RELAÇÃO DO LUGAR – MUNDO DAS INDUSTRIAS PONTA-GROSSENSES: O PROTAGONISMO DA HEINEKEN

Maria Letícia Machado (PIBIC/Araucária), Coautor Edson Belo Clemente de Souza (Orientador), e-mail:ebelosouza@uepg.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa/ Departamento de Geociências.

Ciências Humanas, Geografia Econômica.
Palavras-Chave: Redes Urbanas, Lugar, Circuitos Espaciais de Produção, Dinâmicas Territoriais.

Resumo

O presente projeto intitulado “A relação do lugar-mundo das indústrias pontagrossenses - o protagonismo da Heineken”, no âmbito do projeto “A circulação como condição da produção: as indústrias do município de Ponta Grossa-PR”, teve como objetivo analisar as dinâmicas territoriais da empresa Heineken no município de Ponta Grossa – PR, diante do contexto da pandemia da Covid-19 que, por meio das redes geográficas constituídas, é uma produtora de cerveja que possui inter-relações com outros lugares de escala nacional e internacional.

Introdução

A Heineken é uma cervejaria de origem holandesa com uma enorme presença global, possuindo uma rede de empresas multinacionais ao redor do mundo. A chegada do grupo Heineken ao Brasil foi em maio de 2010, após a aquisição da divisão de cerveja do Grupo Femsa e, em 2017, conforme Henriques e Senne (2017) o grupo gerava mais de 13 mil empregos e tem 15 fábricas dispersadas pelo território brasileiro, no qual uma delas se encontra em Ponta Grossa – PR. O município de Ponta Grossa é caracterizado como uma centralidade regional e tem se configurado como uma opção adequada para o desenvolvimento industrial e para receber investimentos de grande porte, sendo assim, percebe-se que a Heineken está inclusa nos requisitos de empresas que produzem seus bens e gera serviços não somente para pessoas da região, como também de outros munícipios ao redor. É perceptível que a organização da produção em redes, nas quais etapas da produção são transferidas para outras indústrias, possibilitando a expansão da produção para outras regiões (CARMO, 2018).

Material e Métodos

Conforme o objetivo, seria realizado uma visita à fábrica da Heineken no município de Ponta Grossa e uma entrevista aos funcionários da empresa por meio de um questionário, a fim de compreender a importância dessa empresa para o desenvolvimento econômico local e regional e conhecer a logística da empresa em termos de produção, comercialização, distribuição e consumo nesse período de pandemia. Também foi utilizado notícias divulgadas pela mídia local e nacional. As informações secundárias oficiais obtidas através do IBGE, IPARDES e prefeitura municipal de Ponta Grossa - PR foram relevantes para a análise quantitativa dentro desta pesquisa. Porém a visita à fábrica foi inviável devido a pandemia da Covid – 19.

Resultados e Discussão

Além de discussões teóricas, por meio das notícias locais, foi possível constatar que a Heineken possui uma extrema importância no comércio local, porém sofreu impactos negativos com a chegada da pandemia. Dentre as notícias, há de se destacar ações em prol do combate à pandemia: “A cervejaria destinará parte dos investimentos que originalmente seriam direcionados neste ano ao Rock in Rio, para a instalação de quatro usinas de oxigênio, além da compra de cilindros, CPAPs (aparelhos de suporte às vias aéreas) e Equipamentos de Proteção Individuais para profissionais da linha de frente em pelo menos 40 hospitais filantrópicos de todo país que estão em situação crítica”. (HEINEKEN E BNDES, 2021). “Após registrar prejuízo de 204 milhões de euros em 2020, a holandesa demitiu 8 mil funcionários, atualmente emprega quase 85 mil funcionários” (REVISTA MENU, 2021). Parte dos resultados foram afetados por conta da impossibilidade de visitar a fábrica, devido ao COVID-19.

Conclusão

A pandemia afetou desde as pequenas e grandes empresas como a Heineken, com os bares e restaurantes interditados as vendas de cervejas foram prejudicadas. Mesmo diante de todo prejuízo a empresa conseguiu se reerguer, o papel das redes demonstra que a integração entre as mesmas ajuda fortalecerem-se entre si. A teoria dos Circuitos Espaciais de Produção nos permite compreender a organização econômica das empresas, sob o ponto de vista de quatro esferas: produção propriamente dita, distribuição, comercialização e consumo. Quando uma destas esferas é obstruída compromete, consequentemente, as outras.

Agradecimentos

Agradeço ao Grupo de Estudos Urbanos e Regionais (GEUR), a Fundação Araucária e o CNPq pela oportunidade de desenvolvimento da pesquisa.

CARMO, Judite. **A REDE GEOGRÁFICA FORMADA PELA PRODUÇÃO E COMÉRCIO DOS CALÇADOS DE FRANCA (SP).** Revista: Geosul, Florianópolis, v. 33, n. 68, p.223- 235, set./dez. 2018.
HENRIQUES, Amanda. SENNE, Anderson. **HEINEKEN COMPLETA AQUISIÇÃO DA KIRIN – VEJA COMUNICADO OFICIAL**. Site: Maria Cevada, 2017 Disponível em: https://www.mariacevada.com.br/2017/leta-aquisicao . Acesso em: 31 de janeiro de 2021.
HEINEKEN E BNDES anunciam ação social em combate à pandemia. In Revista da Cerveja,24/04/2021. Disponível em: https://revistacao-social-em-combate-a-pandemia/. Acesso em 15 ago 2021.
REVISTA MENU. **Após prejuízo milionário, Heineken vai demitir 8 mil funcionários**. 10 de fevereiro de 2021. Disponível em: https://revistamenu-heineken-vai-demitir-8-mil-funcionarios/. Acesso em: 12 de fevereiro de 2021.