

ECONOMÍA URBANA Y EXPANSIÓN METROPOLITANA.  
ESTRATEGIAS DE LOCALIZACIÓN DE LOS GRUPOS EMPRESARIALES EN LA  
REGIÓN METROPOLITANA DE BELÉM

*Tiago Veloso dos Santos*

<https://orcid.org/0000-0001-9394-7575>

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
[tiago.veloso@ifpa.edu.br](mailto:tiago.veloso@ifpa.edu.br)

Recibido: 8 de octubre, 2021

Aceptado: 12 de mayo, 2022

**RESUMEN**

En el contexto de la expansión urbana de la Región Metropolitana de Belém (RMB), se analizan las lógicas de actuación de determinados grupos empresariales y su relación con la tendencia de dispersión del tejido urbano-metropolitano del cual Belém es el núcleo. Se partió de la premisa de la emergencia de los grupos de supermercados minoristas como expresión de una economía metropolitana organizada en función del sector terciario moderno, principalmente el comercio y los servicios, de los cuales son exponentes dos grupos empresariales, las cadenas «Líder» e «Y. Yamada». Y, a pesar de que funcionan en virtud de acentuar la lógica de expansión metropolitana, estos grupos actúan de una manera estratégicamente distinta con relación a las opciones de localización. El recorrido metodológico de la investigación se compone de tres etapas: la revisión estructurada de literatura, levantamiento y análisis de los documentos, las observaciones sistemáticas de campo, seguida de la elaboración de una cartografía sobre los procesos observados y los datos estadísticos recolectados.

*Palabras clave:* Amazonia, urbanización, Región Metropolitana de Belém, economía urbana, metrópolis.

**Urban Economy and Metropolitan Expansion. Locational strategies for business groups in the Metropolitan Region of Belém**

**ABSTRACT**

In the context of urban expansion in the Metropolitan Region of Belém (MRB), we analyze the logic of action of certain business groups and the relationship with the trend of spreading of the urban-metropolitan fabric nucleated by the city of Belém. The analysis stems from the emergence of supermarket retail groups as an expression of a metropolitan economy organized around the modern tertiary sector, especially commerce and services, of which two business



groups stand out, «Líder» and «Y. Yamada». Despite of acting to intensify the logic of metropolitan expansion, the groups act in a strategically different way in terms of locational choices. The methodological path of the research is comprised of three stages: systematic literature review, survey and document analysis, systematic field observations with subsequent production of cartography of the observed processes and statistical data collected.

*Keywords:* Amazon, Urbanization, Metropolitan Region of Belém, Urban Economy, Metropolis.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la geografía reciente de la expansión de la urbanización de la sociedad y del territorio brasileño, se observa con una frecuencia mayor la diseminación de aglomeraciones metropolitanas como expresión territorial, y es lo que Lencioni (2008) define como metropolización del espacio<sup>1</sup>, una forma-producto espacial de la dinámica del capitalismo contemporáneo, de las tendencias agudizadas de concentración y centralización del capital en los espacios urbanos más densificados. En el caso brasileño, los procesos de metropolización del espacio parecen ser la repercusión más intensa de la urbanización del territorio<sup>2</sup>, tal como este proceso fue caracterizado por Santos, Santos & Silveira (2001; 2005).

Si bien estos procesos son una característica de la urbanización contemporánea, la diseminación de la urbanización por el territorio nacional y, más recientemente, los procesos de metropolización del espacio no siguen un patrón homogéneo. Por el contrario, existe una diversidad de formas metropolitanas, como consecuencia de los diversos procesos de producción de estos espacios por parte de las regiones en el territorio nacional.

Así, partiendo de la realidad urbana de la región amazónica, se toma como referencia empírica de análisis la Región Metropolitana de Belém (RMB), la segunda principal aglomeración metropolitana de la Amazonía brasileña<sup>3</sup>. Esta región ha presentado un cambio notable en su paisaje natural debido a las transformaciones producidas como consecuencia de las formas de producción del espacio regional a partir de la segunda

---

<sup>1</sup> Para Lencioni (2008), la metropolización del espacio se refiere a la difusión de la urbanización por la sociedad y el territorio, intensificada hasta el punto de propiciar la forma contemporánea de urbanización en las sociedades de mercado.

<sup>2</sup> Para Santos y Silveira (2001), la urbanización del territorio y de la sociedad caracteriza a Brasil a principios del siglo, dicho proceso se entiende como la difusión desigual del entorno técnico-científico-informacional.

<sup>3</sup> Considerando los siete municipios que componen la Región Metropolitana de Belém, la población total del aglomerado es de 2 422 481 de personas, siendo así el segundo mayor aglomerado metropolitano regional, solo por detrás de la Región Metropolitana de Manaus, con trece municipios y una población total de 2 676 936 de habitantes (IBGE, 2010; 2016).

mitad del siglo XX, que sitúan a las ciudades y a lo urbano como la principal referencia territorial a principios del siglo XXI.

Tras reconocer este cambio como una característica de la urbanización contemporánea, es importante analizar la lógica que dio lugar a su surgimiento y, además, comprender los agentes que constituyen la producción de ese modelo urbano -la metrópolis-, que se identifica más por la concentración y difusión de diversos flujos materiales que son producto, condición y medio de la producción espacial, cada vez más densos en lo que respecta a las relaciones socioespaciales, que por la simple unidad físico-territorial del área urbana.

La identificación de dichos cambios resulta posible a través del análisis de acciones materializadas en la metrópolis por los agentes que producen el espacio urbano, como el Estado, los propietarios de los medios de producción, los promotores inmobiliarios y los grupos sociales excluidos, según los caracteriza Corrêa (1989). Se asume que la acción de estos agentes está guiada por una lógica capitalista hegemónica, que funciona como infraestructura de economía impulsando la producción y reproducción del espacio urbano como instancia de la sociedad.

En este caso, en el espacio metropolitano de Belém, se identificó la conexión de un grupo de emprendimientos comerciales desarrollados por importantes cadenas de supermercados a escala urbana y regional. Dichos emprendimientos son una expresión de la importancia del sector terciario moderno en la producción del espacio metropolitano, a diferencia de otras realidades urbanas en Brasil, en las que el capital industrial fue el principal vector para inducir la expansión del tejido urbano.

En este sentido, la expansión de estas cadenas empresariales significa una manifestación de procesos más profundos de metropolización del espacio de Belém que se dan en paralelo a otras variables, como el aumento sustancial de los flujos materiales en el espacio metropolitano, la producción de asentamientos habitacionales tanto para las clases más pobres así como para los producidos para las clases medias y altas, cada vez más alejados del núcleo metropolitano, además de la instalación de grandes objetos que posibilitan la fluidez de dicho espacio metropolitano (Santos, 2017).

Tras reconocer las particularidades de esta realidad metropolitana y regional en el territorio brasileño, se parte de la hipótesis de que existe un vínculo entre la producción del espacio metropolitano de Belém y la lógica de expansión empresarial de las cadenas de supermercados y las transformaciones materiales que proporciona la implantación de estos emprendimientos en el territorio. Se entiende que, en el caso de una metrópolis estructurada a partir de la expansión del circuito moderno superior de la economía urbana, especialmente por parte del capital comercial del sector de los servicios, existe una relación de interdependencia entre la dispersión del espacio metropolitano de Belém y la expansión de los emprendimientos comerciales de estas cadenas, así como las estrategias de localización de estos grupos que configuran el espacio en el que operan.

Esta relación establecida a partir de la década de 1960, época en la que se produjo una serie de transformaciones en la región que a su vez se derivaron de las repercusiones del proceso de integración nacional, potencian el surgimiento de capitales comerciales vinculados al crecimiento de las redes de distribución al por menor y, en consecuencia, directamente asociados al desarrollo de una economía urbana en la principal capital de la región amazónica de la época, es decir Belém.

El marco teórico de esta interpretación se basa en la teoría de la producción social del espacio urbano (Lefebvre, 2001) y en cómo esta producción está intrínsecamente asociada a ciertos agentes sociales productores de este espacio, en particular la teoría basada en la realidad brasileña que propuso Corrêa (1989), en la que describe los agentes productores del espacio urbano y sus características y estrategias de producción de este.

Según Corrêa (1989), hay al menos cinco agentes que explican las estructuras y procesos de producción del espacio urbano en las ciudades brasileñas a través de sus acciones: los propietarios de tierras, los empresarios, los promotores inmobiliarios, el Estado y los agentes sociales excluidos. Cada uno de estos agentes, aunque puedan intercambiarse, ejecutan estrategias distintas para hacer valer sus intereses en el espacio urbano. Grupos económicos regionales como los analizados en este texto se insertan en este panorama por ser propietarios de empresas con gran actuación en el espacio urbano, produciendo espacio y localizaciones en sus diferentes estrategias empresariales

Desde el punto de vista metodológico, se llevó a cabo un enfoque cualitativo con el agregado de datos cuantitativos que auxilian en el análisis, asociando la hipótesis teórica de la emergencia de la metrópolis en Belem con el auge económico de los grupos y cadenas minoristas que operan a escala regional. En ese sentido, en lo que respecta a técnicas de investigación, se dio lugar al recorrido metodológico con una revisión teórica y empírica del tema analizado: la ascendencia de Belém como metrópolis regional en la segunda mitad del siglo XX, junto con la emergencia del sector terciario moderno en la producción más reciente en términos de recorte espacial: la Región Metropolitana de Belém. Este procedimiento fue la base para la reconstitución del proceso histórico de producción del espacio metropolitano de Belém, vinculándolo a la formación de una economía urbana caracterizada por la hegemonía de los grupos empresariales del sector terciario, migrando progresivamente de los capitales comerciales originados en las actividades tradicionales a la organización en torno al moderno circuito superior de la economía urbana.

Seguidamente, se buscó en la investigación documental subsidios para la comprensión del papel de este capital comercial expresado por la importancia de las cadenas, especialmente las dos mayores cadenas de venta al por menor que operan en la ciudad y la región, el «Grupo Líder» y la «Y. Yamada», referencias empíricas del análisis. A través de la consulta de la legislación específica, de los registros periodísticos, de las informaciones comerciales de las cadenas, así como de las entrevistas concedidas por los

representantes de estas cadenas a los medios de comunicación, fue posible identificar una genealogía del proceso de su formación, relacionándolo a la reorganización económica de la ciudad desde la segunda mitad del siglo XX. En este punto, la adopción de datos cuantitativos fue fundamental para llegar a los resultados presentados.

Un tercer aspecto de las opciones metodológicas que fueron adoptadas es que permitieron identificar elementos para la construcción de una cartografía de la expansión de estas cadenas, a partir de la identificación de las diversas estrategias de localización que los grupos adoptaron para su acción empresarial, permitiendo demostrar la conexión con los procesos de dispersión metropolitana que tuvieron lugar en Belém.

Es a este proceso al que está relacionado el presente texto, inicialmente estructurado a partir de la presentación de la naturaleza de la metropolización en Belém y su relación con la evolución progresiva del circuito superior moderno de la economía urbana. Es dentro de ese contexto estructural de cambios económicos de la metrópolis que se da el surgimiento de los grupos «Líder» y la cadena «Y. Yamada», ambos analizados como expresión de la formación de una economía metropolitana en Belém.

## **2. METROPOLIZACIÓN DEL ESPACIO EN BELÉM Y LA EMERGENCIA DEL CIRCUITO SUPERIOR DE LA ECONOMÍA URBANA**

La formación del espacio metropolitano de Belém está asociada al contexto histórico-geográfico de los cambios que fueron establecidos en la segunda mitad del siglo XX en la región amazónica, dado que hasta la década de 1960 la ciudad seguía confinada en un área relativamente cercana a su lugar de origen. Una periodización que presentó Moreira (1989) sobre el crecimiento urbano de Belém hasta la década de 1960 informa lo siguiente:

En un principio, la ciudad se expandió acompañando el corredor fluvial, para, seguidamente, interiorizarse y continentalizarse, puntualizando las tres primeras fases de su crecimiento: la pequeña ribera (de la fundación de la ciudad en 1616 hasta mediados del siglo XVIII); la de penetración o interiorización (de mediados del siglo XVIII a mediados del siglo XIX); y la de la continentalización (de mediados del siglo XIX en adelante) (Moreira, 1989).

De este modo, únicamente durante el último período, según Trindade Júnior (1998), se puede afirmar la configuración de una cuarta fase de expansión urbana, marcada por la dinámica de la metropolización, que supone el avance del tejido urbano con relación al período y las fases anteriores:

Añadiríamos a esa periodización de Moreira (1989) otra fase, la de metropolización, la cual inicia en la década de los sesenta y se afianza en las siguientes décadas y que supone la incorporación de las ciudades y villas cercanas a Belém, definiendo un tejido urbano único, aunque fragmentado (Trindade Júnior, 1998).

En ese caso, se entiende que Belém tuvo su momento de expansión dirigido a la formación de un tejido metropolitano más complejo a partir del año 1960, contextualizado en la alteración de las redes de circulación, con la construcción de la autopista Belém-Brasília, primer gran eje de penetración por carretera de la Cuenca Amazónica (Vicentini, 2004), y que es un elemento para comprender la metropolización regional. Esta etapa, posibilitada por la llegada de la autopista, tiene un impacto considerable en la dinámica de crecimiento poblacional de Belém como se muestra en la Tabla 1:

**Tabla 1. Belém: evolución de la población (1950-2010)**

Año	Población total
1950	254 949
1960	402 170
1970	642 514
1980	949 545
1991	1.244.688
2000	1.279.861
2010	1.393.399

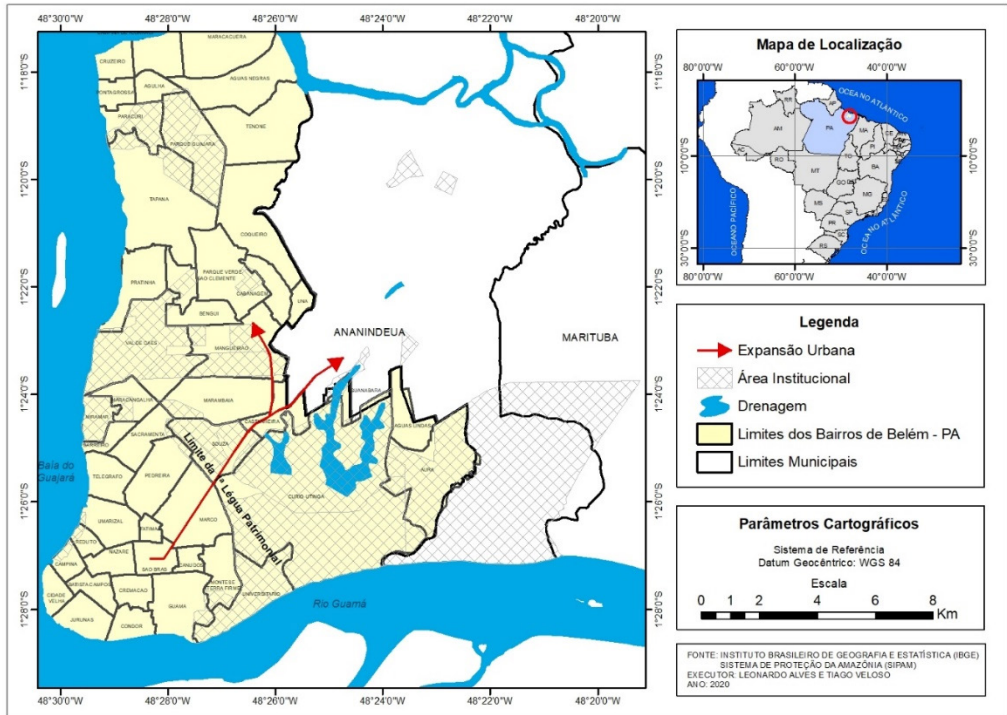
Fuente: IBGE (2013). Organización: Tiago Veloso dos Santos.

Dispuesto así el inicio de su estructura metropolitana, es posible comprender la metropolización regional a partir del desarrollo de la infraestructura que viabilizó el proyecto de integración de la Amazonía al resto de la economía nacional mediante la articulación de esas redes viales. Los cambios en el rol de la región también repercutieron en la producción del espacio urbano de la ciudad, ya que dichos cambios en el espacio urbano integran una dinámica:

[...] cuando la región amazónica comenzó a experimentar transformaciones resultantes de su efectiva integración económica al Nordeste y al Centro-Sur del país - siendo uno de los hitos de este proceso la inauguración de la autopista Belém-Brasília - y cuyas repercusiones se tradujeron decisivamente en su configuración espacial (Trindade Júnior, 1998).

Fue durante este periodo cuando la tendencia de expansión de Belém hacia los municipios adyacentes (Figura 1) se consolidó en una formación de un Belém metropolitano:

Figura 1. Belém: expansión del espacio urbano más allá del núcleo metropolitano



Fuente: Santos (2017).

Las modificaciones fisiográficas en el perfil de producción del espacio no escapan de las alteraciones en la estructura económica de la ciudad. Incluso, según Trindade Júnior (2000; 2006), Belém no experimentó el estímulo de crecimiento posibilitado a partir del sector industrial. Su perfil caracteriza una ciudad situada entre las que presentan una condición metropolitana, sobresaliendo en actividades comerciales y de servicios. Sus industrias —con un peso relativamente pequeño— apuntaron al aprovechamiento de materias primas propias de la región y, en consecuencia, con un impacto relativamente mayor en relación a la selva.

La participación relativa de los sectores industriales (Tabla 2) y del sector de servicios y comercio (Tabla 3) en la Región Metropolitana<sup>4</sup> en perspectiva temporal manifiesta la relevancia de cada uno de ellos en la producción del espacio metropolitano<sup>5</sup>:

**Tabla 2. Región Metropolitana de Belém: evolución de la participación del PIB del sector industrial con relación al PIB del Estado de Pará<sup>6</sup>**

	Metropolitana de Belém	Estado de Pará	RMB / Estado (%)
1949	104.290,52	128.797,20	80,97
1959	262.844,71	342.012,58	76,79
1970	494.356,81	647.642,43	76,33
1980	2.062.517,19	4.106.902,95	50,22
1996	1.677.132,96	3.408.066,56	48,92
2000	2.213.298,31	4.889.652,33	45,27
2010	2.633.446,64	13.122.002,58	20,10

Fuente: IBGE, IPEADATA.

<sup>4</sup> La Región Metropolitana es la forma institucional de reconocimiento de una aglomeración urbana regional por parte del Estado a efectos de administración política y planificación territorial. Creada originalmente en 1973, la Región Metropolitana de Belém estaba formada por los municipios de Belém y Ananindeua. Posteriormente, en la década de 1990, se amplió con la incorporación de los municipios de Benevides, Santa Bárbara do Pará y Marituba. En 2009 el municipio de Santa Isabel do Pará pasó a formar parte de la RMB, y en 2011, el municipio de Castanhal, configurando la actual Región Metropolitana de Belém con siete municipios.

<sup>5</sup> A diferencia de la región metropolitana, el espacio metropolitano no se refiere a un formato institucionalmente reconocido, sino que se refiere a la identificación de la aglomeración metropolitana mediante la existencia de flujos y la intensidad de los flujos, de los sistemas de objetos y del sistema de acción, resultando y condicionando la dinámica metropolitana más allá de la mancha urbana, aunque sin prescindir de ella. Aunque se refieran al mismo proceso, la metropolización del espacio, la región y el espacio metropolitanos no siempre coinciden en los mismos recortes territoriales propuestos.

<sup>6</sup> Estadísticas del PIB municipal (industria - valor añadido - precios básicos) a precios de 2000 (R\$ mil). Para 1999-2007: Sistema de Cuentas Regionales de Referencia 2009. Concepto utilizado a partir de 1999, a precios básicos. Para los censos de los años 1970 a 1996, elaborado por el IPEA. Las actividades de este sector incluyen: la industria de transformación y extracción de minerales, la construcción civil y los servicios industriales de utilidad pública. Metodología del PIB municipal de 1970 a 1996. Para los datos anteriores a 1999, las estimaciones del PIB de las actividades a nivel municipal no son coherentes con las del nivel estatal y nacional. El problema se debe al uso de diferentes metodologías. Deflactor implícito del PIB nacional (IPEADATA, 2019).



**Tabla 3. Región Metropolitana de Belém: evolución de la participación del PIB del sector terciario en relación con el PIB del Estado de Pará**

	Metropolitana de Belém	Estado de Pará	RMB / Estado (%)
1949	125.317,52	162.994,40	76,90
1959	797.107,52	1.064.601,23	74,97
1970	619.179,46	774.679,88	79,94
1980	1.033.878,48	1.590.372,79	65,01
1996	1.677.132,96	2.280.157,74	73,56
2000	2.213.298,31	4.692.473,00	47,20

Fonte: IBGE, IPEADATA.





De hecho, fue la llegada de la autopista y los sucesivos impactos económico-espaciales causados por este acontecimiento los que provocaron cambios significativos en la economía urbana. Por un lado, se observa la progresiva desarticulación de las formas tradicionales de organización económica como la práctica de la actividad pastoril constituyendo las llamadas lecherías, que abastecían a la ciudad de leche in natura (Trindade Júnior, 1993) y de un pequeño sector industrial relacionado con la producción de bienes de consumo inmediato, debido al relativo aislamiento de la economía amazónica en relación con el territorio brasileño hasta entonces.

Por otra parte, esta reorientación de la economía urbana abrió la posibilidad de una mayor organización del capital comercial en torno a su expansión y, en consecuencia, la modernización de la distribución de los productos y bienes que habría que ofrecer en la nueva dinámica económica, que ahora se vincula al proceso más amplio de integración regional y desarrollo nacional.

Es este proceso el que establece el contexto económico específico de desarrollo de un sector terciario más amplio que, desde entonces, liderará el circuito moderno<sup>7</sup> superior de la economía urbana en relación con el periodo anterior, bastante dependiente de los sectores tradicionales. Este proceso puede demostrarse con el surgimiento de grupos empresariales vinculados al sector terciario moderno, que iniciaron su trayectoria empresarial en Belém en las décadas posteriores a la apertura de la autopista y a la configuración de su espacio metropolitano (Cuadro 1):

<sup>7</sup> En pocas palabras, se puede presentar el circuito superior como formado por los bancos, el comercio y la industria de exportación, la industria urbana moderna, los servicios modernos, los mayoristas y los transportistas. El circuito inferior está formado esencialmente por formas de fabricación no «capital-intensivo», servicios no modernos prestados «al por menor» y comercio no moderno y a pequeña escala. En el circuito superior, se pueden distinguir las actividades «puras» y «mixtas». La industria urbana moderna, el comercio y los servicios modernos son los elementos «puros», ya que son al mismo tiempo actividades propias de la ciudad y del circuito superior (Santos, 2004).

Cuadro 1. Belém: surgimiento de grupos empresariales durante el período (1950-1970)

Empresa	Logomarca	Año de fundación	Sector de actuación en su origen
Y. Yamada		1950	Supermercado y tienda por departamentos
Visão		1965	Tienda por departamento
Líder Comércio e Indústria LTDA		1964	Supermercado
Grupo Formosa		1975	Supermercado y tienda por departamento
Nazaré Comércio de Alimentação e Magazine LTDA		1976	Supermercado y tienda por departamento

Fuentes: canales institucionales de los grupos (<http://www.grupolideronline.com.br>; <http://www.grupolideronline.com.br>; <https://www.gruponazare.net/historia>).

Fuente secundaria: Junta Comercial do Estado do Pará (JUCEPA). Organizado por el autor.

De este modo, es posible inferir la consolidación de una economía urbano-metropolitana en Belém partiendo del surgimiento de esas cadenas de comercio minorista, ya que se trata de un tipo de organización de la empresa que hace referencia a procesos más profundos de circulación de mercancías y, sobre todo, teniendo en cuenta que el propio funcionamiento de estos grupos implica también importantes intercambios de información, como parte del proceso de gestión. Además, los grupos desempeñan un papel fundamental en la organización del mercado laboral urbano y regional. Como grupos empresariales que han evolucionado en consonancia con la expansión del espacio urbano de Belém, los grupos también se comportan como agentes productores del espacio urbano más allá de su papel en las actividades económicas y comerciales. Por ser grandes consumidores de espacio y productores de lugares en la ciudad y la metrópoli, actúan a la vez como propietarios de empresas que consumen estos espacios y como propietarios de terrenos. Como describe Corrêa (1989): «grandes consumidores de espacio demandan terrenos grandes y baratos con ciertos requisitos de ubicación, [y] no están interesados en la especulación del suelo, influyen directamente en la conformación del espacio, definiendo espacios para ellos y para otros agentes».

Todos los grupos mencionados anteriormente fueron fundados originalmente en Belém y, aunque han expandido su acción a otras regiones del Estado de Pará o incluso a otros estados de la región, operan principalmente en el área metropolitana de Belém, donde se encuentra la gran mayoría de sus unidades. Las cadenas, además de haber sido fundadas en Belém hasta la actualidad, han mantenido sus sedes y centros de distribución en la capital de Pará.

Una vez más, la formación de esta economía urbana en el período a partir de 1960 está ligada a modificaciones más estructurales de la economía paranense, como lo describen Tupiassu y Santos (1967),

El sector primario de la economía paraense empieza a cambiar, la agricultura tradicional se diversifica un poco, especialmente gracias a la técnica introducida por los inmigrantes japoneses. [Con la aparición de la Superintendência do Plano de Valorização Econômica da Amazônia, SPVEA, en 1954, las perspectivas mejoraron, con la instalación de una nueva central generadora de electricidad en la capital, con un importante efecto germinativo. La construcción civil se perfeccionó y se amplió. Las alfarerías aumentaron su producción de materiales de construcción. *El comercio minorista se moderniza*. [...]. La variedad de bienes de consumo de origen industrial se amplía, apareciendo nuevos establecimientos en el ramo de las gaseosas, confección de ropa y muebles. Entre 1950 y 1959 se construyeron nuevas conexiones viales, además de la ampliación de la flota pública de transporte fluvial. Con ello, la urbanización, en el sentido demográfico del término, se aceleró, permitiendo una intensificación de las comunicaciones sociales en los centros de aglomeración (Belém, Castanhal, Santarém) (Consejo Nacional de Economía, 1962, p. 270, énfasis nuestro).

Para Santos (2004), las grandes tiendas y supermercados representan un fenómeno en expansión en los países periféricos. La existencia de estas empresas está asociada a la posibilidad de una demanda mayor y más diversificada, así como a las posibilidades de pagar al contado o según las formas burocráticas de crédito propias de ciertas marcas comerciales.

Las transformaciones urbano-regionales señaladas anteriormente, actúan en el sentido de posibilitar este contexto de expansión de una economía metropolitana que pasa necesariamente por la necesidad de modernización de la gestión de las firmas, la ampliación de la base monetaria con el consecuente impacto en las formas de oferta monetaria y de crédito al consumo, que también tendrá consecuencias en la producción del espacio. Según Santos (2004): «Las relaciones son impersonales en este tipo de súper comercio. Por ello, el número de supermercados varía principalmente según la importancia de las clases medias y el número de asalariados, mientras que su tamaño está en función de la densidad en los barrios ricos».

La referencia más inmediata para el análisis de la evolución de este sector en la economía urbana y en la formación metropolitana de Belém, son los orígenes de los dos principales grupos minoristas de las últimas décadas, la cadena de supermercados

del Grupo «Líder» y el Grupo «Y». Yamada»; a continuación, se desarrollará este punto, asociando la aparición, consolidación y expansión de estos grupos con la nueva dinámica de producción del espacio urbano y regional.

### **3. LOS ORÍGENES DE LOS GRUPOS «LÍDER» Y «Y. YAMADA» EN EL CONTEXTO DE LA REORGANIZACIÓN ECONÓMICA DE BELÉM**

La inauguración de la autopista Belém-Brasília, como expresión estructural de las políticas de integración nacional, produjo en la economía del espacio urbano de Belém una drástica transformación, como se ha demostrado anteriormente.

Para Browder y Godfrey (2006), fue en la posguerra cuando Belém se convirtió en el centro administrativo regional de los programas de desarrollo de la Cuenca Amazónica, siendo esta la principal función de la ciudad a nivel regional a partir de este periodo. Esta función tiene una importante repercusión desde el punto de vista de la producción de espacio urbano y metropolitano en la ciudad, ya que en ella se ubicarán las distintas instituciones responsables de la ejecución del proyecto de integración regional<sup>8</sup>.

También, en lo que a la economía urbana respecta, el papel de centro administrativo regional de Belém permite una importante oferta de puestos de trabajo públicos dentro de la administración federal, a través de instituciones que apoyan el proyecto de integración de la Amazonía al desarrollo económico brasileño y, por lo tanto, este sector pasa a ocupar un lugar destacado en la economía urbana en formación. Además, el rol del capital estatal generó aún más empleos públicos en la ciudad, a través de la continua expansión de la esfera estatal, por ser la capital del Estado de Pará, además de los empleos generados en la propia esfera de acción municipal de la ciudad.

Esta constitución de empleos públicos en las diferentes esferas de la administración significó un punto de apoyo y expansión absoluta y relativa para el fortalecimiento de los estratos de las clases medias y altas de la ciudad, complejizando la estructura social de un importante estrato de consumidores de bienes y servicios ofrecidos por el sector terciario moderno. Además, la expansión del empleo público se produjo junto con el crecimiento de la población estatal, porque se entendía que sería a través de la contratación de personas que el gobierno podría proporcionar los servicios públicos demandados por la creciente población (Gomes; Vergolino, 1997).

---

<sup>8</sup> Instituciones como el Banco da Amazônia S.A (BASA), la Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), Eletronorte, la Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais (CPRM), el Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), además de la asignación de contingentes de las fuerzas armadas (Ejército, Armada y Fuerza Aérea), todas con sede en Belém hasta la actualidad. Estas instituciones han desempeñado un papel fundamental en las políticas de planificación y desarrollo regional, ya sea en la gestión de estas políticas, en su financiación o en la investigación sobre el potencial de explotación de los recursos de la región.

Los datos obtenidos de la *Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)* entre 1980 y 1990, que muestran un aumento medio del empleo del 5,2%, proporcionado principalmente por el sector de los Servicios (3,2% anual) y la Administración Pública (9,9% anual) para la RMB, confirman este escenario.

Al mismo tiempo, en el ramo económico, el pequeño sector industrial que existía en la ciudad se desorganizó debido a la pérdida de protección resultante de dos factores: las políticas de integración implementadas por el gobierno federal, como la apertura de carreteras y el acceso concedido a las fuentes de materias primas y la penetración del capital extranjero en varias actividades manufactureras (Trindade Júnior, 1997).

La eliminación de la protección resultante de la transformación de la logística de transporte de la región puede interpretarse como la pérdida de una ventaja comparativa para el sector industrial regional, que se ve perjudicado por la reducción de los costos de transacción resultantes de la modernización del tejido vial y el cambio de las modalidades de transporte. Simultáneamente a esta desestructuración de la incipiente industria regional, en el sector terciario de la economía urbana se producen cambios en las relaciones de precios de intercambio que sufren una apreciable caída en otros estados. Según Mourão (1989): «La distancia y la dificultad del transporte hasta Pará (los medios de transporte eran aéreos, fluviales y marítimos hasta finales de los años cincuenta) elevaban el costo de los fletes de las mercancías procedentes de otras regiones y los encarecían mucho. De este modo, los productos locales sufrieron poco la competencia de las importaciones».

Desde el punto de vista teórico, este aspecto es fundamental para comprender el tipo de inserción subordinada de la economía regional amazónica al parque industrial brasileño concentrado en el Centro-Sur del país, dado que, en este caso específico, el cambio tecnológico en el transporte alteró la ventaja comparativa de la región, pero sin permitir la diversificación y el incremento técnico del parque industrial regional existente, integrándolo de manera dependiente en relación al resto del país. En este sentido, el desarrollo de otra lógica de transporte: la sustitución o, mejor dicho, la complementariedad de la navegación fluvial por el tejido vial, llevó a reforzar la dependencia, reduciendo y finalmente eliminando la ventaja comparativa.

La progresiva integración de los mercados regionales con la industria del Sudeste de Brasil cambia las relaciones de intercambio, orientado a que cada vez más las exportaciones de Pará sean para el mercado interno brasileño, aunque a lo largo de la década, los importadores de Pará duden entre el mercado externo y el interno, por lo que, en general, las importaciones del resto de Brasil se mantienen por debajo del 60% del tonelaje total importado (Tupiassu; Santos, 1967).

Durante la década de 1950, surgió una nueva etapa en la economía paraense, debido a la mayor integración entre la economía paraense y el mercado interno brasileño. Las exportaciones paraenses aumentaron su preferencia por este mercado.

Las importaciones entre los estados se elevaron a más del 60% del total. Los índices de precios del intercambio nacional pasaron del 109,5% en 1956 al 174,4% en 1961.

Desde el punto de vista del mercado de trabajo, se produce una transformación aún más fundamental, ya que, en este período, al menos en el sector primario, todavía era común el sistema de provisión de mercancía a crédito, en el que el agricultor conseguía garantizar los productos de subsistencia en forma de préstamos con el vendedor y pagados en función de la producción agrícola. La sustitución progresiva de dicho sistema por el cada vez más frecuente proceso de asalarización, actúa apuntando a la transformación de economía regional a una economía monetizada.

Es en este contexto de transformaciones urbano-regionales donde emprendimientos comerciales, como los que se presentan en el Cuadro 1, adquieren una relevancia cada vez mayor en la economía urbana de la ciudad. El supermercado «Líder» es producto directo de estas transformaciones. En un principio, se trataba de un pequeño establecimiento comercial que vendía artículos de consumo básico, es decir, productos perecederos, derivados de la acumulación de capital del comercio tradicional a través de la red fluvial de la región. Como lo describe uno de sus fundadores, el empresario Oscar Rodrigues:

Solíamos comprar cachaza. En la época había muchas centrales azucareras, Belém, Igarapé-Miri, Abaeté estaban entre los mayores productores. Y no teníamos la autopista Belém-Brasília, así que se produjo esta invasión (SIC) de estos productos desde allí. Y luego Igarapé-Miri, Abaeté (Municipio de Abaetetuba), que suministraba toda la cachaza para el bajo Amazonas, Manaus. (Entrevista de Oscar Rodrigues al programa «Papo no Tucupi». <https://www.youtube.com/watch?v=53TUSE45iNg>).

La declaración del empresario pone de manifiesto, por un lado, la existencia de un intenso comercio fluvial que permitía el desplazamiento de mercancías y, por otro, lo importante que era esta red en las relaciones económicas y en el abastecimiento del espacio urbano de Belém en la época:

Pasé mucho tiempo vendiendo cachaza en una canoa de vela, pasé mucho tiempo vendiendo en Vígia, São Caetano (de Odivelas), Marapanim, Maracanã, fuimos a Guamá, mi padre hizo eso. Entonces tuvimos la oportunidad de comprar un barco, un barco a motor, en ese momento era una canoa de vela. Logramos comprar una embarcación a motor y entonces pudimos ir al Amazonas y las cosas mejoraron un poco. Porque en el Amazonas íbamos a Belém a comprar los artículos de primera necesidad: azúcar, café, frijoles, arroz, galletas, kerosén, etc. Llegábamos a Igarapé-Miri y abastecíamos de nuestra cachaza y desde allí subíamos [el río] llevando algunos de nuestros productos. (Entrevista con Oscar Rodrigues para el programa «Papo no Tucupi». <https://www.youtube.com/watch?v=53TUSE45iNg>).

Por otro lado, hay un cambio en el alcance y la dinámica interna del negocio, como se describe en otra declaración del mismo empresario:

Luego las cosas crecieron y mi padre consiguió comprar otro barco, luego otro barco, y entonces sentimos la necesidad de tener un punto en Belém {...} y seguimos tratando con estos negocios, comprando la mercancía. Ya en [19]72 teníamos un capital y compramos un edificio en Porto do Sal que tenía una planta para tostar de café» (Entrevista de Oscar Rodrigues al Programa «Papo no Tucupi». <https://www.youtube.com/watch?v=53TUSE45iNg>).

El primer emprendimiento de la futura cadena de supermercados fue fundado en 1975, ubicado cerca de la zona central de Belém, en el Distrito de Córdor, cerca de las conexiones con el comercio posibilitadas por la navegación fluvial, pero ya insertado y siendo un elemento de otra lógica de organización y estructuración del espacio urbano y regional que se consolidó en las décadas siguientes.

Al mismo tiempo, el grupo Y. Yamada, por su parte, tiene su origen relacionado con la inmigración japonesa a la Amazonía, en la que la historia personal de emprendimiento de una familia de inmigrantes permitió la constitución del grupo en la década de 1950. El fundador de la cadena, Yoshio Yamada, llegó a Brasil en 1928 y, residiendo en Belém desde antes de la Segunda Guerra Mundial, fundó Y. Yamada & Cia.

Los primeros negocios giraban en torno a un pequeño comercio de diversos productos para el mercado urbano, en el que se mezclaban materiales de construcción civil, como barras de refuerzo y alambre de púas, con la demanda de equipos náuticos, como motores marítimos, además de productos que se importaban directamente de Japón, como máquinas de coser y fertilizantes químicos.

La observación del tipo de productos que ambas cadenas comercializaban en el mercado en sus orígenes es representativa de la constitución de condiciones materiales para que estos emprendedores operaran en el nuevo escenario de la economía urbana y regional, esta vez actuando de forma más sedentaria en Belém. Por un lado, las redes de conexiones por carretera que permitían la llegada de mercancías más baratas desde otras regiones de Brasil y, al mismo tiempo, la formación de una economía metropolitana en Belém que sería la principal consumidora de estos mismos productos.

Consolidada en torno a una economía urbana en expansión, la permanencia de la lógica de dispersión metropolitana que reconfiguró la producción del espacio en Belém es el contexto estructural para entender la dinámica de los dos grupos en los años 1980 a 2000. La continua expansión de la importancia del sector comercial en el circuito superior de la economía urbana de Belém como producto, condición y medio de la producción del espacio metropolitano es el punto que se demostrará a continuación.

#### **4. EXPANSIÓN DE LAS REDES Y LAS DISTINTAS LÓGICAS DE PRODUCCIÓN DEL ESPACIO METROPOLITANO EN BELÉM**

Cuando se lleva en consideración los tres sectores económicos —primario, secundario y terciario—, en la primera década de 2000, se observa que la metrópolis de Belém mantiene su prevalencia en la economía regional.

En el sector de servicios, por ejemplo, entre los diez municipios en el mayor valor agregado del sector para el Estado de Pará (2009-2010), Belém fue responsable por el 34,09% del producto, mientras que Ananindeua, también en la RMB, es el inmediato segundo lugar, con el 6,63%. Es decir, más del 40% de los servicios del Estado de Pará son prestados por las dos mayores ciudades del área metropolitana.

Por otra parte, en el sector industrial, descentralizado en actividades en el interior del Estado debido a los proyectos industriales mineros e hidroenergéticos, existe una producción poco relevante, teniendo en cuenta al menos los dos municipios más importantes económicamente. Belém, en el total del valor añadido del sector industrial ocupa el segundo lugar en el estado, con solo 8,59% de la producción industrial, lo que ratifica la hipótesis de una economía metropolitana cada vez más dependiente del sector terciario.

No obstante, hay que señalar que esta importancia económica del RMB en el contexto estatal se ha ido reduciendo paulatinamente, ya que el PIB metropolitano, en relación con el total paraense, pasó del 57,82% en 1970 al 51,66%. Esta reducción, sin embargo, se restringe prácticamente al sector industrial - 72,34% a 34,78% en el período -, debido a la implantación de grandes proyectos minero-metalúrgicos y energéticos en el interior de Pará, además de otros emprendimientos industriales. En cuanto al sector terciario, la RMB consolidó su condición de gran centro de comercio y servicios, manteniendo su participación prácticamente inalterada en todo Pará: 72,79% por 72,721% aún según el IPEA (Pará, 2012).

Los datos del IBGE (2006) indican que la economía de la RMB se compone mayoritariamente de actividades terciarias a principios de la década de 2000, y que estas actividades representaban por sí solas el 53,21% del PIB metropolitano en 2002. Esta participación económica sectorial tiene una expresión aún más relevante en la composición de la población económicamente activa de la metrópolis.

Teniendo en cuenta la participación de la población económicamente activa (PEA) en el sector, queda clara la importancia del sector terciario, especialmente en los municipios que originaron la RMB, Belém y Ananindeua, así como en el municipio de Castanhal, recientemente incluido en la composición metropolitana y con fuerte dinamismo en el sector.

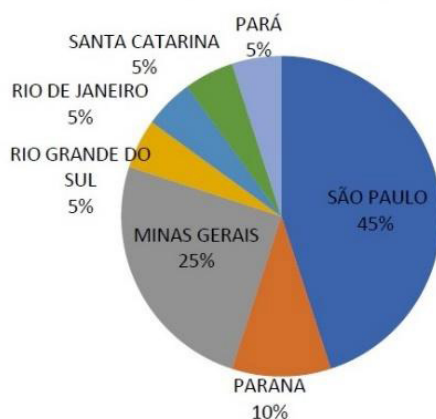
Asimismo, el perfil sectorial de la economía metropolitana también puede evaluarse mediante la distribución del personal empleado. Según los datos de la Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilio (PNAD) de 2003, el 69,69%, es decir, más de dos tercios del total del personal empleado, pertenecían al sector terciario. Por otro lado,



el sector secundario fue el responsable de absorber el 20,3% del personal empleado, mientras que el sector primario solo absorbió el 1,35%, una cifra residual, aunque En el mismo estudio, el 8,66% de los ocupados no estaban clasificados en ningún sector (Pará, 2012). El predominio del sector terciario como absorbente de la mano de obra metropolitana fue comprobado porque registraron que el 91% del total de las ocupaciones pertenecían a este sector.

Demostrada la importancia del sector terciario en la economía metropolitana de Belém, una expresión de la importancia del sector de supermercados en Pará es el hecho de que es responsable del 5% del total a escala nacional (Figura 2). Aunque la población paraense es, en comparación, el 3,98% del total de la población nacional. Es decir, el sector es proporcionalmente más relevante que su ámbito territorial inmediato de actuación.

Figura 2. Brasil: concentración de empresas líderes



Fuente: Santos (2017).

En cuanto a la distribución regional de la renta nacional, la renta media de Pará equivale a un poco menos de la mitad de la renta media nacional per cápita (Tabla 4). Esto demuestra aún más la fuerza relativa de estas empresas, ya que, incluso operando en una región con una renta media muy inferior a la nacional, logran tener expresión económica en el escenario brasileño.

Tabla 4. Renta comparativa: población brasileña vs. población paraense

Población brasileña (2010)	Población paraense (2010)	Pob. Pará / Pob. bras. (%)	PIB per capita Brasil (2008)	PIB per cápita Pará (2008)	PIB per cápita Pará / PIB per cápita Brasil
190.732.694	7.588.078	3,98	R\$ 15.990,00	R\$ 7.993,00	0,499%

Fonte: IBGE (2010).

La participación de estos grupos en la economía regional no se limita, pues, a la economía metropolitana de Belém y su entorno inmediato, ya que estas redes, a través de sus grandes almacenes, electrodomésticos, electrónica y magazines, tienen una importancia relativa más amplia y, aunque estén controladas básicamente por empresas pertenecientes a grupos familiares, la mayoría de ellas originarias de la propia ciudad, consiguen adquirir relevancia en el escenario nacional con la participación de algunos de estos grupos en la economía nacional (Cuadro 2).

**Cuadro 2. Belém: clasificación de los supermercados (2018)**

Ranking del país	Empresa	Nº tiendas	Nº empleados
12	Lider Comércio e Industria LTDA	23	12.365
40	Formosa Supermercados	4	3.446
49	Nazaré Cia de alimentos e Magazine LTDA	5	1.955
307	Supermercado Cidade LTDA	5	354
539	Supermercado Estrela Dalva Eireli	1	58

Es dentro de esta realidad económica donde se produce la lógica de expansión del espacio metropolitano en Belém y la formación de la Región Metropolitana, como expresión institucional de procesos de reestructuración territorial de los que los grupos analizados son productos, pero también actúan como condiciones y medios dentro de sus estrategias empresariales de asignación en el espacio metropolitano. En cuanto a la forma de actuar de estos grupos en la RMB, el Grupo Líder<sup>9</sup> ha acompañado progresivamente la expansión del espacio metropolitano de Belém, cuando se ve en perspectiva histórica y geográfica. Esto se puede observar a partir de una genealogía de la inauguración de los emprendimientos del grupo asociándolos con la ubicación dentro de la estructura metropolitana de Belém (Tabla 5):

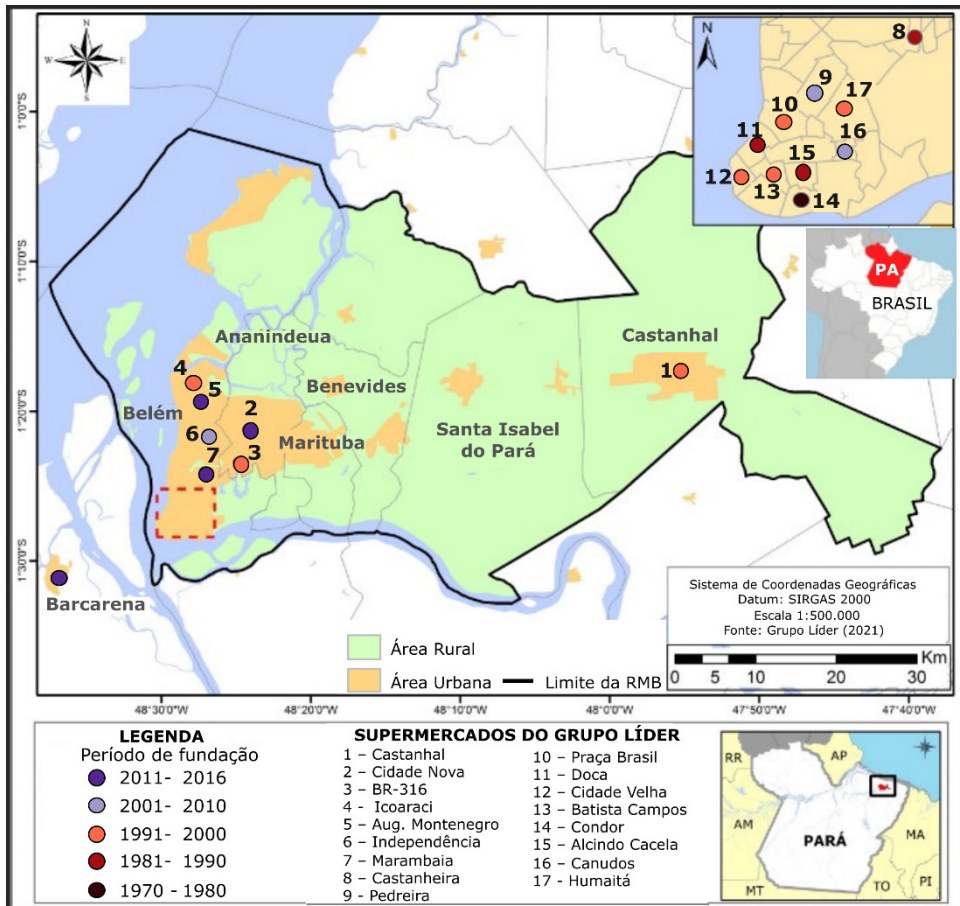
<sup>9</sup> El «Grupo Líder», actualmente (2019) es un grupo de empresas de venta al por menor en varios sectores que incluye: además de la cadena de Supermercados «Líder»; la cadena «Magazan» (grandes almacenes), con 15 tiendas; Farmalíder (medicina al por menor), con 21 tiendas; Óticas Líder, con 18 tiendas; Cartão Líderzan para el crédito al consumo; y la marca «Café Líder». Además de esto, el grupo es el administrador del Centro Comercial de Castanheira, tiene Fomento Mercantil en Castanheira Empreendimentos y posee la finca «Três Marias», propiedad de la familia fundadora. La facturación total del Grupo en el ejercicio 2015 fue de 1.987 millones de reales, siendo la 46 mayor red minorista del país en facturación total (Revista EXAME, 2015).

**Tabla 5. Grupo Líder: periodización de supermercados en la Región Metropolitana de Belém**

Identificación del emprendimiento	Año de inauguración	Municipio de la RMB	Localización en la estructura metropolitana
Líder Condor	1975	Belém	Barrio en los alrededores del núcleo metropolitano
Líder Alcindo Cacela	1981	Belém	Barrio del núcleo metropolitano
Líder Doca	1986	Belém	Barrio del núcleo metropolitano
Líder Cidade Velha	1991	Belém	Barrio del núcleo metropolitano
Líder Castanheira	1993	Belém	Área de expansión metropolitana
Líder Praça Brasil	1995	Belém	Barrio en los alrededores del núcleo metropolitano
Líder Batista Campos	1995	Belém	Barrio del núcleo metropolitano
Líder Humaitá	1995	Belém	Barrio en los alrededores del núcleo metropolitano
Líder Icoaraci	1995	Belém	Área de expansión metropolitana
Líder BR	1995	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Líder Castanhal	1996	Castanhal	Área de expansión metropolitana
Líder Pedreira	2007	Belém	Barrio en los alrededores del núcleo metropolitano
Líder Independência	2009	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Líder Canudos	2010	Belém	Barrio en los alrededores del núcleo metropolitano
Líder Cidade Nova	2012	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Líder Barcarena	2013	Barcarena	Área de expansión metropolitana
Líder Augusto Montenegro	2015	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Líder Marambaia	2016	Belém	Área de expansión metropolitana

En este caso, la observación de la relación entre la localización de los emprendimientos comerciales del Grupo Líder y la estructura metropolitana de Belém muestra cómo estos dos procesos coinciden en el espacio y en el tiempo (Figura 3).

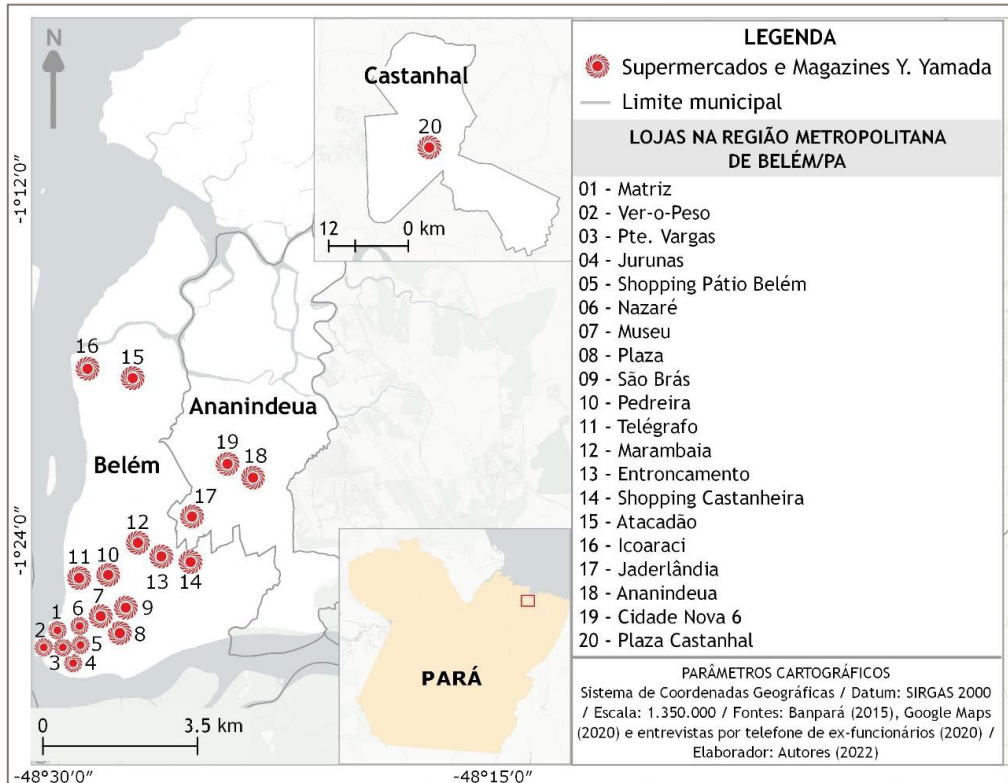
Figura 3. RMB: ubicación de los supermercados de Grupo Líder



En el caso de la segunda referencia empírica, el grupo Y. Yamada, la cartografía de la expansión del Grupo por la Región Metropolitana de Belém muestra una perspectiva similar, con la progresiva expansión de las unidades por el tejido urbano y metropolitano durante el período de expansión de la metrópoli (Figura 4).

En términos generales, las dos cadenas, en su fase embrionaria, decidieron ubicarse en el centro de la ciudad. Mientras que Y. Yamada abrió su primera tienda, la «Yamada Matriz» en el barrio de Campina en los años cincuenta, y este fue uno de los primeros barrios de la ciudad de Belém, el Grupo Líder abrió su primera tienda en 1975, en el barrio de Córdor, uno de los más céntricos y recientes de la ciudad.

Figura 4. RMB: ubicación de los supermercados del Grupo Y. Yamada



En este primer momento, que se puede catalogar como origen, el cual transcurre entre 1950 y 1990 en el caso del Grupo Y. Yamada y entre 1975 y 1990 para el Grupo Líder, la estrategia de localización de las dos empresas es similar, ya que hay una preferencia por la proximidad en las áreas centrales de Belém, con mayor densidad de ocupación hasta entonces y contando también con la proximidad de las cadenas de distribución local y regional, ya sea por carretera o por vía fluvial. Este núcleo de actividades metropolitanas o su entorno más inmediato fue también el lugar elegido para la apertura de la segunda y tercera unidades de las redes.

A continuación, la periodización de la expansión de los emprendimientos demuestra una similitud espaciotemporal con el proceso de dispersión metropolitana de Belém. Ubicados inicialmente en barrios de la zona central de Belém, a partir de la década de 1990 esta configuración de la distribución espacial urbana cambia. En el caso del Grupo Líder con la apertura de tres unidades: «Líder Icoaraci», ubicada en el distrito del mismo nombre y que forma parte del municipio de Belém; sin embargo, este distrito está alejado del área central y ya forma parte del área de expansión metropolitana. «Líder BR», en el municipio de Ananindeua, situado en el kilómetro 5 de la carretera

federal BR-316 y que constituye un segundo vector de expansión metropolitana de Belém. La tercera unidad es «Líder Castanhal», en el municipio del mismo nombre y que se convertiría en municipio constituyente de la RMB en 2011. La elección de Castanhal no es fortuita, ya que este municipio forma parte del grupo de localidades que destaca en términos económicos y de inversión en infraestructuras. Además, la posición de eje microrregional que históricamente ha ocupado el municipio ha creado dinámicas territoriales y económicas (agroaldeas, carreteras secundarias, comercio y servicios especializados) (IPEA, 2015).

En el caso del Grupo Y. Yamada, la expansión de las unidades más allá del núcleo metropolitano también se produjo en la década de 1990, con la inauguración de dos tiendas en el municipio de Ananindeua, que mostró un fuerte crecimiento demográfico durante ese período. En 1993, la unidad en el recién inaugurado Centro Comercial «Castanheira» y en 1997, la unidad en el Bairro Cidade Nova, un asentamiento formado por urbanizaciones que se originaron en las políticas de producción de viviendas de la Companhia Estadual de Habitação (COHAB/Pará). La expansión de esta cadena basada en la capitalización de unidades en barrios cada vez más alejados del núcleo metropolitano y en los municipios periféricos de la metrópolis continúa en la década de 2000, con la apertura de nuevas unidades en sectores populares, como en el caso del barrio Jaderlândia, en Ananindeua, originado a partir de una ocupación informal de clases populares y hacia los barrios populares de Belém, como en el caso de la unidad «Atacadão», en la Avenida Augusto Montenegro, uno de los vectores de expansión metropolitana de Belém (Tabla 6).

**Tabla 6. RMB periodización de las unidades da Cadena Y. Yamada**

Identificación del emprendimiento	Año de inauguración	Municipio de la RMB	Localización en la estructura metropolitana
Yamada Matriz	1950	Belém	Barrio del núcleo metropolitano
Yamada Castanheira	1993	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Yamada Cidade Nova	1997	Ananindeua	Área de expansión metropolitana
Yamada Plaza	2008	Castanhal	Municipio más reciente de la RMB
Yamada Jaderlândia	2009	Ananindeua	Área de expansión metropolitana

Si consideramos el marco temporal de 2010, la expansión de las cadenas coincidió con el período de mayor crecimiento de la economía brasileña en las últimas décadas. En el caso de Grupo Líder, esto se hace más evidente debido a que de las dieciocho unidades de supermercados del Grupo, cinco se abrieron en el periodo 2007-2013, y dos unidades más se abrieron en los años siguientes, 2015 y 2016, ya en el periodo de recesión, pero que efectivamente fueron planificadas en el periodo anterior.

En el caso de la cadena Y. Yamada, este movimiento no se produjo en la misma proporción, lo que se explica en parte por las dificultades internas del grupo a partir de 2015, vinculadas a cuestiones de disputas sobre el patrimonio del grupo tras el fallecimiento del fundador y posiblemente como segunda variable el declive general de la economía urbana de la RMB, que acompañó a la recesión del periodo 2015-2016 a escala nacional. Estas dos variables, combinadas, dieron lugar a un proceso de debilitamiento y erosión del grupo, que culmina con la división de las distintas unidades por parte de los herederos, separando formalmente el grupo.

Sin embargo, no solo se puede analizar la lógica de expansión espacial de estas cadenas en el espacio metropolitano de Belém, ya que, aunque de hecho están dispersando su forma de funcionamiento, existen niveles de distinción entre las estrategias de localización derivadas de la segmentación del mercado y del público objetivo de las dos cadenas cuando se observan en perspectiva en el ámbito de la RMB.

En el caso de Grupo Líder, esta distribución de unidades revela un patrón consistente con la práctica espacial de buscar apoyo en términos de mejor infraestructura y logística para mantener sus operaciones comerciales, debido a la proximidad y amplia accesibilidad a los consumidores. En palabras del empresario Oscar Rodrigues, director del Grupo Líder, el día de la inauguración de la unidad Cidade Nova en Ananindeua:

El grupo Líder reconoce que Cidade Nova merecía un equipo de este nivel, debido a la fuerza que tiene esta ciudad y su gente. Es una de las tiendas más modernas que tiene el grupo, dentro del modelo 2012/2013. Y estoy seguro de que será muy bien recibido por los residentes de Cidade Nova y los residentes de las áreas vecinas [...] Hoy en el Grupo Líder hay 10.260 empleados, específicamente en esta operación aquí (unidad «Líder en Cidade Nova») tenemos 826. La mayoría de ellos de esta región (Entrevista de Oscar Rodrigues al Programa «Bacana», 24/07/2012).

Además, el Grupo Líder mantuvo una estrategia de construcción de marca con las clases medias altas de la ciudad como su público objetivo preferente. En términos de marketing, esta preferencia estaba asociada a la idea de que la cadena ofrecía «productos de mayor y mejor calidad», lo que en sí mismo justificaba precios más altos de sus productos y servicios en comparación con la competencia.

Por otra parte, se puede identificar una motivación de ubicación distinta en el caso de las unidades de la Red Y. Yamada, con cierta preferencia por la espacialización de sus unidades en barrios con un carácter más «popular» en términos de público consumidor.

Dicha preferencia de ubicación de algunas unidades en el espacio metropolitano encuentra razones que coinciden con las opciones de construcción de un público-objetivo consumidor en particular, el mercado popular de clases que se identifican con el perfil «C» y «D», apoyándose en la práctica de la fidelidad mediante el acceso facilitado el crédito, a través de la amplia difusión por parte de este público de las compras en cuotas con la tarjeta de crédito propia de la marca, la «Yamada Card».

La comparación de la base cartográfica de la expansión de las dos redes (Figura 6) es una de las evidencias de estas distintas lógicas de elección locativa en el espacio metropolitano.

**Tabla 7. Síntesis de las estrategias de ubicación y consumo en la RMB**

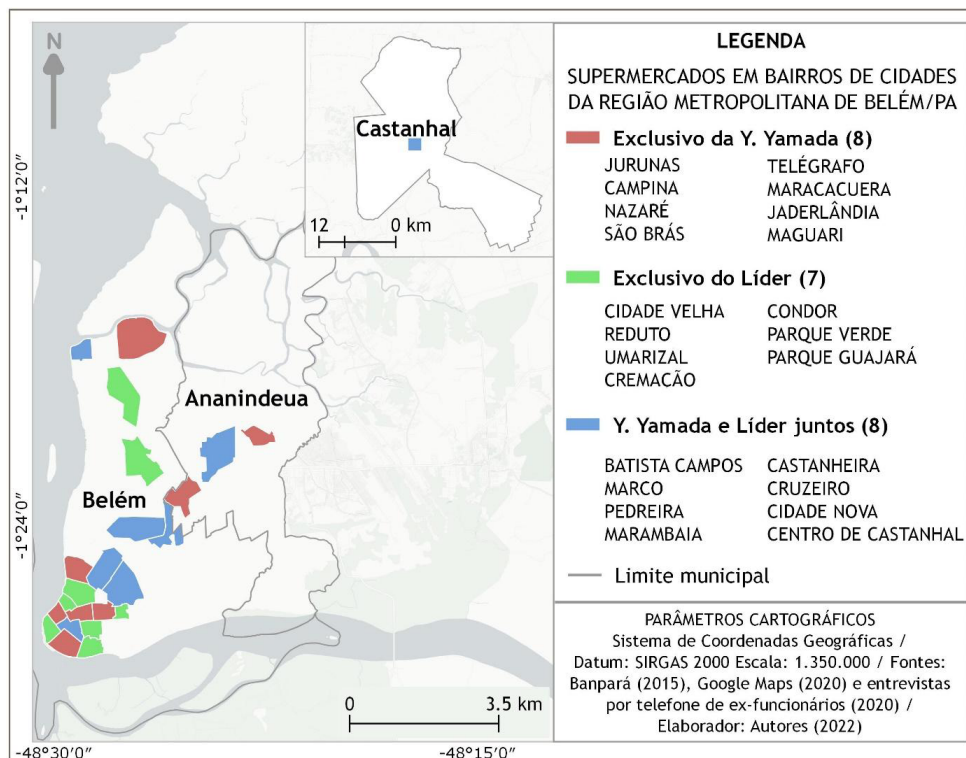
<b>Grupo Económico / Estrategias</b>	<b>Grupo Líder</b>	<b>Y. Yamada S.A.</b>
Ubicación de las primeras unidades	Barrios centrales de Belém	Barrios centrales de Belém
Período	1975-1993	1953-1993
Áreas de la metrópoli	Barrios del núcleo metropolitano en Belém	Barrios del núcleo metropolitano en Belém
Ubicación de las primeras unidades	Ananindeua - Icoaraci - Castanhal - Barcarena	Ananindeua-Castanhal
Período	1993-2015	1993-2009
Áreas de la metrópoli	Distritos populares en Belém, municipios de la periferia inmediata y de la periferia distante	Solamente municipios de la periferia cercana (Ananindeua) y de la periferia distante (Castanhal)
Público-Objetivo	Clases medias y medias altas	Clases medias y clases populares
Formas de consumo	Todas las formas y medios de pago	Estímulo al uso del sistema de crédito Interno del grupo

Mientras que el Grupo Líder opera en zonas y barrios de Belém asociados a niveles de renta media y alta, Y. Yamada, particularmente, en el área de expansión, conserva sus preferencias de localización vinculadas a zonas o barrios populares tanto en Belém como en los municipios aledaños.

Asimismo, ambas cadenas mantienen una estrategia común de mantenimiento de parte de sus unidades en el núcleo metropolitano, donde se encuentran los barrios de altos ingresos. Teniendo en cuenta el perfil de la desigualdad en el área metropolitana de Belém, si bien existe una distinción de preferencia locativa, esta se limita a las unidades del área de expansión, ya que ninguno de los dos grupos puede renunciar a los consumidores del núcleo metropolitano, en general los de mayores ingresos.



Figura 6. RMB: ubicación comparativa de Grupo Líder e Y.Yamada



## 5. CONCLUSIÓN

En el contexto de la formación de la Región Metropolitana de Belém, se analizaron las prácticas de uno de los principales agentes de producción de espacio urbano en la economía de la metrópolis, las cadenas de supermercados minoristas, especialmente el Grupo Líder y la cadena Y. Yamada. El análisis de la producción del espacio desde la perspectiva de la reorganización económica de la formación metropolitana de Belém condujo a la identificación de la lógica de funcionamiento de dichas cadenas en paralelo a la expansión del tejido urbano-metropolitano del cual Belém es el núcleo.

Las evidencias que fueron presentadas a lo largo del texto, como la cartografía temática elaborada a partir del levantamiento de los documentos y las observaciones sistemáticas de campo, buscaron demostrar que el surgimiento de estos grupos económicos se produjo a partir del fortalecimiento del sector terciario de la economía urbana de Belém, especialmente después de la modernización de algunos de los primeros establecimientos, que se produjo en el mismo período de formación del tejido metropolitano,

siendo así, la expresión de una economía metropolitana que pasó a ser hegemónicamente organizada en torno al sector terciario moderno, sobre todo en comercio y servicios, siendo el Grupo Líder y la Red Yamada las principales referencias.

También se observa que, como grupos económicos en expansión, las empresas acompañaron la expansión del espacio metropolitano de Belém de diferentes maneras, bien como productoras de espacio urbano más allá de sus actividades en las actividades económicas y comerciales, bien como grandes consumidoras de espacio urbano y, por tanto, productoras de localizaciones en la ciudad y la metrópoli.

Más allá del período inicial de formación de la economía metropolitana en Belém, la dinámica del tejido urbano en las próximas décadas, de 1980 a 2010, estuvo relacionada con las estrategias de expansión de los emprendimientos que progresivamente continuaron modernizándose. Así, además de estos elementos inductores de la expansión urbana y metropolitana, un indicador económico acompañó las tendencias de dispersión de la metrópolis, reforzando la expansión de las cadenas de supermercados como vectores de oferta de empleo y actividades en una economía metropolitana que, desde entonces, se hizo cada vez más dependiente del sector terciario y, en particular, de la expansión de este capital comercial.

Desde el punto de vista de la estructura metropolitana, la distribución de las unidades responde a un patrón de seguimiento de los vectores de expansión urbana, la BR-316 hacia los municipios de la RMB y la avenida Augusto Montenegro, en la que se localiza la principal área de expansión de la frontera inmobiliaria urbana de Belém. Sin embargo, existe una importante concentración de unidades en el núcleo metropolitano, que demuestra la importancia que sigue teniendo la zona central de Belém desde el punto de vista de la centralización de los consumidores.

## REFERENCIAS

- Browder, J. O. & Godfrey, B. J. (2006). *Cidades da floresta: urbanização, desenvolvimento e globalização na Amazônia brasileira*. EDUA.
- Consejo Nacional de Economía. (1962). *Exposição geral da situação econômica do Brasil*. S.1, 1962, p. 270.
- Corrêa, R. L. (1989). *O espaço urbano*. Ática.
- IBGE. (2010). Sistema de Recuperação de Dados. Informações dos Censos demográficos brasileiros: 1950, 1960, 1970, 1980, 1991, 2000, 2010. IBGE.
- Censo demográfico 2010. <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?c=202&z=t&o=25>
- IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2015). Projeto: Governança Metropolitana no Brasil. Relatório de pesquisa. Caracterização e Quadros de Análise Comparativa da Governança Metropolitana no Brasil: Análise Comparativa das Funções

- Públicas de Interesse Comum (Componente 1). Instituto de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental do Pará (IDESP). Rio de Janeiro.
- Gomes, G.M., Vergolino, J.R. (1997). Trinta e Cinco anos de Crescimento Econômico na Amazônia (1960/1995). IPEA. (Texto para discussão, n. 533).
- Lefévre, H. (2001). *O direito à cidade*. Contexto.
- Lencioni, S. (2008). Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar. reflexões a partir do caso de São Paulo. *Revista de Geografia Norte Grande*, Natal, 39, 07-20. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022008000100002>
- Moreira, E. (1989). Belém e sua expressão geográfica. In *Pará: obras reunidas de Eidorfe Moreira*, v. 1. Cejup.
- Mourão, L. (2017). Memórias da Indústria paraense. In *XII Congresso Brasileiro de História Econômica e 13ª Conferência Internacional de História das Empresas*. Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica.
- Pará. (2012). *Diretrizes de ordenamento territorial da Região Metropolitana de Belém*. Secretaria de Obras do Estado do Pará.
- Revista Exame. <https://exame.abril.com.br/negocios/as-50-maiores-varejistas-do-brasil-em-faturamento-em-2015/> (Acesso em 24 de março de 2020).
- Santos, M. (2004). *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos*. Edusp.
- Santos, M. (2005). *A urbanização brasileira*. Edusp.
- Santos, M., Silveira, M. L. (2001). *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Record.
- Santos, T. V. (2017). Metropolização regional e suburbanização condominial: aspectos da dinâmica da dispersão urbana na Região Metropolitana de Belém. *Boletim Campineiro de Geografia*, 7(1). <https://agbcampinas.com.br/bcg/index.php/boletim-campineiro/article/view/283>
- Santos, C. S. (2017). *Informalidade do trabalho na Metrópole periférica: estudo crítico na economia brasileira e sua evolução na RMB entre as décadas de 1990 e 2010*. [Monografia de Conclusão de Curso, Faculdade de Ciências Econômicas, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará].
- Silva, F.; Silva, L. J. M. (2008). História regional e participação social nas mesorregiões paraenses. *Papers do Naea*, 226, dez./2008. <https://doi.org/10.18542/papersnaea.v17i1.11436>
- Soares Filho, J. E. (2012). A reestruturação produtiva e a evolução industrial no Pará (1980-2012). 2012. 342f. Tese (Doutorado) – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 2012. [https://btdt.ibict.br/vufind/Record/UFGPA\\_7beec78899d217d55f38fad1ce4e4bac](https://btdt.ibict.br/vufind/Record/UFGPA_7beec78899d217d55f38fad1ce4e4bac)
- Trindade Júnior, S. C. C. (1997). *Produção do espaço e uso do solo urbano em Belém*. Editora da Universidade Federal do Pará.

- Trindade Júnior, S. C. C. (1998). A cidade dispersa: os novos espaços de assentamentos em Belém e a reestruturação metropolitana. 1998. 394f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Trindade Júnior, S. C. C. (2000). A natureza da urbanização na Amazônia e sua expressão metropolitana. *Revista Geografares*, (1). <https://doi.org/10.7147/GEO1.1169>
- Trindade Júnior, S. C. C. (2006). Grandes projetos, urbanização do território e metropolização na Amazônia. *Revista Terra Livre*, São Paulo, v. 26, 177-194. <https://publicacoes.agb.org.br/index.php/terralivre/article/view/214/198>
- Trindade Júnior, S. C. C. (2006). Assentamentos urbanos e metropolização na Amazônia brasileira: o caso de Belém. *GEOUSP: Espaço e Tempo* (Online), (4), 39-52. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.1999.123318>
- Trindade Júnior, S. C. C.; Leite, G. C. S. (2019). MetrÓpole e economia urbana na Amazônia: Olhando Belém na perspectiva da Teoria dos Circuitos. *Revista e-metropolis*, 10(36), 09-18. <http://emetropolis.net/artigo/276?name=metropole-e-economia-urbana-na-amazonia>
- Tupiassu, A.; Santos, R. (1967). *Introdução ao Estudo Sociológico e Econômico do Estado do Pará*.
- Vicentini, Y. (2004). *Cidade e história na Amazônia*. UFPR.

## **Entrevistas**

- Programa «Bacana» na inauguração do Líder Cidade Nova em 24 de julho de 2012. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iDd44Chn6Xo> (Acesso em 31 jan. 2020. 00:01:12)
- Entrevista com Oscar Rodrigues, «Papo no Tucupi», em 22 de agosto de 2017. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=53TUSE45iNg> (Acesso em 31 jan. 2020).
- Mauro Bonna entrevista Oscar Rodrigues em 17 de dezembro de 2018. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=S3w5bRa0RMM> (Acesso em 31 jan. 2020).