010, um faturamento de 4.206,3 milhões de reais, estando entre as 200 maiores empresas do país.

Sara Lee Cafés do Brasil

Segundo Reis (2009) os principais agentes do circuito espacial da produção do café são: fornecedores de insumos, máquinas e equipamentos, produtores cafeeiros, primeiro processamento representando maquinistas e pelas cooperativas, segundo processamento representado pelas empresas de torrefação e moagem, empresas de café solúvel e cooperativas, vendedores nacionais representados pelos exportadores, cooperativas e atacadistas, compradores internacionais representados pelas empresas de solúvel, empresas de torrefação e dealerse por último o varejo, de diversos níveis e portes.

Da transformação do grão verde do café se originam três produtos: o café torrado, o café torrado e moído e o café solúvel. Estes produtos podem gerar subprodutos como cappuccinos, balas, etc.

A empresa Sara Lee é uma das 1519 empresas que são voltadas especialmente para o mercado interno brasileiro. A empresa chegou ao Brasil por meio de aquisições de importantes marcas de café, que já possuíam um mercado consolidado; são as marcas Café Pilão, Café Selete e União. Desse modo a empresa tornou-se líder na venda de café moído e torrado, com participação de 24% do mercado, sendo sua principal marca o Café Pilão.

A entrada de empresas multinacionais no mercado brasileiro foi possível somente com o fim da regulamentação estatal sobre o circuito, no final do século XX. Antes desta abertura o governo tabelava o preço do café e impedia a criação de novas empresas. Apesar das barreiras de ingresso não serem significativas, já que não exige grande aporte tecnológico e nem uma grande quantidade de capital, a instabilidade que o circuito apresenta afasta os investimentos nele. Foi aproveitando desta fragilidade que grandes empresas entraram por meio das aquisições.

Segundo Reis (2009) a Sara Lee é uma das poucas empresas da indústria do café que possui uma ampla rede internacional de atuação; ela junto com mais oito grupos, é um grande agente hegemônico, que toma as decisões e estratégias que o circuito seguirá, não só no Brasil, mas em todo o mundo. Suas políticas visam o controle sobre o circuito, o que caracteriza desta forma uma forte influencia na organização e no uso do território, e por meio de ações e normas é

capaz, junto com as demais grandes empresas, de chamar o território a participar do movimento geral da globalização. A dinâmica do lugar se vê reduzida frente a estas políticas empresarias (REIS, 2009, p.34.).

A empresa Sara Lee tornou-se uma agente do mercado internacional em 1978, após fusão com a empresa holandesa *Douwe Egberts*. Depois desta fusão muitas outras foram realizadas e hoje a empresa é líder de mercado no Brasil, Na França, na Bélgica/Luxemburgo, na Espanha e na Dinamarca. Nos Estados Unidos a empresa ocupa a terceira posição.

A empresa entrou no Brasil em março de 1998 pela aquisição de famosas marcas de café. Atualmente a empresa tem investido no setor de café *gourmet*, lançando fortes programas publicitários para conquistar o público com este café que é chamado de alta qualidade. A empresa, porém, não parou de adquirir empresas e atualmente comprou a empresa Café Jaraguá, expandindo ainda mais seu mercado no sul do país.

Infelizmente não conseguimos informações sobre a fábrica localizada no distrito industrial de Jundiaí, porém conforme vimos na tabela 4, a empresa instalada no município é de porte médio, possuindo menos de 500 funcionários⁴. Segundo a entrevista que realizamos com o senhor Edilson Carvalho, presidente do Sindicato dos Alimentícios de Jundiaí, a planta localizada no município executa a torrefação e a moagem dos grãos e depois os embala para serem enviados aos consumidores.

Dinâmica Territorial das Pequenas Empresas

Existem 67 micro empresas, 20 pequenas e 10 médias empresas no município de Jundiaí. Consideraremos nesta parte do trabalho as micro e pequenas empresas já que, por exemplo, a Sara Lee, a Parmalat e a Sanches Cano (Empresa Espanhola) são empresas de porte médio mas que estão impregnadas das dinâmicas territoriais das grandes empresas, utilizando Jundiaí como apenas um ponto de sua topologia mundial e praticando as lógicas da chamada cisão territorial ao manter seu centro gestor afastado do chão da fábrica.

Estas empresas em sua maioria estão localizadas em Jundiaí não por ser um local estratégico de escoamento de mercadorias, ou por estarem perto dos maiores mercados consumidores do Brasil, mas por serem de origem local. São empresas de moradores da cidade, do município, e que, portanto, possuem uma lógica de atuação mais restrita, ou seja, o mercado destas empresas é principalmente a cidade e em alguns casos a região próxima a Jundiaí.

Em entrevista que realizamos com o presidente do Sindicato dos Alimentícios de Jundiaí e região, o senhor Edilson Carvalho, pudemos comprovar que estão surgindo cada vez mais micro e pequenas empresas do circuito espacial de alimentos e bebidas de Jundiaí. Em

contrapartida vem se observando, aproximadamente há dez anos, a saída de grandes empresas do território de Jundiaí e se deslocando para áreas mais afastadas do interior paulista ou para outros estados. É o caso da Pauletti (atual Etti), Cica, Royal (Comprada pela Kraft Foods) e Serval, o que fez com que Jundiaí perde-se mais de 10 mil postos de trabalho na indústria de alimentos e bebidas nos últimos quinze anos.

Ao existir em Jundiaí uma coexistência de empresas grandes a micro no circuito de alimentos e bebidas, as micro e pequenas empresas possuidoras de uma maior atuação regional, acabam se favorecendo das densidades técnicas presentes no município para alcançar matérias primas de locais mais afastados do município, que chegam a Jundiaí por meio de carretas ou caminhões.

Infelizmente não conseguimos investigar com mais profundidade a vida de relações destas empresas, pois, apesar das intensas tentativas de contato, muitas foram às quantidades de respostas negativas as visitas ou entrevistas, desta forma como última tentativa de obter dados enviamos questionários por e-mail e obtivemos apenas três respostas. Por meio destas respostas conseguimos apontar que as lógicas de atuação são apenas regionais e que seus produtos são vendidos somente em mercados e supermercados regionais.

Há em Jundiaí duas dinâmicas territoriais da indústria de alimentos e bebidas, uma de atuação global, que vive constantemente estes processos de reestruturação produtiva e utiliza o território de Jundiaí apenas como ponto de uma lógica de atuação global. A outra dinâmica atua de forma regional e está no município por razões históricas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos que há uma coexistência de empresas em Jundiaí, pois em seu território há tanto grandes empresas, como micro empresas, ou seja, há uma distribuição de empresas por porte, sendo perceptível a força das unidades produtivas de micro e pequenas empresas com um total de 87 unidades produtivas (tabela 3), mas também há uma forte presença das grandes empresas, estando localizadas no município as gigantes multinacionais produtoras de refrigerantes, AmBev e Coca-Cola.

Sendo assim, observa-se a existência de duas dinâmicas territoriais distintas em Jundiaí, sendo uma local/regional e outra global, se distinguem os usos do território pelas empresas do circuito espacial de alimentos e bebidas, enquanto as de menor porte têm suas tramas de relações, tanto com distribuidores, fornecedores e consumidores locais e regionais, as grandes tem uma dinâmica que trabalha na escala do globo terrestre, ou seja, Jundiaí é só

um ponto da topologia das grandes empresas, há no território municipal um chão de fábrica, mas não uma sede, ou seja, não é no município que se concentram as finanças, os serviços e as operações dos grupos empresariais. As grandes empresas praticam a cisão territorial, uma prática onde se altera a estratégia territorial por parte da empresa, separando a planta industrial e a gestão empresarial em municípios distintos, em outras palavras, as empresas separam o parque industrial, o “chão da fábrica”, das sedes administrativas. Este processo chamado de “cisão territorial” por Sandra Lencioni (2003) não é uma novidade, o novo está presente no fato da ampliação da prática para outros territórios e no fato da gestão superior da empresa também se localizar fora da capital paulista, o que indica que outras cidades passam a desenvolver atividades que somente São Paulo desenvolvia.

Concluimos assim que o circuito espacial de alimentos e bebidas de Jundiaí expressa/contém/comporta ao mesmo tempo novas lógicas territoriais da organização empresarial, participantes do processo de reestruturação produtiva estadual, e lógicas organizacionais que não participam da escala de trabalho em uma topologia diversificada, mas sim que exercem suas atividades ainda muito pautadas no lugar, preocupando-se com uma escala local, no máximo da região de governo de Jundiaí.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARROYO, M. **Dinâmica territorial, circulação e cidades médias**. In: SPOSITO, Eliseu Savério; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão & SOBARZO, Oscar (Org.). *Cidades médias: produção do espaço urbano e regional*. São Paulo: Expressão Popular, 2006. p. 71- 85.

BELTRÃO SPOSITO, M. E. **O Chão em Pedacos: urbanização, economia e cidades**. Tese de Livre docência apresentada ao Departamento de Geografia da UNESP-PP. Presidente Prudente: 2004.

BOMTEMPO, Denise. **Dinâmica Territorial e Atividade Industrial: a aglomeração da indústria alimentícia de consumo final na cidade de Marília – SP** Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Geografia da UNESP-PP. Presidente Prudente: 2011.

GRIMM, F. C. **O uso do território e coexistência entre empresas de refrigerantes no Brasil**. Dissertação de Mestrado apresentado ao Departamento de Geografia da FFLCH-USP. São Paulo: 2002.

LENCIONI, S. **“Cisão territorial da indústria e integração regional no Estado de São Paulo.”** In: GONÇALVES, Maria Flora; BRANDÃO, Carlos Antônio & GALVÃO, Antônio Carlos Filgueira (Org.). *Regiões e cidades, cidades nas regiões. O desafio urbano- regional.* São Paulo: Unesp/ Anpur, 2003. p.465- 475.

MARQUES, J. R. **Jundiaí um impasse regional : o papel do município de Jundiaí entre duas regiões metropolitanas: Campinas e São Paulo.** São Paulo: FFLCH-USP, 2008. (Dissertação de Mestrado apresentado ao Departamento de Geografia da FFLCH-USP)

REIS, G. R. **Uso Corporativo do Território Brasileiro e a Nova Dinâmica do Lugar: O Circuito Espacial da Produção de Café e os Círculos de Cooperação no Sudoeste de Minas Gerais (MG).** Dissertação de Mestrado apresentado ao Departamento de Geografia da UNESP-RC. Rio Claro: 2009.

SANTOS, M. & SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do séc. XXI.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

SELINGARDI-SAMPAIO, S., **Indústria e Território em São Paulo. A estruturação do Multicomplexo Territorial Industrial Paulista.** Campinas: Alínea, 2009

SITES CONSULTADOS:

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)- www.ibge.gov.br (Acessado durante os meses de novembro de 2010 á agosto de 2011).

Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE)- www.seade.gov.br (Acessado durante os meses de novembro á agosto de 2011).

Relações Anuais de Informações Sociais (RAIS)/ Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)- <http://portal.mte.gov.br/rais/> (Acessado durante os anos de 2011 e 2013).