

The background of the entire page is a detailed, light-colored architectural drawing of a city's street grid. The grid is dense and complex, with many small, irregular blocks and a mix of street widths and orientations, suggesting a historical or planned urban layout. The lines are thin and grey, creating a textured, map-like appearance.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO**

LEANDRO OLVEIRA SILVA

**O COMÉRCIO ATACADISTA E A ESTRUTURAÇÃO DA PERIFERIA
URBANA DE UBERLÂNDIA (MG)**

UBERLÂNDIA/MG
2016

LEANDRO OLIVEIRA SILVA

**O COMÉRCIO ATACADISTA E A ESTRUTURAÇÃO DA PERIFERIA
URBANA DE UBERLÂNDIA (MG)**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo - PPGAU da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Área de Concentração: Produção do Espaço:
Processos Urbanos Projeto e Tecnologia

Orientador: Prof^o. Dr^o. Fernando Garrefa

UBERLÂNDIA/MG
2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

S586c Silva, Leandro Oliveira, 1987-
2016 O comércio atacadista e a estruturação da periferia urbana de Uberlândia (MG) / Leandro Oliveira Silva. - 2016.
161 f. : il.

Orientador: Fernando Garrefa.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo.
Inclui bibliografia.

1. Arquitetura - Teses. 2. Comércio atacadista - Teses. 3. Lojas de auto-serviço - Teses. 4. Veículos - Teses. 5. Transporte rodoviário de carga - Teses. I. Garrefa, Fernando. II. Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. III. Título.

CDU: 72

LEANDRO OLIVEIRA SILVA

**O COMÉRCIO ATACADISTA E A ESTRUTURAÇÃO DA PERIFERIA
URBANA DE UBERLÂNDIA (MG)**

BANCA EXAMINADORA

Profº. Drº – Fernando Garrefa - UFU

Profª. Drª. Maria Eliza Alves Guerra - UFU

Profº. Drº. Adailson Pinheiro Mesquita – UNITRI

DATA _____/_____/_____ **de** _____

RESULTADO: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por tudo quanto tem me concebido, assim como, pela oportunidade de realizar este trabalho.

Agradeço à minha família pela presença, o suporte e o auxílio em todas as etapas da minha vida. À minha mãe Soraia, ao meu pai Geraldo, aos meus irmãos Eduardo e Leonardo e ao meu sobrinho, Rafael, que trouxe vida à família desde seu recente nascimento.

Ao meu orientador, o Professor Doutor Fernando Garrafa, pelo auxílio na condução da pesquisa, apontando os caminhos a seguir e clareando as ideias. Também pelo conhecimento teórico e prático transmitido, tanto na disciplina “O Comércio e a Estruturação do Espaço Urbano e Regional”, como no estágio docente, além das várias conversas e orientações.

À Professora Doutora Maria Eliza Alves Guerra, por aceitar este convite, pelo suporte e orientação no trabalho realizado durante a disciplina de “Planejamento e Projeto do Espaço Construído”, além das ideias e sugestões na banca de qualificação e em outras conversas.

Ao Professor Doutor Adailson Pinheiro Mesquita que também aceitou o convite para a composição da banca e contribuiu com ideias e sugestões, além de sua contribuição por meio de seus trabalhos acadêmicos e técnicos que pude ter acesso.

A todo o corpo docente, discente e técnico do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design, da Universidade Federal de Uberlândia.

Em especial às discentes Alessiane Justino, Anaísa Andrade, Lorryne Brito e à Professora Mestre Rafaela Nunes, companheiras da sala de estudo, que contribuíram também com ideias nas diversas conversas e na formatação deste trabalho.

Aos professores da Geografia que contribuíram também com suas aulas, trabalhos de campo e orientações durante a graduação. De modo especial às professoras Suely Regina Del Grossi e Ângela Maria Soares e aos professores Mauro das Graças Mendonça e Winston Kleiber de Almeida Bacelar.

A todos os meus amigos, Rafael Geraldo Brandão, Charly Franciso de Lima, aos meus tios Luiz Guilherme, Darci Guilherme, Ivandir Pio e Divino Amaral e à minha prima Lívia Amaral. À minha amiga Sara Pires que contribuiu com a tradução do resumo deste trabalho, além de sua presença em diversos momentos. À minha amiga Renata Cristina que me socorreu com seus cuidados médicos durante o período da pesquisa.

A todos, MUITO OBRIGADO!

RESUMO

O presente trabalho consiste na análise dos processos espaciais engendrados pelos estabelecimentos atacadistas de autosserviço e *atacarejos* na malha urbana de Uberlândia, mais precisamente em áreas *periféricas*. O município de Uberlândia-MG desenvolveu-se tendo como uma de suas principais atividades econômicas o comércio e distribuição de mercadorias, assim, desde sua gênese uma série de infraestruturas, tais como: estação ferroviária, estradas e armazéns foram implantadas na cidade para dar suporte à realização destas atividades. A criação de empresas de capital local no ramo do comércio atacadista e das telecomunicações (a partir da década de 1950), consolidaram o caráter de cidade polo de Uberlândia. Consequentemente, empresas de outras modalidades do atacado passaram a se instalar na cidade, como os atacadistas de autosserviço e operadores logísticos, com uma vultosa ampliação e diversificação do ano de 2010 em diante. A partir de 2005 observou-se, também, a duplicação e recapeamento de rodovias, construção de alças de acesso, viadutos, trincheiras, além da conclusão de trechos do anel viário. Para o desenvolvimento da pesquisa foram realizados levantamentos bibliográficos, em *websites* e documentos oficiais, além de pesquisas de campo para registro fotográfico e levantamento de dados, por meio de fichas e questionários e, por fim, o tratamento estatístico e cartográfico dos dados coletados. A dissertação encontra-se dividida em quatro capítulos que abordam, respectivamente: aspectos teóricos e históricos do setor atacadista e do desenvolvimento das cidades; caracterização da área de estudo (Uberlândia-MG) e sua relação com o comércio e distribuição de mercadorias; a análise dos fluxos das áreas de influência de cada um dos atacadistas de autosserviço e sua relação com a estrutura configuracional da cidade; e, por fim, as alterações na morfologia e no uso e ocupação do solo no entorno dos atacadistas de autosserviço e as consequências na vida de relações da cidade e no cotidiano dos cidadãos.

Palavras-chave: atacadista de autosserviço, fluxo de veículos, infraestrutura viária.

ABSTRACT

This study is a spatial process analyze engendered by wholesaler self-service stores and wholesaler in a retail scale in the Uberlândia urban mesh, mainly in suburban areas. Since its foundation, Uberlândia city implemented infrastructures for supporting the supply chain logistics activities, such as: train station, highways and warehouses. The local companies' creation which works with wholesaler commerce and telecommunication (after 50's), these ones consolidates Uberlândia as a city polo. Therefore, different kind of wholesale companies establishing in the city, such as self-service wholesales and third-party logistics, with a expressive expansion and diversification after 2010 years. After 2005 was observed, as well, the duplication and road resurfacing, access way building, viaduct, trenches, furthermore ring roads. For the research development were done bibliographic searches, websites and official files searches, field survey for the photographic record and collecting data. The dissertation was divided in four chapter that show, respectively: theoretical and historic aspects from wholesalers section and city development; characterization about Uberlândia-MG and their relationships with the trade and stocks distribution; the flows analysis in the areas of influence of each self-service wholesalers and their relationship to the configurational structure in town; and, finally, the changes in morphology and use and occupation of the soil around of the self-service wholesalers and the consequences in the life of the city relationships and the daily urbanite.

Keywords: self-service wholesaler, vehicles flow, road infrastructure.

ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS E FOTOS

Figura 1 – Organograma do Setor Atacadista/ Distribuidor (2014)	33
Foto 1 – Uberlândia (MG): Trecho Urbano da BR-050 em Obras (2014)	62
Foto 2 – Atacadão (vista do Viaduto sobre a BR-365)	75
Foto 3 – Atacadão (vista da Pç. João Jorge Coury)	75
Foto 4 – Bahamas Mix (vista da Esquina da Av. João Pinheiro com a Rua São Paulo)	81
Foto 5 – Bahamas Mix (vista da Rua Espírito Santo)	81
Foto 6 – Makro (Vista do Bairro Custódio Pereira – à direita o Parque do Sabiá)	86
Foto 7 – Mart Minas Leste (vista da BR-050 – acesso não Pavimentado)	91
Foto 8 – Mart Minas Leste (vista da Av. Salomão Abraão)	91
Foto 9 – Mart Minas – Oeste (vista da BR-365)	96
Foto 10 – Mart Minas – Oeste (vista da Rua Diamante)	96
Fotos 11 e 12 – Avenida Cesário Crosara em frente à Praça João Jorge Coury (até junho de 2016)	136
Fotos 13 e 14 – Avenida Cesário Crosara e Viaduto Elias Simão (após junho de 2016)	136
Foto 15 – Avenida João Pinheiro - Calçada da loja do Bahamas Mix (2016)	139
Foto 16 – Avenida João Pinheiro / Rua Rio de Janeiro – Calçada da quadra vizinha (2016)	139
Fotos 17 e 18 – Rua Cleone Cairo Gomes em frente ao Mart Minas Leste (2016)	141
Foto 19 – Av. Aspirante Mega / Rua do Diamante – alteração do sentido do tráfego (março de 2016)	144
Foto 20 – Rua do Diamante – sinalização horizontal indicando sentido único (março de 2016)	144
Foto 21 – BR-365: travessia de pedestres sem sinalização (2016)	147

LISTA DE GRÁFICOS E MAPAS

Gráfico 1- Faturamento do Setor Atacadista/ Distribuidor- 2000-2014	31
Gráfico 2 – Uberlândia-MG: Destino da Mercadoria Atacadão (2015/2016)	78
Gráfico 3 – Uberlândia-MG: Frequência das Visitas ao Atacadão (2015/2016)	78
Gráfico 4 – Uberlândia-MG: Destino da Mercadoria Bahamas Mix (2016)	83
Gráfico 5 – Uberlândia-MG: Frequência das Visitas ao Bahamas Mix (2015/2016)	84
Gráfico 6 – Uberlândia-MG: Destino da Mercadoria – Makro (2015)	87
Gráfico 7 – Uberlândia-MG: Frequência das Visitas ao Makro (2015)	89
Gráfico 8 – Uberlândia-MG: Destino da Mercadoria Mart Minas – Leste (2015)	92
Gráfico 9 – Uberlândia-MG: Frequência das Visitas ao Mart Minas – Leste (2015)	94
Gráfico 10 – Uberlândia-MG: Destino da Mercadoria - Mart Minas – Oeste (2015)	97
Gráfico 11 – Uberlândia-MG: Frequência das Visitas ao Mart Minas – Oeste (2015)	98
Gráfico 12 – Uberlândia-MG: Inteligibilidade (2016)	108
Gráfico 13 – Uberlândia-MG: Correlação entre Integração e Controle (2016)	110
Gráfico 14 – Uberlândia-MG: Correlação entre Conectividade e Controle (2016)	110
Gráfico 15 – Uberlândia-MG: Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Integração (2016)	112
Gráfico 16 – Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Conectividade (2016)	113
Gráfico 17 – Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Controle (2016)	113
Gráfico 18 – Objetos de destaque na paisagem: entorno do Atacadão (2016)	137
Gráfico 19 – Aspectos positivos do entorno do Atacadão (2016)	138
Gráfico 20 – Aspectos negativos do entorno do Atacadão (2016)	138
Gráfico 21 – Objetos de destaque na paisagem: entorno do Bahamas Mix (2016)	139
Gráfico 22 – Aspectos positivos do entorno do Bahamas Mix (2016)	140
Gráfico 23 – Aspectos negativos do entorno do Bahamas Mix (2016)	141
Gráfico 24 – Objetos que se destacam na paisagem: entorno do Mart Minas Leste (2016)..	142
Gráfico 25 – Aspectos positivos do entorno do Mart Minas Leste (2016)	143
Gráfico 26 – Aspectos negativos do entorno do Mart Minas Leste (2016)	143
Gráfico 27 – Objetos que se destacam na paisagem: entorno do Mart Minas Oeste (2016)	145
Gráfico 28 – Aspectos positivos no entorno do Mart Minas Oeste (2016)	145

Gráfico 29 – Aspectos negativos no entorno do Mart Minas Oeste (2016)	146
Mapa 1 - Sede das 50 maiores empresas de atacado do Brasil (2012)	26
Mapa 2 – Uberlândia-MG: Localização da área urbana (2014)	43
Mapa 3 – Uberlândia-MG: Atacadista Distribuidores Locais (2015)	45
Mapa 4 – Uberlândia-MG: Atacadistas e Operadores Logísticos (2015)	48
Mapa 5 – Área de Atuação do Arcom (2015)	54
Mapa 6 – Uberlândia-MG: Localização dos Operadores Logísticos (2015)	58
Mapa 7 – Uberlândia-MG: Atacadistas de Autosserviço & Atacarejos	60
Mapa 8 – Uberlândia-MG: Obras de Infraestrutura Rodoviária (2004 – 2014)	64
Mapa 9 – Uberlândia-MG: Atacarejos no Eixo Rodoviário BR – 050/ 365 (2016)	67
Mapa 10 – Uberlândia-MG: Fluxo Regional do Atacarejo (2016)	72
Mapa 11 – Uberlândia-MG: Área de Influência do Atacadão (2016)	77
Mapa 12 – Uberlândia-MG: Fluxo de Veículos – Atacadão (2015)	80
Mapa 13 – Uberlândia-MG: Área de Influência – Bahamas Mix (2016)	82
Mapa 14 – Uberlândia-MG: Fluxo de Veículos – Bahamas Mix (2016)	85
Mapa 15 – Uberlândia-MG: Área de Influência – Makro (2015)	87
Mapa 16 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Makro (2015)	90
Mapa 17 – Uberlândia-MG: Área de Influência – Mart Minas Leste (2015)	93
Mapa 18 – Uberlândia-MG: Fluxo de Veículos – Mart Minas Leste (2015)	95
Mapa 19 – Uberlândia-MG: Área de influência – Mart Minas Oeste (2015)	99
Mapa 20 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Mart Minas Oeste (2015)	101
Mapa 21 – Uberlândia-MG: Uberlândia-MG: Integração (2016)	105
Mapa 22 – Uberlândia-MG: Conectividade (2016)	107
Mapa 23 – Uberlândia-MG: Controle (2016)	109
Mapa 24 – Uberlândia-MG: Raio 3 (2016)	111
Mapa 25 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Atacadão (2016)	116
Mapa 26 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Bahamas Mix (2016)	117
Mapa 27 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Makro (2016)	118
Mapa 28 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Mart Minas Leste (2016) ...	119
Mapa 29 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Mart Minas Oeste (2016) ..	120
Mapas 30; 31 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Atacadão (2007/2016)	125
Mapas 32; 33 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Bahamas Mix (2007/2016) ...	127
Mapas 34; 35 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Makro (2007/2016)	129

Mapas 36; 37 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Mart Minas Leste (2007/2016)	131
Mapas 38; 39 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Mart Minas Oeste (2007/2016)	133

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Comércio e Distribuição Atacadista no Brasil (2014)	28
Quadro 2 – Balanço do atacado – a preço de varejo (2014)	31
Quadro 3 – Uberlândia-MG: Uso e ocupação do solo - entorno dos atarejos (2007)	123
Quadro 4 – Uberlândia-MG: Uso e ocupação do solo - entorno dos atarejos (2016)	123
Tabela 1 – Uberlândia – MG: Evolução da População (1920- 2016)	44
Tabela 2 - Produto Interno Bruto – Por Unidade Territorial (2010 - 2013)	44
Tabela 3 – Uberlândia-MG: Veículos que acessam aos atacarejos – por tipo em % (2015/2016)	73
Tabela 4 – Uberlândia-MG: Finalidade das visitas aos atacarejos – em % (2015/2016)	74
Tabela 5 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria dos atacarejos – em % (2015-/2016)	74
Tabela 6 – Uberlândia-MG: Distribuição da Frequência de Visitas aos atacarejos – em % (2015/2016)	75

LISTA DE SIGLAS E ABREVEATURAS

ABAD - Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados

CEASA – Centrais de Abastecimento de Minas Gerais

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CODEMIG - Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais

CPFR - Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment

CREMA - Contrato de Reabilitação e Manutenção de Rodovias

DI - Distrito Industrial

DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes

ECR- Efficient Consumer Response

EDI- Electronic Data Interchange

ESI - Early Supplier Involvement

FCA -Ferrovia Centro Atlântica

FRN -Fundo Rodoviário Nacional

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFTM - Instituto Federal do Triângulo Mineiro

IPR - In-pantrepresentatives

IQD - Inverso do Quadrado das Distâncias

JIS -Just-in-sequence

MD - Mean Depth

NE - Nordeste

OD – Origem-Destino

PAC - Programa de Aceleração do Crescimento

PF - Pessoa física

PI - Pessoa jurídica

PIB - Produto Interno Bruto

PMU - Prefeitura Municipal de Uberlândia

R3 - Raio 3

RFID – Radio Frequency Identification Data

RRA- Real Relative Assymetry

SCM - Supply Chain Management

SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SEPLAN – Secretaria de Planejamento Urbano

SIG - Sistemas de Informação Geográfica

TIC - Tecnologia de Informação e Comunicação

UFU - Universidade Federal de Uberlândia

UMV - Universidade Martins do Varejo

VMI –Vendor Managed Inventory

VUC - Veículo Urbano de Cargas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1	
1. O setor atacadista	21
1.1 História e desenvolvimento do atacado no Brasil	23
1.2 Modalidades do comércio atacadista	27
1.2.1 O comércio atacadista de autosserviço	33
1.3 O comércio e a cidade	36
1.3.1 A estruturação interna das cidades no contexto das redes	38
CAPÍTULO 2	
2. Uberlândia-MG e o comércio e distribuição de mercadorias	43
2.1 O comércio atacadista e a distribuição de mercadorias na organização do tecido urbano de Uberlândia	48
2.1.1 As empresas de capital local e sua dispersão pelo tecido urbano pós 1980	51
2.2 Novos agentes e novas modalidades – uma nova dinâmica espacial	57
2.3 A reestruturação viária da periferia de Uberlândia	61
CAPÍTULO 3	
3. A reestruturação da cidade de Uberlândia: os fluxos do atacarejo e a cidade	65
3.1 A concentração dos atacadistas de autosserviço ao longo do eixo BR-050/BR365 e adjacências	66
3.1.1 Discussão do Método	67
3.1.2 A especialização funcional do eixo BR-050/BR-365 e a intensificação dos fluxos materiais	71
3.1.2.1 Atacadão	75
3.1.2.2 Bahamas Mix	79
3.1.2.3 Makro	86
3.1.2.4 Mart Minas Leste	91
3.1.2.5 Mart Minas Oeste	96
3.2 Estrutura configuracional da malha urbana e o novo padrão espacial	102
3.2.1 Inteligibilidade	103
CAPÍTULO 4	
4. O impacto da <i>fluidez</i> no conteúdo e na vida de relações da cidade	121

4.1 Modificações no uso e na forma do espaço no entorno dos <i>atacarejos</i>	123
4.2 A imagem ambiental e o sentido do lugar na <i>periferia urbana</i> de Uberlândia	134
CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
REFERÊNCIAS	152
Apêndice A – Questionário – Fluxo volumétrico de veículos	158
Apêndice B – Questionário – Percepção Ambiental	159
Apêndice C – Mapa: Uberlândia-MG – Bairros Integrados (2014)	160
Apêndice D – Mapa: Uberlândia-MG – Sistema Viário da Sede Municipal (2014)	161

INTRODUÇÃO

Esse trabalho trata da estruturação, a partir da perspectiva de atuação do comércio atacadista, de um espaço específico da cidade de Uberlândia – no perímetro urbano da sede municipal – que chamaremos de *periferia urbana*. Bastante associado aos aspectos sociais, de segregação e exclusão, o termo periferia aqui é entendido mais em seu sentido geográfico, como aquele espaço que não pertence ao centro, está nas bordas. Especialmente em Uberlândia, com seu sistema viário *radioconcêntrico*, diz respeito aos anéis exteriores, e ainda mais especificamente às bordas rodoviárias que em algumas partes delimitam o que é urbano e o que é rural. Daí também o termo “urbana”, que aparece para especificar a delimitação do recorte espacial do trabalho que se centra no lado urbano desta periferia.

Para além dos aspectos geográficos, a *periferia urbana* tratada nessa dissertação é aquela caracterizada por determinados usos, tais como: grandes oficinas e galpões, garagens de empresas de transporte, terminais rodoviários, dentre outros, que na maior parte dos casos aqui analisados coincidem com o entorno imediato das rodovias. Estas rodovias como sugerem alguns estudiosos funcionam como *cicatrizes urbanas* fraturando e fragmentando a cidade, constituindo barreiras, deixando assim, áreas isoladas do centro e de outros pontos da cidade, sendo a conexão estabelecida apenas por viadutos, trincheiras e passarelas ao longo destas rodovias. É sobre este recorte de espaço que este trabalho se dedica.

A *periferia urbana* de Uberlândia apresenta, via de regra, uma paisagem degradada devido aos usos e à morfologia mencionada anteriormente, e também à intensidade dos fluxos materiais que comporta, que a torna carente de viço, de urbanidade. Nesta periferia é possível observar em muitos casos a ausência do Estado por meio de obras inacabadas, sinalização de trânsito em condições precárias, inexistência em alguns trechos de sinalização e equipamentos de mobilidade para os pedestres cruzarem as rodovias. Disso resultam ainda outros problemas, tais como: a insegurança, desconforto e dificuldade de mobilidade para os pedestres, ciclistas e também para os usuários de transporte motorizado.

Durante o processo de elaboração dessa dissertação, uma das primeiras constatações foi a de que a modalidade *atacadista de autosserviço*¹ tende a consagrar essas áreas periféricas como suas localizações preferidas, por conta da grande

¹ Nesta modalidade, o cliente vai até a loja, paga na saída e transporta as compras em veículo próprio (Associação Brasileira de Atacadistas Distribuidores de Produtos Industrializados – ABAD, 2016).

disponibilidade de áreas (disponibilidade e custo baixo) essenciais para a realização das atividades do setor, como transporte e armazenamento de mercadorias, além de propiciar fácil acesso por veículos motorizados tanto por parte dos consumidores quanto para os serviços de carga e descarga de mercadorias. A relação dos estabelecimentos da modalidade de atacado de autosserviço com essa *periferia urbana* faz parte de suas *estratégias locacionais*, que como poderá ser visto neste trabalho estabelecem tal padrão de localização e redefinem por completo a dinâmica urbana em seus eixos e entorno.

As *estratégias locacionais* de tais empreendimentos contemplam espaços delineados para um intenso fluxo de veículos, os quais realizam a conexão entre diferentes pontos da cidade e do território. Embora a questão dos fluxos seja preponderante para a instalação desses equipamentos, nota-se que na maioria dos casos elas acabam demandando constantes obras de manutenção e reestruturação viária para comportar tais fluxos. O que se deve tanto ao aumento da frota, quanto à dinamização destes espaços por meio da instalação destes e de outros estabelecimentos em seu entorno.

A intensificação de tais atividades, conta com o desenvolvimento das telecomunicações e dos sistemas de transporte que têm possibilitado uma intensificação cada vez maior dos fluxos de informações e mercadorias, provocando constantes alterações no espaço.

Nesse contexto insere-se também a questão regional, que envolve a rede urbana, por meio da qual se realiza o intercâmbio de mercadorias e informações. Considerando, desta maneira, as relações e os fluxos entre as cidades, também é possível estabelecer escalas de análise, capazes de apresentar de forma mais clara a abrangência, a densidade e a intensidade das relações que as cidades estabelecem umas com as outras nesse processo.

Nota-se, também, que há uma maior diferenciação dos espaços, em função das especializações, e também da inserção desses lugares na lógica da produção capitalista. Uma vez que esses ficam sujeitos às estratégias de grupos com interesses pautados nesta lógica, as quais envolvem a alocação de capital em determinados locais, a fim de obter vantagens e maior lucratividade.

Deste modo, os processos espaciais na *periferia urbana* são influenciados por relações que se dão em escalas mais amplas. É neste contexto que se insere o comércio e distribuição de mercadorias e, daí, surge também a necessidade de melhor

compreendê-lo, assim como, compreender as consequências que sua realização gera na organização do espaço das cidades.

Uberlândia está localizada na Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, no estado de Minas Gerais, é caracterizada pelo comércio e distribuição de mercadorias no território nacional devido à sua localização que facilita a ligação das regiões Centro-Oeste e Norte do país, com o Sul e Sudeste, principalmente com São Paulo e com as cidades portuárias. Dispõe de uma série de infraestruturas destinadas à realização desta atividade econômica. Atualmente, de acordo com a estimativa de 2015 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município tem uma população de 662.362 habitantes, sendo a segunda cidade mais populosa do estado de Minas Gerais.

A cidade desenvolveu-se de forma muito rápida devido, dentre outros fatores, à polarização de fluxos que se dá em seu interior e também no seu entorno, uma vez que a cidade é cortada por várias rodovias federais e estaduais e, ainda, por uma ferrovia. Nos últimos anos tem-se notado um processo de reestruturação da cidade, por meio da reforma e ampliação da malha viária; além da implantação de vários empreendimentos de médio e grande porte dos setores de operação logística e do mercado atacadista, como, por exemplo, o Entrepasto da Zona Franca de Manaus (operado pela Supporte Logística Integrada).

Destaca-se ainda a variedade e o volume de serviços que a cidade oferece, como, por exemplo, os *campi* da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e do Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM), sendo que a UFU dispõe de um Hospital de Clínicas, além de vários cursos de graduação e pós-graduação, dentre outros. Na cidade estão instaladas também várias outras instituições de ensino superior privadas, além de escolas técnicas, como o SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, que contribuem para a qualificação da mão-de-obra demandada pelo mercado de trabalho local, principalmente. A cidade ainda conta com indústrias de grande porte, como a Souza Cruz, Cargill, Monsanto, dentre outras. Além de ser a sede da Algar Telecom, que opera no ramo das telecomunicações.

No que tange às empresas dos setores de operação logística e do mercado atacadista, destacam-se empresas locais, quais sejam: Martins, Arcon e Peixoto, dentre outras. Martins e Peixoto têm seus armazéns localizados no Distrito Industrial (Setor Norte) da cidade de Uberlândia, enquanto que o armazém da Arcon localiza-se no bairro

Minas Gerais, que faz divisa com o Distrito Industrial. Ambos geram uma grande quantidade de fluxos e contribuem bastante para a economia da cidade de Uberlândia.

A cidade conta atualmente com dois centros de operações logísticas localizados em outros setores, além de novas lojas que atuam tanto no atacado, como no varejo – ramo de atividade que até o ano de 2010 contava apenas com uma loja da rede Makro. Quanto aos operadores logísticos, o já mencionado Entrepasto da Zona Franca de Manaus (Supporte Logística Integrada) está localizado no Setor Leste da cidade, e o PK Center um *Business Park* que conta com um moderno complexo logístico, dentre outros serviços, comportando centros de distribuição da Natura, Lojas Americanas e B2W, no Setor Oeste da cidade. Além do Porto Seco do Cerrado, operado pela Libra.

Já com relação às lojas de atacado de autosserviço e *atacarejo*² chama a atenção o aumento recente no número de lojas (de diferentes redes), bem como, a localização destas. Atualmente Uberlândia conta com outras sete lojas com mix variado além do Makro, sendo cinco lojas das redes: Atacadão, Mart Minas e Bahamas Mix – os dois últimos com duas lojas cada. Há também uma loja da Rede Biz – BIZ Super Atacado –, além da UDIFRIOS que atua no setor de *food servisse*. Das lojas das grandes redes, com exceção das lojas da rede Bahamas Mix as demais estão localizadas às margens de rodovias federais no perímetro urbano de Uberlândia. Estas lojas demonstram grande capacidade de atração de fluxos devido ao fato de atuar, tanto no atacado (atendendo, sobretudo, comerciantes de pequeno porte), como no varejo atendendo os consumidores de modo geral.

Os fatores acima elencados conferem a Uberlândia um importante papel na região, ao atrair fluxos em grande número e variedade. Todavia, este estudo apresenta a maneira como as atividades do setor de logística e do mercado atacadista influenciam a forma urbana. Assim, não foram abordados aspectos formais do espaço no âmbito regional, no entanto, considerando a dimensão alcançada por tais atividades econômicas, e a importância da cidade de Uberlândia enquanto polo regional, esta característica permeou todo o estudo.

O trabalho teve por objetivo analisar as alterações na forma, na estrutura e no uso do espaço urbano do município de Uberlândia-MG engendradas pela instalação e operação de empreendimentos do setor atacadista, e pelas obras realizadas no sistema

² Entende-se por *atacarejo* as lojas de atacado de autosserviço, que realizam tanto a venda de produtos em caixas fechadas, como em embalagens fracionadas (vendas avulsas), o que não configura em si um direcionamento para o abastecimento doméstico, sendo que o *layout* e o mix são voltados para o atacado (GIRO NEWS, 2011).

rodoviário dentro do perímetro urbano, entre os anos de 2005 e 2015 – relacionadas ao PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e ao Crema (Contrato de Reabilitação e Manutenção de Rodovias). Para tais análises o recorte físico é compreendido pelo entorno dos eixos viários e dos equipamentos do setor atacadista mencionados, que na maior parte dos casos são coincidentes.

Para sua realização partiu-se dos pressupostos teórico-metodológicos da morfologia urbana e da geografia dos transportes aliados às técnicas de Sistemas de Informação Geográfica (SIG), com vistas a compreender as alterações na organização e na forma da *periferia urbana* de Uberlândia – mais precisamente nas áreas lindeiras às rodovias federais nas bordas da cidade e no entorno dos estabelecimentos de atacado de autosserviço.

Foram realizadas pesquisas bibliográficas, em *websites* e em documentos e leis da Pretura Municipal de Uberlândia. Também se procedeu a visitas de campo para a análise empírica do objeto em diferentes etapas, para: (I) registro fotográfico; (II) realização da pesquisa de fluxo volumétrico de veículos; (III) pesquisa de origem e destino (OD) junto aos motoristas de veículos automotores que acessaram o estacionamento das lojas ao longo do período analisado e, por fim; (IV) para a aplicação do questionário de percepção ambiental dos usuários dos espaços.

A análise dos resultados foi desenvolvida utilizando-se métodos estatísticos de interpolação dos dados em planilhas virtuais e em ambiente SIG, por meio do *software* Quantum GIS, além do *software* Depthmap – para as análises da sintaxe espacial –, por meio da qual foi analisada a estrutura configuracional do tecido urbano de Uberlândia para a comparação com os resultados da pesquisa de OD. A tabulação dos dados levantados em campo foi realizada em duas plataformas *online*: Google Forms e Survey Monkey. Os procedimentos metodológicos são descritos mais detalhadamente no item 3.1.1, intitulado “Discussão do Método”.

A dissertação encontra-se dividida em quatro capítulos de forma que o encadeamento dos mesmos situem o leitor no escopo da pesquisa e propiciem entendimento dos resultados alcançados. O Capítulo 1 passa pela definição da atividade do Setor Atacadista, fazendo um percurso histórico, que relaciona o desenvolvimento do comércio com o desenvolvimento das cidades até o contexto atual caracterizado pela configuração das *redes*. O Capítulo 2 consiste na caracterização da área de estudo (Uberlândia-MG), retratando o histórico do desenvolvimento da cidade e sua relação

com o comércio e distribuição de mercadorias e a implantação das infraestruturas urbanas (sistema viário e áreas logísticas).

No Capítulo 3 são apresentados os resultados das pesquisas de contagem volumétrica de veículos e OD na primeira parte, enquanto que a segunda é composta pelas análises da sintaxe espacial. Já o Capítulo 4 apresenta as alterações morfológicas e no uso e ocupação do solo no entorno dos atacadistas de autosserviço analisados na primeira parte e, por fim, as consequências que estas atividades causam na pequena escala de acordo com a percepção dos usuários do espaço.

Assim sendo, ressalta-se que este trabalho parte da análise de processos espaciais relacionados a dinâmicas econômicas e territoriais que se dão na escala macro, que, todavia, materializam-se no espaço da cidade. Desta forma, com os resultados aqui alcançados espera-se contribuir para a construção do conhecimento nas áreas dedicadas aos estudos urbanos e ao planejamento e projeto de cidades.

CAPÍTULO 1

O setor atacadista

O atual cenário da economia tem se mostrado cada vez mais dinâmico, nos mais variados níveis, o que tem exigido da sociedade, sobretudo, daqueles que trabalham nas áreas de gestão de negócios, finanças, logística, dentre outras, grande capacidade de adaptação. Diante da expressiva evolução tecnológica, principalmente, dos meios de transporte e de comunicação, determinadas atividades ganharam destaque, como é o caso do comércio e distribuição atacadista.

Pois, como afirma Harvey (2011, p. 58) “A partir de meados da década de 1960, as inovações nas tecnologias dos transportes tornaram mais fácil o deslocamento da produção, para áreas com salários baixos e fraca organização do trabalho”. Além da facilitação proporcionada pela evolução tecnológica, e também em função desta, ocorreu num curto período de tempo uma grande diversificação e complexificação das atividades econômicas.

O destaque assumido pelas atividades de comércio e distribuição atacadista, e mais recentemente, pelas atividades de operação logística compõem um contexto mais amplo, qual seja o do macro-setor Serviços, também chamado de Terciário. Vargas (2001, p. 52) define o Terciário “como aquele que incorpora atividades que não produzem nem modificam objetos físicos (produtos ou mercadorias) e que terminam no momento em que são realizadas”.

Vargas (2001) e Silva (2009) discutem a questão teórica que perpassa o setor Terciário, no que tange ao trabalho produtivo e improdutivo, à intangibilidade dos serviços, muito presente nas teorias clássicas da economia e que assumem nova nuance em meados do século XX, sobretudo, com Schumpeter, que reconhece a capacidade de geração de valor a partir dos serviços (SILVA, 2009). No entanto, a discussão teórica em torno do Terciário demandaria um tópico específico, que não cabe ao objetivo deste trabalho.

Muito embora, seja válido ressaltar que o Terciário engloba uma grande diversidade de atividades, não se limitando àquelas que envolvem o comércio e a distribuição de mercadorias. Faz-se necessário destacar também que as atividades do setor atacadista desempenham importante papel na sociedade, o que a torna importante também para o desenvolvimento do macro-setor Terciário (SILVA, 2009).

Coronado (2007, p. 6) afirma que “A função do setor atacadista tem sido historicamente definidora do comércio, pois cabe ao atacadista fomentar a produção,

importar mercadorias e distribuí-las aos mais longínquos lugares dentro e fora do país”. Assim, evidencia-se a importância das atividades do setor para o abastecimento, tanto da população, como da indústria.

A circulação apresenta-se, desta forma, como um fator de suma importância para este setor. Harvey (2005, p. 49) atribui dois aspectos à circulação, são eles:

... o movimento físico real de mercadorias do lugar de produção ao lugar de consumo, e o custo real ou implícito ligado ao tempo consumido e às mediações sociais (a cadeia de atacadistas, varejistas, operações bancárias etc.) necessárias para que a mercadoria produzida encontre o usuário final.

Outro ponto abordado por Harvey (2005) no que diz respeito à circulação, e, que merece destaque é que “no custo de circulação, a capacidade de economizar depende da natureza das relações de transporte estabelecidas, e, nesse caso, parece haver uma tendência dinâmica em favor da concentração” (HARVEY, 2005, p. 52). Surge, daí, a importância dada atualmente às operações logísticas, que atuam na agilização do transporte e distribuição, por meio de técnicas como o *Supply Chain Management* (Gerenciamento da Cadeia de Suprimento), dentre outras.

Coronado (2007, p. 69) recorda que “O enfoque logístico teve como influência primária o setor atacadista”, devido à sua relação enquanto parceiro comercial das indústrias, na otimização da distribuição das mercadorias. Com relação ao transporte Zentes *et al* (2011, p. 341) destacam que “products have to be transported – by ship, truck, rail or plane – from the factory to warehouses or distribution centres (**primary distribution**) and from these places to the retail outlets (**secondary distribution**)”.

Zentes *et al* (2001, p. 346) também ressaltam que,

To reduce the inventory of goods and improve the speed of product flow, distribution centre and cross-docking systems have been developed and implemented. A distribution centre (DC) or transit terminal aims to run stockless in contrast to silos. The retailer can move from keeping stock to a just-in-time approach. The products needed in the retail stores are delivered to the "logistics platform" [...], bundled for the retail stores and transported to them.

Vê-se, portanto, que as atividades do setor atacadista tornam-se cada vez mais necessárias para a realização da cadeia de suprimentos (*supply chain*), uma vez que podem otimizar as atividades de transporte e distribuição de mercadorias. Coronado (2007, p. 75), destaca que “para um grande atacadista/distribuidor ou varejista, operações logísticas devem-se iniciar com as compras dos produtos para revenda e terminar com a entrega aos pequenos varejistas ou prestadores de serviços [...]”.

De acordo com este autor “As operações logísticas de uma empresa atacadista/distribuidora são divididas em três categorias: distribuição física, administração de estoque e abastecimento” (CORONADO, 2007, p. 75). Desta forma, nota-se o quão relacionadas estão as atividades do setor atacadista com a operação logística, guardadas as peculiaridades. Fato que corrobora para o crescimento e diversificação do setor no período atual.

Tendo em vista os fatores acima expostos, que afetaram o atacado e culminaram em mudanças no setor, a seguir será apresentado o histórico e a evolução do setor no Brasil, a fim de elucidar melhor o desenvolvimento e as estratégias do atacado frente às novas demandas do mercado.

1.1 História e desenvolvimento do atacado no Brasil

Antes de tratar especificamente do setor atacadista cabe fazer algumas observações sobre determinados aspectos da economia brasileira, sobretudo, do início do século XX em diante, período caracterizado por diversas mudanças na economia mundial, devido à expansão e reestruturação industrial. No Brasil não foi diferente, os avanços na indústria foram determinantes na reestruturação da economia e do território. De acordo com Cano (2011, p. 28),

A ruptura política e econômica desencadeada pela “Crise de 29” e pela Revolução de 1930, fez a economia do Brasil transitar do antigo modelo “primário exportador” (de crescimento para fora), para o da industrialização (crescimento para dentro), mudando o “centro dinâmico da economia”, e alterando as bases do antigo padrão de acumulação, que passa a ter no investimento autônomo sua principal determinação.

Também deste período até meados da década de 1970 é expressivo o investimento do Estado em infraestrutura, com destaque para o transporte, principalmente, rodoviário. Castro (2007, p. 35) ressalta que “até meados da década de

60, mais da metade dos recursos investidos pelo governo e empresas estatais era dirigida para os transportes; e até o final da década de 70 essa fração era cerca de um terço”.

Já a década de 1980 foi um período caracterizado pela estagnação causada pela crise econômica deflagrada na década anterior. Esta crise, conforme Cano (2011, p. 34) “vinha desde 1976, se agrava a partir de 1979, devido à brutal elevação internacional dos juros, tornando a dívida externa impagável, desestruturando as finanças públicas, desencadeando um processo inflacionário e de estagnação”. Também de acordo com este autor os efeitos da crise só não foram piores devido à expansão das exportações (CANO, 2011).

Nesse período, de acordo com Castro (2007, p. 35) “o setor de transporte foi cada vez menos aquinhado na distribuição de recursos destinados à infra-estrutura básica”. Cano (2011), por sua vez, destaca que houve também a estagnação e até a mesmo a regressão da diversificação industrial, ora em curso, uma vez que a produção de bens duráveis se viu demasiado afetada pela crise e, isto, num contexto em que “o capitalismo mundial acelerava sua reestruturação produtiva” (CANO, 2011, p. 34).

As décadas seguintes foram caracterizadas pela abertura ao mercado internacional, com base nas diretrizes do *Consenso de Washington*, que Cano (2011) denominou de *receituário neoliberal*. Estas políticas resultaram na privatização de diversas empresas públicas, na financeirização da economia, bem como, na reestruturação produtiva comandada pelas empresas transnacionais (Cano, 2011).

No que tange ao setor atacadista, cabe destacar que este também ganha destaque com os investimentos do Estado, a partir do início do século XX, mencionados anteriormente. Coronado (2007) definiu duas fases do comércio atacadista, na história recente do país. A primeira fase, que vai até o final da Segunda Guerra Mundial, contou com o surgimento de dois importantes centros de atacado, as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Neste período, o principal modal utilizado para o recebimento/envio de mercadorias era o ferroviário. Todavia, conforme destaca Coronado (2007, p. 6) “No final da década de 30, a carroça ainda era a forma mais usual de distribuição dos produtos comercializados pelo atacado na cidade de São Paulo”. Interessante ressaltar também que, até a década de 1950 “os serviços estavam basicamente envolvidos com o comércio e distribuição, especialmente da produção agrícola e da indústria de bens não duráveis e semiduráveis” (SILVA, 2009, p. 49).

A segunda fase conforme Coronado (2007, p. 6) “começou no pós-guerra, principalmente no Estado de São Paulo, quando o governo iniciou forte programa de abertura de rodovias”. Esta fase também contou com vultosos investimentos na malha rodoviária federal. De acordo com Castro (2007, p. 39),

A história rodoviária brasileira pode ser vista como um caso de sucesso de financiamento público para a implantação de infra-estrutura, tendo como marco fundamental a expedição do Decreto-lei nº 8.463, em 27-12-45, que concedeu autonomia administrativa e financeira ao DNER e instituiu o Fundo Rodoviário Nacional (FRN), com recursos gerados pelo Imposto Único sobre Lubrificantes e Combustíveis Líquidos e Gasosos – a Lei Joppert.

Os investimentos em infraestrutura de transporte nesse período não se restringiram ao modal rodoviário, no entanto, “por ser mais flexível e apresentar mais ofertas, ele é exageradamente o mais utilizado no país” (VIVALDINI & PIRES, 2010, p. 133). Com relação ao comércio atacadista nesta fase, Coronado (2007, p. 7) chama a atenção para o fato de que “São Paulo e Rio de Janeiro tinham 8.500 estabelecimentos atacadistas que vendiam 70% do total de vendas brasileiras”.

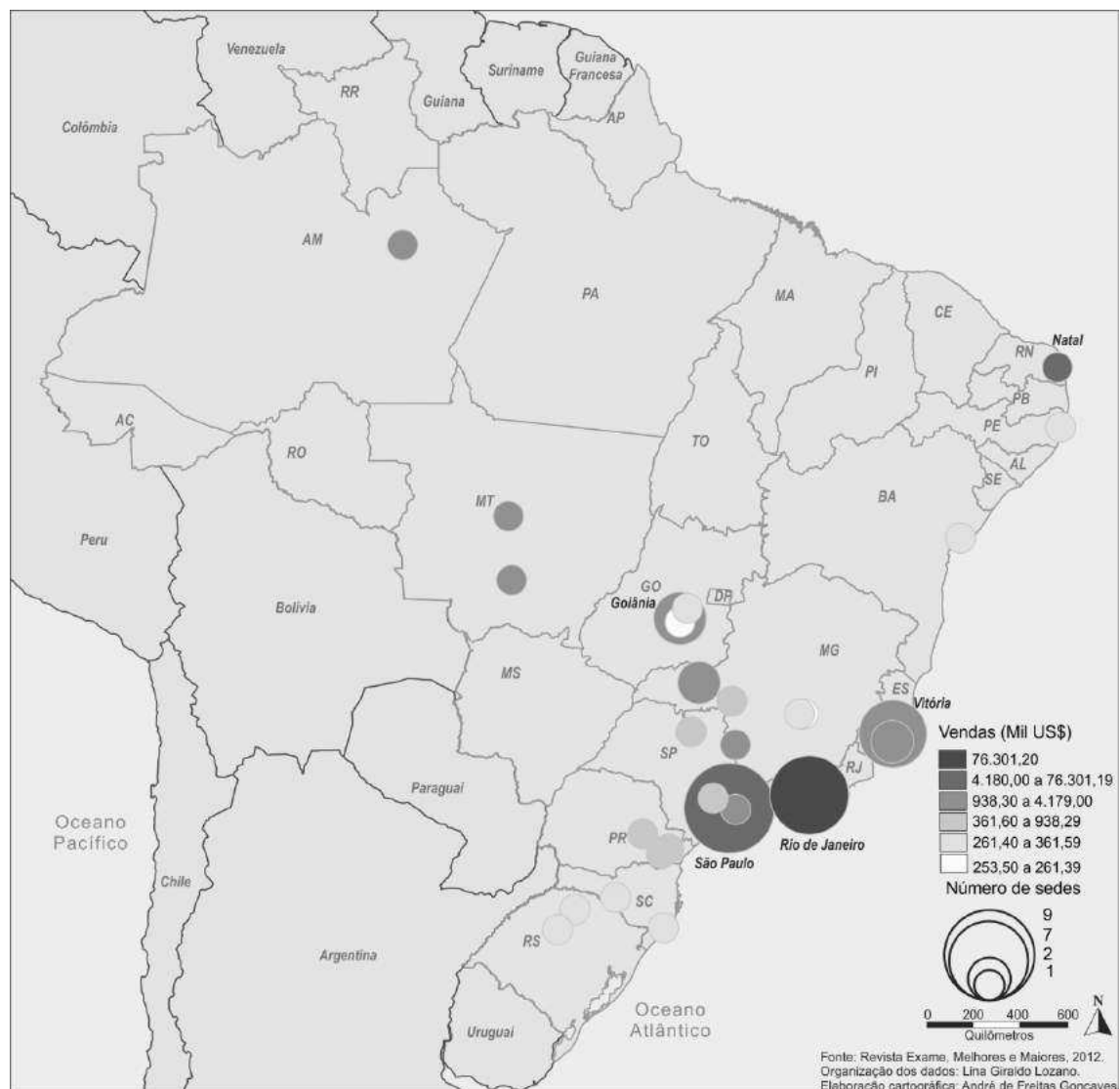
Esse período (1950-1970) contou também com o surgimento de grupos que hoje representam grande parcela da venda e distribuição de mercadorias no país, como é caso dos atacadistas distribuidores Martins, Arcom e Peixoto, que dentre outros fatores se beneficiaram dos investimentos em infraestrutura de transporte rodoviário. Cabe destacar quanto ao volume de vendas no setor atacadistas que os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, têm ainda hoje os números mais representativos no território brasileiro, que, todavia, expandiu-se para vários outros pontos do país, como é possível observar no Mapa 1.

No entanto, com a crise do petróleo, “No início da década de 70, comentava-se que o atacado estava extinguindo-se” (CORONADO, 2007, p. 7). Contribuiu para a perda de prestígio do setor o fim do Fundo Rodoviário Nacional (FRN), na década de 1980, que acarretou na queda de investimentos anuais acima de 1% do PIB na década de 1970, para cerca de 0,25%, em 1980 e metade deste percentual em 1985 (CASTRO, 2007).

Após este período, que coincide com a abertura da economia brasileira para o mercado mundial, as políticas do Governo Federal têm se dado, tanto no âmbito de programas para a ampliação e manutenção da malha rodoviária, como no caso do

Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), como também, seguindo o *receituário neoliberal* com “a concessão de rodovias existentes da União a empresas privadas, que se comprometem a fazer a restauração, a manutenção e a expansão dessas rodovias em troca de pedágio” (CASTRO, 2007, p. 46).

Mapa 1 – Sede das 50 maiores empresas de atacado do Brasil (2012)



Fonte: Lozano & Sposito (2015, p. 88)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Cabe ressaltar dois fatores relacionados à infraestrutura de transporte, observados por Castro (2007), que interferem diretamente nos custos de transporte de mercadorias – no setor atacadista. O primeiro deles diz respeito ao fato de que “o transporte de cargas que percorrem longas distâncias do Brasil, por rodovias, tem um custo de longo prazo da ordem de R\$ 38 – 48 por 1.000 toneladas/quilômetro” (CASTRO, 2007, p. 49), enquanto que pelo modal ferroviário o custo seria algo em

torno de R\$ 25 por 1.000 toneladas/quilômetro (CASTRO, 2007). No entanto, o autor destaca o baixo fluxo de transporte ferroviário em distâncias médias acima de 800 quilômetros (CASTRO, 2007).

O outro fator observado por Castro (2007, p. 55-56) diz respeito ao fato de que na cobrança de pedágio nas rodovias brasileiras,

O valor médio básico por quilômetro cobrado pelas concessionárias continua bem abaixo dos níveis internacionais, embora o multiplicador por eixo, utilizado nos programas brasileiros, tenda a ser maior, aparentemente beneficiando os usuários de veículos individuais, em detrimento dos transportadores de passageiros e bens.

Estes fatores, no entanto, não têm inibido o avanço do setor atacadista, que tem crescido e se diversificado, acompanhando as mudanças na economia. Silva (2009, p. 56) destaca “o avanço da Logística de Distribuição, que ganhou maior destaque com o aprofundamento da internacionalização da economia brasileira”, que, por sua vez, tem predominância dos grandes distribuidores, dado os avanços nos sistemas de tecnologia e administração.

O setor atacadista nos dias atuais tem passado por diversas mudanças com vistas a se adaptar às novas demandas do mercado consumidor, o que tem resultado no surgimento de novas modalidades e estratégias de gestão. A seguir serão apresentadas algumas destas modalidades e tendências do setor no Brasil.

1.2 Modalidades do comércio atacadista

Como já mencionado diversas mudanças na forma de gestão e atuação das empresas que operam no setor atacadista têm ocorrido. Destacam-se as inovações na operação logística, que, por sua vez, estão diretamente ligadas à evolução na tecnologia de informação e comunicação (TIC), que têm possibilitado maior efetividade e eficácia ao setor (VIVALDINI & PIRES, 2010).

Neste cenário de rápidas mudanças tecnológicas e conseqüentemente nos hábitos da população, o setor atacadista tem diversificado sua forma de atender aos clientes. Isto pode ser observado pelo surgimento de novas técnicas de gestão e diferentes modalidades que compõem o atacado. Observa-se, por exemplo, a expansão das lojas de atacado generalista de autosserviço – conforme designação da Associação Brasileira de

Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (ABAD) –, como têm demonstrado dados da associação.

De acordo com a ABAD, atualmente, no Brasil, o setor de comércio e distribuição atacadista está dividido da seguinte forma: Atacado Generalista com Entrega; Atacado Generalista de Balcão; Atacado Generalista de Autosserviço (Cash & Carry / Atacarejo); Distribuidor Especializado ou Exclusivo; além dos agentes comerciais, quais sejam: Comercial (Broker) e Operador Logístico. As características atribuídas a cada um deles pela ABAD encontra-se no Quadro 1.

Quadro 1 - Comércio e Distribuição Atacadista no Brasil (2014)

Modalidade	Característica
ATACADO GENERALISTA COM ENTREGA	Compra e vende produtos de fornecedores da indústria, sem vínculo de exclusividade ou de território, entregando no estabelecimento do cliente varejista.
ATACADO GENERALISTA DE BALCÃO	O atacado de balcão é a modalidade mais antiga de atacado, na qual o varejista vai até o depósito e faz as suas compras com o auxílio de um atendente, que recebe a lista de produtos, separa e entrega a mercadoria, que é transportada em veículo do próprio comprador.
ATACADO GENERALISTA DE AUTOSSERVIÇO (CASH & CARRY / ATACAREJO)	Compra e vende produtos de fornecedores da indústria, sem vínculo de exclusividade. Nesta modalidade, o cliente vai até a loja, escolhe e separa ele mesmo os produtos, paga na saída e transporta as compras em veículo próprio.
DISTRIBUIDOR ESPECIALIZADO OU EXCLUSIVO	Compra e vende produtos de fornecedores da indústria, com os quais possuem vínculo de exclusividade de produtos e/ou de território (área de cobertura).
COMERCIAL (BROKER)	Faz a operação comercial e financeira, desempenhando as funções de vendas, trabalho no ponto de vendas, cobrança e pós-vendas, pelas quais recebe sua remuneração.

OPERADOR LOGÍSTICO	Empresa que recebe sua remuneração pelas funções de distribuição física dos produtos e também de movimentação e armazenagem de cargas para a indústria, que assim não precisa manter depósito na própria região em que atua seu operador logístico.
---------------------------	---

Fonte: Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados – ABAD (2014)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Além das modalidades do setor atacadista apresentadas no quadro 1, observa-se que “Os grandes hipermercados, que acabaram tornando-se também atacadistas, são sem sombra de dúvida um desafio do atacado tradicional, visto que provocam reestruturação e busca de eficiência na gestão logística e melhor serviço ao cliente varejista” (CORONADO, 2007, p. 9). Assim, volta-se à importância da gestão da cadeia de suprimento (Supply Chain Management – SCM), como diferencial nas atividades do setor atacadista/distribuidor.

Vivaldini e Pires (2010) destacaram algumas das práticas atuais da SCM, são elas: *Electronic Data Interchange (EDI)*; *Efficient Consumer Response (ECR)*; *Vendor Managed Inventory (VMI)*; *Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)*; *In-pant representatives (IPR)*; *Early Supplier Involvement (ESI)*; *Postponement*; Logística Reversa; *Milk run*; *Cross-docking*; *Transit point*; *Merge-in-transit*; *Just-in-sequence (JIS)*; Consórcio Modular; Condomínio Industrial; *Globalsourcing e followsourcing*; e, por fim, o *Outsourcing*.

No entanto, estas técnicas não se restringem às atividades da operação logística relacionadas ao setor atacadista/distribuidor. Muito embora algumas sejam de suma importância para empresas atacadistas, e vêm, de fato, compondo as atividades destas. Como afirma Coronado (2007, p. 11-12),

Desde a implantação do Plano Real e a estabilização da moeda, o setor atacadista/distribuidor vem reestruturando-se, visando enfrentar os novos conceitos e as transformações com o *sistema puxar* com entregas menores e sistema de *just in time* – com gerenciamento da cadeia de suprimento, e de ECR – *Efficient Customer Response* (Resposta Eficiente ao Consumidor) –, EDI - *Electronic Data Interchang* (Troca Eletrônica de Dados) – e RFID – *Radio Frequency Identification Data* (Leitura de Dados por Radiofrequência). Assim, novos modelos de atuação surgiram nestes últimos

anos com tendências mais evidentes: supermercado, *broker* e operador logístico.

Em suma, tais práticas visam otimizar os serviços prestados pelos atacadistas, ou seja, garantir que a armazenagem e distribuição de mercadorias se dê de forma a contribuir para o adequado abastecimento do cliente final. Daí a utilização dos métodos de SCM se darem de forma tão contundente pelo setor atacadista/distribuidor, num contexto em que a troca de informação e mercadorias ocorre de maneira cada vez mais rápida e intensa. Pode-se afirmar, assim, que “a colaboração eletrônica torna-se o elemento chave para as empresas buscarem mais eficiência na cadeia de suprimento” (VIVALDINI & PIRES, 2010, p. 89), o que justifica a implementação das técnicas de ECR, EDI, RFDI e CPFR, por exemplo.

Importante ressaltar que a diversificação das modalidades do setor atacadista/distribuidor têm contribuído para o seu crescimento também em números, como pode ser observado no gráfico 1. Pois, uma vez que os agentes envolvidos passam a atender diferentes demandas, o número de clientes atingidos e, também, a eficácia do serviço prestado, tendem a aumentar. Com base no gráfico 1, pode-se observar que o faturamento do setor aumentou em mais de 100 bilhões de reais, no período compreendido entre 2000 e 2014 (ABAD/Nielsen, 2015). Fato que se deve também à expansão do consumo no Brasil observada no período citado.

Outro dado relevante diz respeito à contribuição do setor atacadista no canal de distribuição até o consumidor final. No quadro 2 é possível verificar que do total de R\$ 409,5 Bilhões correspondente ao faturamento do mercado mercantil em 2014, R\$ 211,8 Bilhões, se deram no âmbito do setor Atacadista/Distribuidor, o que equivale a 51,7% do mercado mercantil (ABAD/Nielsen, 2015). Para tanto, também de acordo com o Ranking ABAD/Nielsen 2015, foram atendidos 1.064.282 pontos de vendas.

Com relação às novas modalidades atuantes no setor (*broker* e operador logístico), cabe salientar que estas vêm crescendo e ganhando espaço no mercado. Como observa Coronado (2007, p. 10) com relação à prestação de serviços logísticos,

As empresas do setor atacadista, aproveitando a estrutura logística já existente, são fortes candidatas a ocupar esse espaço; elas podem dedicar-se a seu segmento de atacado tradicional e, ao mesmo tempo, prestar serviço logístico como operador a outras empresas, agregando valor a sua margem de contribuição, diluindo seus custos fixos.

Gráfico 1 – Faturamento do Setor Atacadista/Distribuidor – 2000-2014

* Considerando preço de varejo

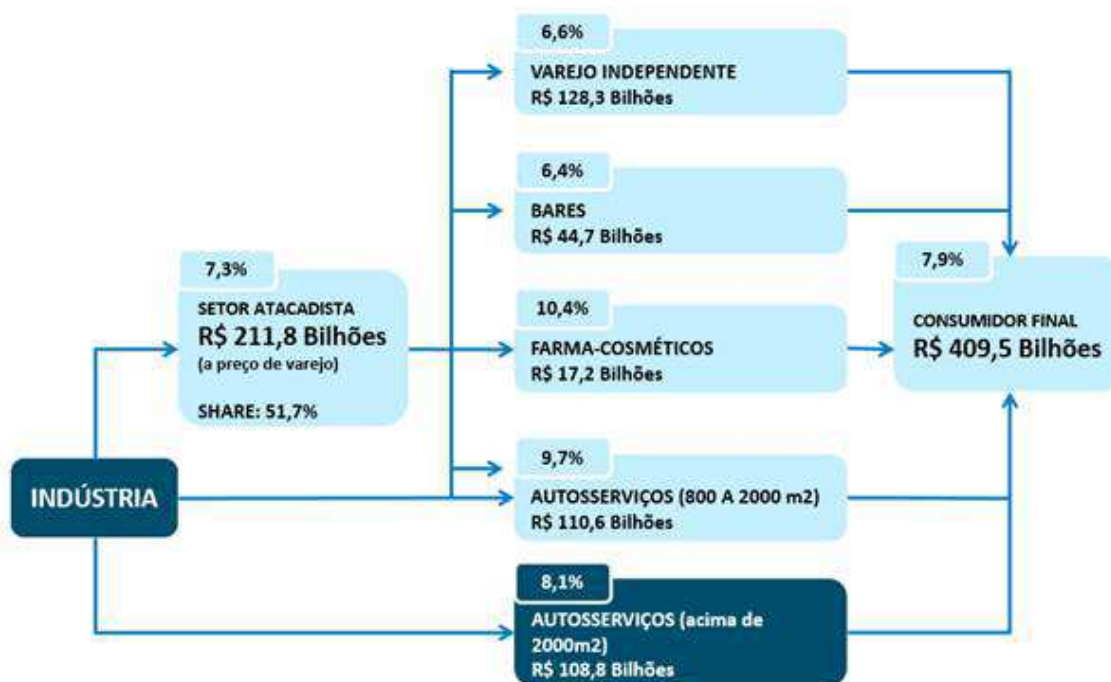


Fonte: Ranking ABAD Nielsen 2015 e Estrutura do Varejo Brasileiro Nielsen

Fonte: Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados – ABAD (2015)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Quadro 2 – Balanço do atacado – a preço de varejo (2014)



Fonte: Ranking ABAD Nielsen 2015 e Estrutura do Varejo Brasileiro Nielsen

Fonte: Ranking ABAD Nielsen 2015 e Estrutura do Varejo Brasileiro Nielsen (2015)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Além das atividades de prestação de serviços logísticos por parte de empresas atacadistas, outra modalidade que merece destaque é o atacadista de autosserviço, uma vez que tem apresentado crescimento, atendendo a demanda, sobretudo, dos pequenos e médios comerciantes. Paralelo a isso, têm-se a atuação de grupos como o Martins – que opera no modelo de atacado com entrega –, com programas de auxílio para o desenvolvimento do pequeno varejista, por meio da Universidade Martins do Varejo (UMV), assim como o Makro, que também oferece programas de capacitação para clientes do setor de *food servisse* (NO VAREJO, 2013).

Diante destas novas características do setor, Coronado (2007, p. 7) afirma que,

Atualmente, assistimos à evolução do comércio; por um lado, há a concentração em grandes lojas de auto-serviço combinadas com atacado; por outro, o varejo, com supermercados e hipermercados, também realiza a função de comercialização dos produtos com marca própria, produzidos por fabricantes parceiros, atividade conhecida por *trading marketing*.

Todavia, mesmo diante deste cenário no qual em determinados momentos atividades dos setores atacadista e varejista parecem se confundir, como no caso do *atacarejo*, por exemplo, é preciso se adequar a determinado perfil de consumidor para permanecer no mercado. Em entrevista à revista *No Varejo*, o então presidente do Conselho Deliberativo da ABAD, Carlos Eduardo Severini, destacou que “É preciso conhecer o perfil do novo consumidor e buscar sua fidelização por meio da adequação do mix, modernização da loja e aperfeiçoamento [...]” (NO VAREJO, 2013, p. 58).

Neste sentido, conhecer o consumidor final passa a ser uma preocupação também do atacadista, principalmente, do modelo de autosserviço, que tem uma parcela significativa de sua clientela composta pelo cliente final. Assim, a forma de atuação, as parcerias, a colaboração entre os parceiros também têm um importante papel para a eficiência e a eficácia no suprimento do cliente final. Por meio da figura 1 é possível observar algumas características do canal de distribuição, passando pelos diferentes agentes que o compõem, desde a indústria até o consumidor (cliente final).

Como pode ser notado por meio da figura 1 o produto passa por várias etapas até chegar ao cliente final, e pode, também, chegar ao mesmo por meio de diferentes canais de distribuição. A fim de compreender melhor como este processo se dá por meio do

atacadista de autosserviço, a seguir serão apresentadas de forma mais detalhada as atividades desta modalidade.

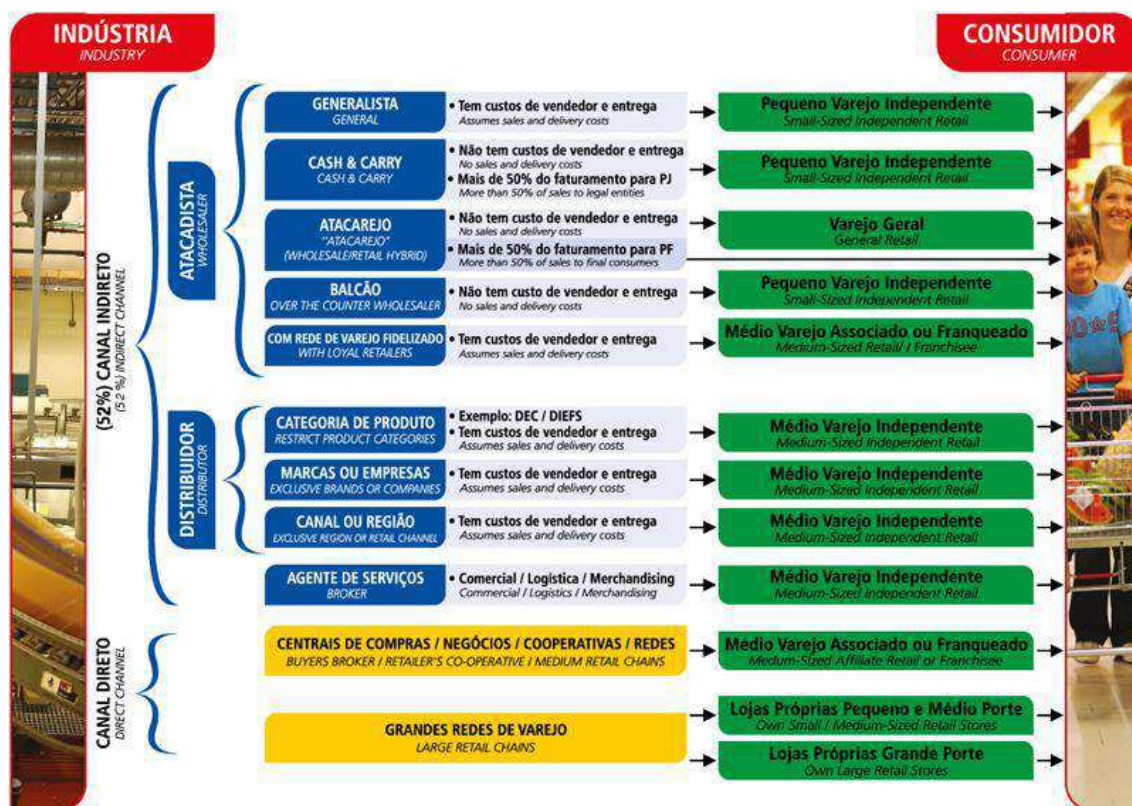


Figura 1 - Organograma do Setor Atacadista/Distribuidor (2014)

Fonte: Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados – ABAD (2014)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

1.2.1 O comércio atacadista de autosserviço

Em se tratando da modalidade de atacado de autosserviço faz-se necessário destacar o elevado crescimento que esta vem apresentando e, também, sua importância para o suprimento da demanda dos pequenos e médios comerciantes. Outro aspecto relevante no que tange ao *atacarejo*, ou, *cash & carry*, como também é conhecido, é a grande adesão por parte do cliente final – que realiza compras domésticas, sem fins comerciais. Tem-se observado e, inclusive, é matéria em periódicos que tratam do comércio o número significativo de clientes (pessoas físicas) que não tem vínculo com empresas varejistas, realizando compras nas lojas de *atacarejo*.

De acordo com a revista *No Varejo* (2013, p. 59) referente ao número de lojas de *atacarejo* no Brasil, com base em dados da ABAD “em 2000 havia 84 PDVs nesse formato. Em 2011 já eram 430 - até o final deste ano as projeções indicam um total de 520 PDVs”. No que tange ao público consumidor predominante nestas lojas, os dados

apresentados nos periódicos do setor divergem quanto à caracterização deste no *cash & carry* e no *atacarejo*, apresentada na figura 1, qual seja a predominância de Pessoa Jurídica (PJ), consumindo no primeiro, e Pessoa Física (PF), no segundo. Enquanto a *No Varejo* (2013, p. 59) afirma em reportagem que “75% do comprador do *cash & carry* é composto por pessoas físicas”, a *Giro News* (2011, p. 26) ressalta que nas lojas de *atacarejo* “73,9% dos compradores são profissionais”, restringindo-se, conforme este periódico, apenas a 9,2 o percentual de clientes que realizam compras domésticas nestes estabelecimentos (GIRO NEWS, 2011).

Apesar da divergência entre os dados apresentados pelas revistas do setor, autores dedicados ao estudo do tema afirmam também o crescimento desta modalidade e sua importância para o atendimento das demandas dos pequenos e médios varejistas. Coronado (2007, p. 21) afirma que “O atacado é o parceiro ideal para atender inúmeros pequenos comerciantes neste imenso país, quer seja mediante venda tradicional, quer por meio de novos modelos que estão chegando, como *brokers* e operador logístico”.

Coronado (2007, p. 18) tratando do sistema de autosserviço assevera que,

O setor atacadista, por estar próximo desse ambiente, estrategicamente visualizou a oportunidade de abraçar essa fatia de mercado, oferecendo a esse modelo serviços de venda no atacado em quantidades e preços econômicos, por meio de um sistema de venda no atacado de *auto-serviço* – o cliente varejista procura o produto que necessita na prateleira do atacadista e dirige-se ao *check-out* para o pagamento. Dessa maneira, muitas empresas atacadistas reformularam seu sistema, adotando também o auto-serviço, como lojas de material de construção, material de escritório, brinquedos, autopeças e outros.

Faz-se necessário ressaltar que o próprio sistema de autosserviço é relativamente recente no Brasil. Segundo Pintaudi (2002) este sistema foi introduzido na cidade de São Paulo, entre os anos de 1930 e 1950, por meio de lojas populares, dentre as quais a autora cita as Lojas Americanas. Outros dados relevantes que a autora traz a respeito do setor varejista de autosserviço em São Paulo, dizem respeito à inserção de outros dois elementos na metrópole paulistana: o supermercado (1953), e o hipermercado (1974) (PINTAUDI, 2002). Já a inserção do modelo de atacado de autosserviço no território brasileiro se deu em 1972, com a rede Makro, sendo que “o canal era exclusivo para compradores profissionais, com passaporte” (GIRO NEWS, 2011, p. 25).

Uma característica que os atacadistas de autosserviço e os hipermercados têm em comum é a sua localização e a grande disponibilidade de área que demandam. Pintaudi (2002, p. 152) destaca que os hipermercados foram implantados em São Paulo “com localização preferencial nas vias marginais dos rios Tietê e Pinheiros, o que permitiu um acesso mais fácil à clientela motorizada”. Observa-se que também os atacadistas de autosserviço optam por localizações de mais fácil acesso, em vias de maior fluidez.

A questão relacionada à acessibilidade e fluidez demandadas pelos estabelecimentos comerciais que têm grande poder de atração serão tratadas adiante, todavia, cabe desde já destacar que “Os lugares escolhidos para a troca de produtos comumente implicam situações estratégicas. Em outras palavras, a atividade comercial sempre demandou centralidade, o que também significa dizer acessibilidade” (PINTAUDI, 2002, p. 155).

Voltando à relação do pequeno comerciante com o comércio atacadista, destaca-se que “O atacadista procura agregar valor ao produto, comprando em grande quantidade com melhor preço, e oferece ao varejo de serviço os produtos unitizados em pequenos lotes econômicos” (CORONADO, 2007, p. 18). É válido ressaltar também o exemplo mencionado pela revista *No Varejo*, da rede de *atacarejo* Assaí, pertencente ao Grupo Pão de Açúcar, que após uma “reestruturação da rede cujo foco foi desenvolver um modelo de negócio ainda mais voltado a transformadores, pequenos e médios comerciantes”, registrou, em 2011, uma elevação de 32% no seu faturamento, com relação ao ano anterior (NO VAREJO, 2013, p. 60).

“O foco no atacado de autosserviço, porém, não impediu que os clientes domésticos continuassem a procurar pela loja” (NO VAREJO, 2013, p. 60). Fato que ratifica a já afirmada adesão dos clientes domésticos ao *atacarejo*, uma vez que economizam significativamente ao realizar compras nestes estabelecimentos (NO VAREJO, 2013).

Toda esta dinâmica engendrada pelo *atacarejo* é resultado de alterações na sociedade, possibilitada pelas novas tecnologias e, que culminaram num novo padrão de consumo. Disto resultam alterações no espaço urbano, que compõem a relação entre o comércio e a cidade. Pois, como afirma Pintaudi (2002, p. 156) “A atividade comercial sempre envolveu algo mais do que o simples ato de comprar e vender e se constitui num elemento de integração de relações sociais estabelecidas no cotidiano”.

Dada esta característica da atividade comercial e à dinâmica do *atacarejo* ora apresentada, faz-se necessário compreender melhor a relação entre o comércio e a cidade, a fim de tornar mais claro também o atual cenário, resultado dos processos até aqui mencionados.

1.3 O comércio e a cidade

A atividade comercial demanda a aglomeração dos indivíduos para se concretizar, mesmo em tempos – atuais – em que as tecnologias da comunicação e transporte em determinadas situações “excluem” esta necessidade. Esta premissa cabe, sobretudo, para as comunidades primitivas, nas quais “Trocar alguma coisa por outra, a ação de troca material, pressupõe uma relação” (FREIRE, 2010, p. 16). Cabe destacar, que a troca tem, também, por objetivo atender “à necessidade de abastecimento das populações não auto-suficientes, principalmente as urbanas” (VARGAS, 2001, p.19).

Isto fica evidente já nas cidades da Antiguidade, que eram abastecidas pelos produtores agrícolas, pastores e artesãos oriundos do campo e de cidades vizinhas que contribuíam para o abastecimento das grandes cidades naquele período. Jeremias (2010, p. 48) ao tratar do comércio na cidade de Jerusalém por volta do século I d.C., recorda que “Caravanas de camelos, por vezes importantes, traziam de longe, para aquela cidade, artigos comerciais”. Segundo Jeremias (2010, p. 47) “O nível atingido por Jerusalém antes de 70 d.C. no desenvolvimento da circulação dos produtos, é, em geral, o de uma economia urbana”.

No entanto, cabe destacar que neste período a economia não se pautava pela *lógica do mercado* – como se dá no sistema capitalista – “não se tratava de uma economia dirigida por preços, estes totalmente sob o controle e regulamentação de mercados, onde o ganho e o lucro desempenhavam a ideia principal, senão sua lógica mesma” (FREIRE, 2010, p. 17). Esta forma de troca, no âmbito de *economias primitivas*, baseava-se “em doações, na redistribuição e na reciprocidade” (FREIRE, 2010, p. 17).

Até então, a cidade, por mais que contivesse em seu interior e arredores a atividade comercial, não era, por assim dizer, o *locus* desta atividade. Desta forma, como recorda Freire (2010, p. 21),

[...] somente é possível falarmos em cidade enquanto lugar voltado para as trocas comerciais, enquanto parte de uma sociedade que caminha para a dependência das trocas e do mercado, quando o comércio, fruto da divisão do

trabalho, se desenvolver a ponto de provocar nos indivíduos a vontade (e a necessidade) de buscar vantagens cada vez maiores, através da competição nesses lugares estabelecidos para (e pelo) comércio.

A que se considerar, como recorda Lefebvre (1991, p. 4) que “Houve a cidade oriental (ligada ao modo de produção asiático), a cidade arcaica (grega ou romana, ligada à posse de escravos), depois a cidade medieval [...]”, esta última conforme o autor no âmbito do feudalismo. Lefebvre (1991, p. 4) destaca também que as duas primeiras foram essencialmente políticas, enquanto que a medieval “sem perder o caráter político, foi prioritariamente comercial, artesanal, bancária”. Durante a antiguidade e o feudalismo têm-se, então, a troca de mercadorias restrita ao suprimento das necessidades mais latentes da população, o que dificultava a expansão do comércio e da acumulação. Somente “Com o desenvolvimento da propriedade privada veio o comércio, tanto interno como externo e, com ele, a possibilidade de acumulação de riquezas” (VARGAS, 2001, p. 22).

Vargas (2001, p. 27) destaca três aspectos que possibilitaram a expansão da atividade comercial, são eles: “a ascensão da classe burguesa e a justificativa da atividade comercial, a importância do comércio externo como valorização das economias nacionais e a valorização do trabalho em relação ao ócio”. Todos estes fatores, aliados aos avanços tecnológicos foram determinantes para a consolidação do comércio, fazendo com que predominasse a *lógica de mercado* nas relações comerciais, num primeiro momento, e, depois, nas relações sociais, uma vez que “O econômico e o político pressionam o social” (DAMIANI, 2002, p. 161).

Lefebvre (1991, p. 4) afirma que “Quando a industrialização começa, quando nasce o capitalismo concorrencial com a burguesia especificamente industrial, a Cidade já tem uma poderosa realidade”, pois “o capitalismo comercial e bancário já tornou *móvel* a riqueza e já constituiu circuitos de trocas, redes que permitem as transferências de dinheiro” (LEFEBVRE, 1991, p. 5).

Neste processo, em que se intensifica a circulação e a troca de mercadorias, novas formas de comércio surgem, o que acaba por modificar também o espaço urbano. Nota-se que “[...] o comércio não pode evoluir isoladamente, nem ao modificar-se o faz sozinho; pelo contrário, ao se transformar, o comércio arrasta, no seu movimento, as demais etapas da produção e o próprio urbano” (ORTIGOZA, 2010, p. 31).

Mesmo atualmente, num contexto em que as novas formas de troca de informação e mercadorias dispensam em determinadas situações a presença do indivíduo para a realização da compra – mais que em tempos pretéritos –, formas comerciais antigas permanecem e novas surgem. Isto demonstra que mesmo em meio às facilidades como as compras pela *internet* – o *e-commerce* –, o ato da compra e todas as relações sociais intrínsecas a este ainda prevalecem. Neste sentido, a sua relação com a cidade permanece, quiçá não tenha sido ampliada significativamente, dada intensidade das trocas de capitais, característica do capitalismo financeiro e a expansão do consumo.

Ortigoza (2010, p. 24) afirma que,

O mundo atual é o mundo da mercadoria. As mercadorias é que permitem novos fluxos, encontros e desencontros no cotidiano e no espaço. A troca passa a ser o sentido e o fim de tudo, porque o valor de troca passa a subordinar a si todos os momentos da vida.

Uma característica peculiar à atividade comercial que está diretamente atrelada à produção do espaço urbano, qual seja: a *localização* é de grande importância para a compreensão dos processos engendrados pela atividade comercial na produção deste espaço. Vargas (2001) definiu alguns fatores que interferem na escolha da *localização* para o comércio, são eles: trabalho, ou seja, “tipo, mobilidade, disponibilidade e custo” da mão-de-obra; capital (físico e móvel); demanda; transportes (custos fixos – infraestrutura – e variáveis – tráfego); fluxos (materiais e imateriais); organização empresarial (gestão); políticas públicas; contexto sociocultural (idade, escolaridade, religião); tecnologia; e, espaço físico.

Dar-se-á ênfase, todavia, a dois destes fatores, que encontram-se diretamente relacionados à estruturação do espaço urbano sob a ótica aqui privilegiada, são eles: transportes e fluxos, o que demanda maior atenção para o objetivo aqui pretendido.

1.3.1 A estruturação interna das cidades no contexto das redes

Compreender a organização interna das cidades hoje exige o esforço de compreender também as relações que extrapolam os limites espaciais das cidades. Isto não significa somente considerar as relações cidade-campo, que devem também compor as preocupações do pesquisador, mas, também, as relações com os demais centros urbanos – realizadas pela formação de redes entre as empresas e, também, entre as cidades.

Observa-se que a estruturação do espaço na cidade contemporânea está cada vez mais atrelada à inserção no meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2006). Pois “a conectividade se tornara a característica definidora de nossa condição urbana no século XXI” (MITCHELL, 2013, p. 176). Ou seja, quanto maior for a capacidade de estabelecer conexões nas redes de troca de informação e capital (no qual, incluem-se as mercadorias) por meio dos avanços tecnológicos, mais sujeita a constantes alterações em sua paisagem estará a cidade, uma vez que intensificam-se também as intervenções neste espaço a fim de comportar as demandas do Capital.

É possível verificar que a reestruturação produtiva, provoca intensas alterações no espaço, por meio do desenvolvimento tecnológico, da troca de capitais e das relações de trabalho, por exemplo. Sposito & Sposito (2012) a esse respeito destacam que “as novas tecnologias aceleram a circulação do capital; as mudanças nos ritmos das empresas modificam seu papel em diferentes escalas e as formas de produção; e tudo isso se reflete nas transformações espaciais”.

Dizendo de outra maneira, num contexto econômico no qual a circulação do capital nas suas mais variadas formas (moeda, mercadoria, etc.) se dá de forma cada vez mais intensa, as cidades têm estruturado seu espaço para que a realização da produção e consumo ocorra. É neste sentido que Harvey (2005, p. 150) afirma que,

A capacidade tanto do capital como da força de trabalho de se moverem, rapidamente e a baixo custo, de lugar para lugar, depende da criação de estruturas físicas e sociais fixas, seguras e, em grande medida, inalteráveis. A capacidade de dominar o espaço implica na produção de espaço.

Nota-se, desta forma, que o estabelecimento das redes necessita de um espaço que comporte as atividades demandadas para a realização do processo produtivo, sejam elas, materiais (transporte de mercadorias, por exemplo), ou, imateriais (fluxo de informação). Pois, “os lugares não desaparecem, mas sua lógica e seu significado são absorvidos na rede” (CASTELLS, 1992, p. 502) e, assim, “a infra-estrutura tecnológica que constrói a rede define o novo espaço [...]” (CASTELLS, 1992, p. 502). Ortigoza (2010, p. 18) também observou que,

[...] o espaço urbano, pela pressão da técnica global, vai se tornando fluido e passa, gradualmente, a atender à velocidade imposta pelas novas relações

sociais de produção. Esses fluxos de informações e as funções urbanas, cada vez mais centradas no terciário, reproduzem o espaço continuamente”.

Assim, é possível afirmar de acordo com Castells (1992, p. 502) que o espaço de fluxos localiza-se numa rede “[...] que conecta lugares específicos com características sociais, culturais, físicas e funcionais bem definidas”. E, desta forma, percebe-se que alguns “[...] lugares são nós ou centros da rede, isto é, a localização de funções estrategicamente importantes que constroem uma série de atividades e organizações locais em torno de uma função chave da rede” (CASTELLS, 1992, p. 502).

Observa-se, então, que as atividades de operação logística assumem esta “função chave da rede” ressaltada por Manuel Castells, uma vez que tais processos aprimoram o comércio e a distribuição de mercadorias. Santos Junior (2011, p. 5) afirma que a logística,

[...] é geralmente identificada territorialmente com a capacidade e presença (ou ausência) das infraestruturas instaladas, notadamente aquelas destinadas aos sistemas de circulação e transportes intermodais das mercadorias, como os portos, aeroportos, grandes entrepostos, etc.

Harvey (2005, p. 148), por sua vez, destaca que “a capacidade de mover mercadorias depende da construção de um sistema de transportes sofisticado, eficiente e estável, amparado por todo um conjunto de infra-estruturas sociais e físicas (de serviços jurídicos e armazéns), facilitando e assegurando a troca”. Diante disso, percebe-se quão atrelada está a estruturação do espaço, sobretudo, do espaço urbano, às redes de comunicação e transporte, destacando-se este último para as operações logísticas já mencionadas. Sánchez (2003, p. 45) destaca que,

Os espaços capturados pelas relações de produção capitalista, que são incorporados aos processos de reestruturação urbana em curso, podem se destinar à produção (por intermédio de obras de infra-estrutura, operações logísticas de otimização de fluxos produtivos e obras de modernização tecnológica que agregam densidade técnica aos lugares para atração de empresas multinacionais) [...].

A fim de servirem-se dos *benefícios locacionais* oferecidos pelas cidades, os estabelecimentos de comércio e distribuição atacadista e, operação logística, instalam-se

preferencialmente nas *bordas* dos centros urbanos, ou, até mesmo, no espaço urbano – na *periferia urbana*. Devido a isso, faz-se necessário também pensar de que forma estes elementos se inserem neste espaço, bem como, sua relação com a cidade. Estas atividades exigem uma infraestrutura viária que comporte a intensidade de fluxos gerada pela atual configuração da economia capitalista, assim como, acessos para que os funcionários e os clientes (principalmente, dos atacadistas de autosserviço) consigam chegar até o local e ali realizar suas atividades, sejam elas, de trabalho, ou, de compras.

Neste sentido cabe destacar a abordagem realizada por Flávio Villaça, em seu livro “Espaço intra-urbano no Brasil”. Neste livro o autor parte da diferenciação entre os fatores que estruturam o *espaço regional* e o *espaço intra-urbano*. Para Villaça (2001, p. 20),

A estruturação do espaço regional é dominada pelo deslocamento das informações, da energia, do capital constante e das mercadorias em geral – eventualmente até da mercadoria força de trabalho. O espaço intra-urbano, ao contrário é estruturado fundamentalmente pelas condições de deslocamento do ser-humano, seja enquanto portador da mercadoria força de trabalho – como no deslocamento casa/trabalho –, seja como consumidor – reprodução da força de trabalho, deslocamento casa-compras, casa-lazer, escola, etc.

Todavia, para a compreensão de determinados processos ocorridos no espaço urbano, é preciso abordar alguns dos processos constituintes do espaço regional. Pois, como afirma Castells (1992, p. 487) ao se referir às transformações sociais resultantes das novas tecnologias “o layout da forma urbana passa por grande transformação. Mas essa transformação não segue um padrão único, universal: apresenta variação considerável que depende das características dos contextos históricos, territoriais e institucionais”.

No espaço urbano ganham destaque as estratégias locacionais, sendo que os empreendimentos são dispostos neste espaço de forma que facilitem o acesso, uma vez que a acessibilidade apresenta-se como um fator extremamente importante para a realização da atividade comercial. Ortigoza (2010, p. 26) ressalta o papel da atividade comercial na estruturação do espaço urbano, para ela “o comércio, no que tange às suas estratégias locacionais, inova as acessibilidades, cria e recria a centralidade; enfim, a gestão da cidade, ganha, cada vez mais, importância na manutenção e desenvolvimento dessa atividade econômica”. O comércio, então, define as *localizações* – os nós das

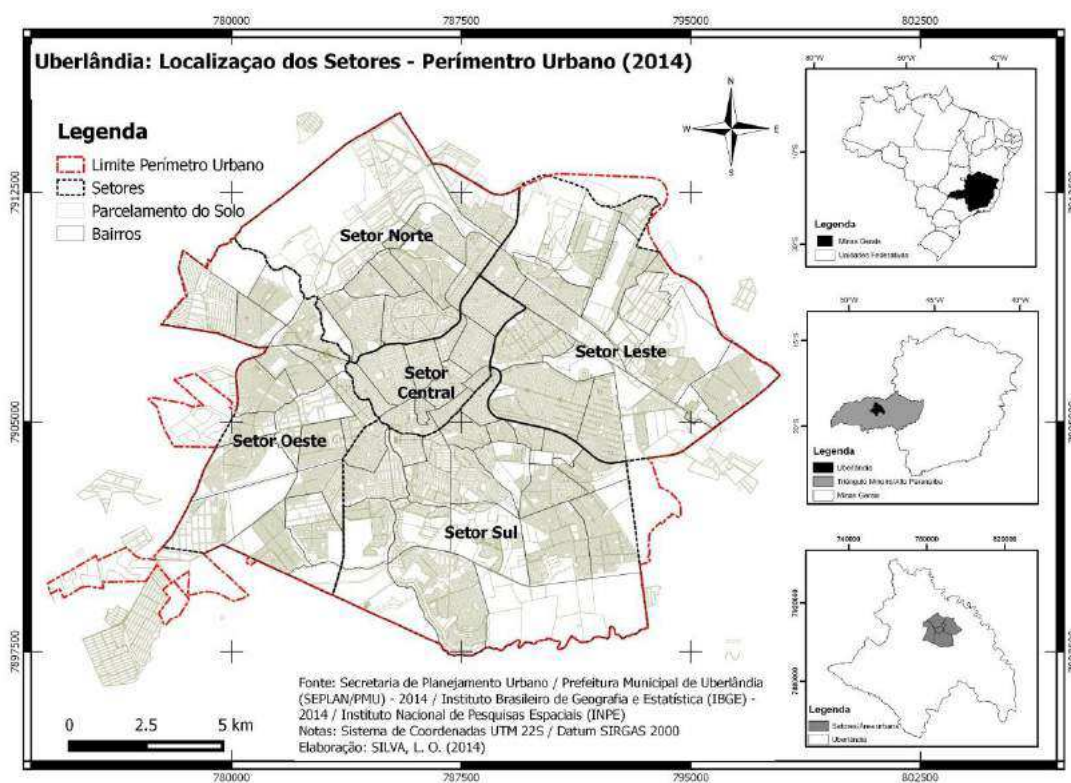
redes – sendo, o espaço da cidade resultado, também, de fatores que extrapolam seus limites, uma vez que o comércio e a distribuição de mercadorias constituem apenas parte da produção capitalista.

CAPÍTULO 2

Uberlândia e o comércio e distribuição de mercadorias

O Município de Uberlândia localizado na Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, no estado de Minas Gerais (ver mapa 2), destaca-se no comércio atacadista e também no ramo das operações logísticas em âmbito nacional devido à sua localização que facilita a ligação das regiões Centro-Oeste e Norte do país, com o Sul e Sudeste, principalmente com São Paulo e com as cidades portuárias. Comporta desta maneira, uma infraestrutura voltada para o suprimento das necessidades geradas por esta atividade econômica. Uberlândia atualmente, de acordo com o Censo demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é a segunda maior cidade do estado de Minas Gerais, em termos populacionais. A evolução da população da cidade pode ser observada na Tabela 1.

Mapa 2 – Uberlândia-MG: Localização da área urbana (2014)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

O rápido e intenso crescimento da cidade, em termos demográficos, econômicos (ver tabela 2) e, também, da própria mancha urbana se devem muito à polarização de fluxos que se dá em seu interior e também no seu entorno, uma vez que a cidade é cortada por várias rodovias federais (BR-050, BR-365, BR-452, BR-455 e BR-497) e

estaduais e, ainda, por uma ferrovia – Ferrovia Centro Atlântica (FCA), além de dispor de um aeroporto. Essa infraestrutura viária existente na cidade oferece as condições para a realização das atividades demandadas pelo mercado atacadista e, também, pelas operações logísticas. Soares (1995, p. 68) ao tratar do contexto regional no Triângulo Mineiro destaca que,

Com relação à rede de transportes, após a instalação da ferrovia, foram também construídas estradas de rodagem, no início do século XX, pela Companhia Mineira de Autoviação Intermunicipal, com sede em Uberlândia, e, assim, esta cidade foi a que mais se beneficiou desse serviço.

Tabela 1- Uberlândia - MG: Evolução da População (1920 – 2016)

ÁREA / ANO	1920	1940	1955	1970	1980	1991	2000	2010	2016
Rural	16.044	26.702	19.185	13.240	9.636	8.881	12.232	16.747	...
Urbana	6.912	15.477	35.799	111.466	231.598	357.848	488.982	587.266	...
Total	22.956	42.179	54.984	124.706	240.961	366.729	501.214	604.013	669.672

Fonte: IBGE (2016) / Prefeitura Municipal de Uberlândia (2016) / BESSA, Kelly (2007).

Nota: 1920, 1940, 1970, 1980, 1991, 2000 e 2010 (Censos Demográficos). 2016 (Estimativa Populacional).

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Tabela 2 - Produto Interno Bruto – Por Unidade Territorial (2010 - 2013)³

UNIDADE TERRITORIAL/ ANO	2010	2011	2012	2013
Brasil	3.885.847.000	4.373.658.000	4.805.913.000	5.316.453.957
Minas Gerais	351.133.915	400.049.756	441.662.103	441.662.103
Triângulo Mineiro / Alto Paranaíba	51.269.912	57.810.744	65.472.550	71.693.222
Uberlândia	18.962.924	19.567.261	22.825.878	25.774.947

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – 2016

Nota: Variável = Produto Interno Bruto a preços correntes (Mil Reais)

Org.: SILVA, L. O. (2016)

No que tange às empresas dos setores de operação logística e do mercado atacadista, destacam-se empresas locais, quais sejam: Martins, Arcom, Peixoto, União⁴, Aliança, Irmãos Kehdi, dentre outras. Martins e Peixoto têm seus armazéns localizados no Distrito Industrial (Setor Norte) da cidade de Uberlândia, enquanto que o armazém da Arcom localiza-se no bairro Minas Gerais, que faz divisa com o Distrito Industrial

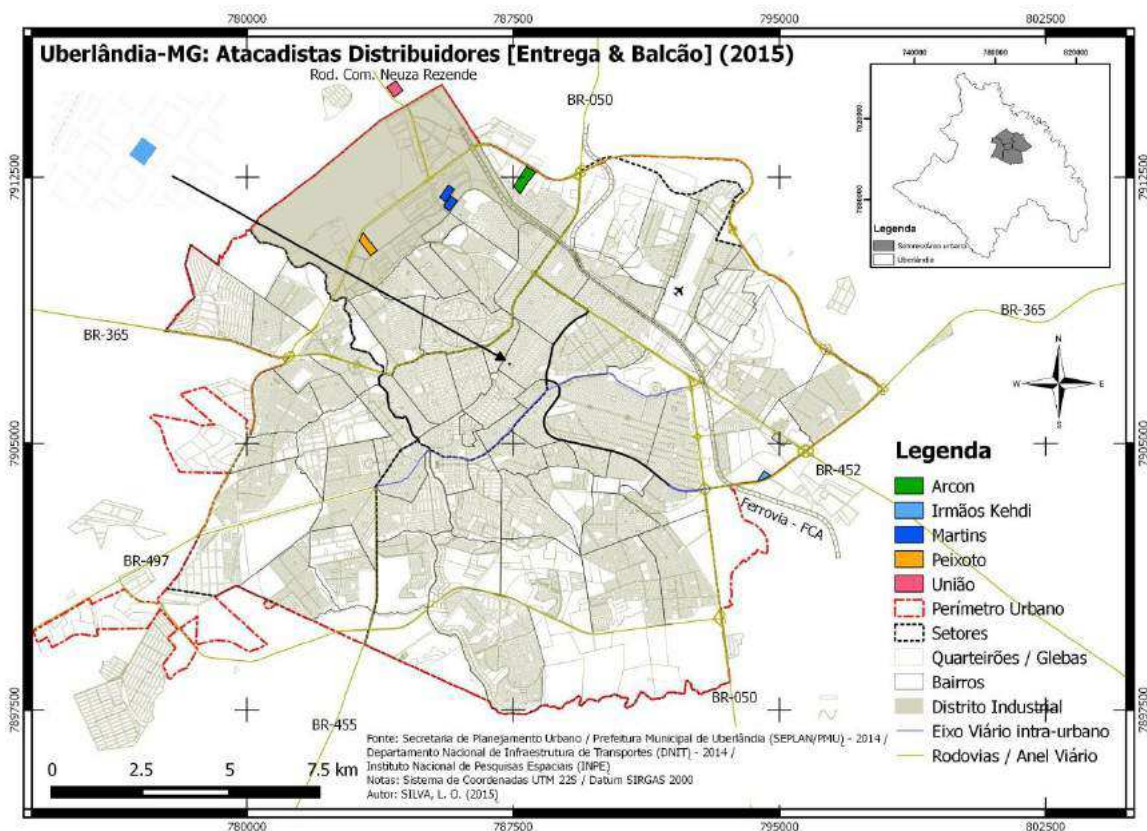
³ Neste período a participação (%) de Uberlândia-MG no Valor Adicionado Bruto do Setor de Serviços de Minas Gerais foi de: 4,9% em 2010, 4,8% em 2011, 5,0% em 2012 e 2013. Sendo que “Os serviços constituíram 66,8% do VAB de Uberlândia. O comércio, especialmente o segmento atacadista, teve grande participação na atividade local” (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 2013).

⁴ A empresa União Atacado Distribuidor decretou falência em 15 de junho de 2016, conforme reportagem publicada pelo *Correio de Uberlândia*, em 16 de junho de 2016.

(DI). Já a União tem seu armazém localizado na Rodovia Neuza Rezende, nas proximidades do Distrito Industrial (ver mapa 3).

Irmãos Kehdi, por sua vez, mantém um armazém no Setor Central da cidade, que funciona na modalidade atacadista de balcão, além de outro armazém localizado no Setor Leste. Enquanto que o Grupo Aliança dispõe atualmente de uma loja de autosserviço, localizada no Setor Norte – muito próxima ao Setor Central da cidade e de uma empresa que realiza operação logística no Distrito Industrial, a Alli Logística. Menciona-se ainda o Udifrios, que dispõe de uma loja de *atacarejo* localizada no Setor Oeste. Estas empresas têm grande capacidade de movimentação de mercadorias e geram, desta forma, uma grande quantidade de fluxos materiais, além de contribuir bastante para a economia do município de Uberlândia.

Mapa 3 - Uberlândia-MG: Atacadistas Distribuidores Locais (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Cabe ressaltar que a cidade de “Uberlândia tem início como um entreposto comercial, local de pouso, e aos poucos expandiu seu papel de prestador de serviços em função das empresas que ali surgiram criaram e fortaleceram a centralidade local” (Godoi, 2010, p. 256). Esta característica adquirida pelo município ganha ênfase

também no período em que o governo de Getúlio Vargas, na década de 1940, implanta as políticas de *interiorização* e a criação da Fundação Brasil Central – instalada em Uberlândia, assim como, com a definição da nova localização da capital federal, Brasília, e sua construção (Godoi, 2010).

Nota-se que é também em meados do século XX que surgem as empresas supracitadas – com exceção da Aliança e Udifrios –, que atuam no mercado atacadista, ressaltando este aspecto da economia local. Godoi (2010) destaca a importância assumida, pelos agentes locais neste período para a inserção de Uberlândia nos *circuitos de produção*. Dentre estes agentes destacam-se, principalmente, Fernando Vilela de Andrade, Alexandrino Garcia, Alair Martins e Rondon Pacheco.

Esse desenvolvimento do município na circulação de mercadorias foi alavancado após a construção da estrada de rodagem realizada por Fernando Vilela de Andrade, com extensão de 100 km, iniciada em 1912, que viria posteriormente compor parte da atual BR-365, entre Monte Alegre de Minas e Uberlândia, asfaltada na década de 1950, por Juscelino Kubitschek (SOARES, 1988, p. 18).

Alexandrino Garcia, no início da década de 1950, funda uma empresa para atender à demanda por combustível gerada pelo aumento do fluxo de veículos a partir das políticas getulistas, a *Garcia S.A. Indústria e Comércio* (Garinco) (Godoi, 2010, p. 263). Este também foi o responsável pela fundação da *Companhia Telefônica do Brasil Central*, atual *Algar Telecon*, que opera no ramo das telecomunicações e é, também, sediada em Uberlândia.

Alair Martins, por sua vez, inicia suas atividades no ramo do comércio e distribuição de mercadorias, com um “armazém de secos e molhados no ano 1953 denominado Borges Martins” (Gogoi, 2010, p. 264). O Grupo Martins que a princípio atendia o mercado local, atualmente opera em diversos pontos do território nacional (Martins, 2014). Já Rondon Pacheco foi responsável pela articulação política, atuando no direcionamento de recursos e investimento em infraestruturas em Uberlândia, sobretudo, quando assume “o governo estadual em março de 1971, ficando à sua frente até março de 1975” (Godoi, 2010, p. 272).

Na década de 1960 surgem outras empresas do setor já mencionadas (Arcom, Irmãos Kehdi, Peixoto e União) e, assim como o Grupo Martins, têm sua capacidade de operação e áreas de abrangência ampliadas, extrapolando atualmente as escalas local e regional e passando a atuar também em outras regiões do país – como poderá ser visto mais a frente. Cabe ressaltar também que, “essas empresas tendem a formar

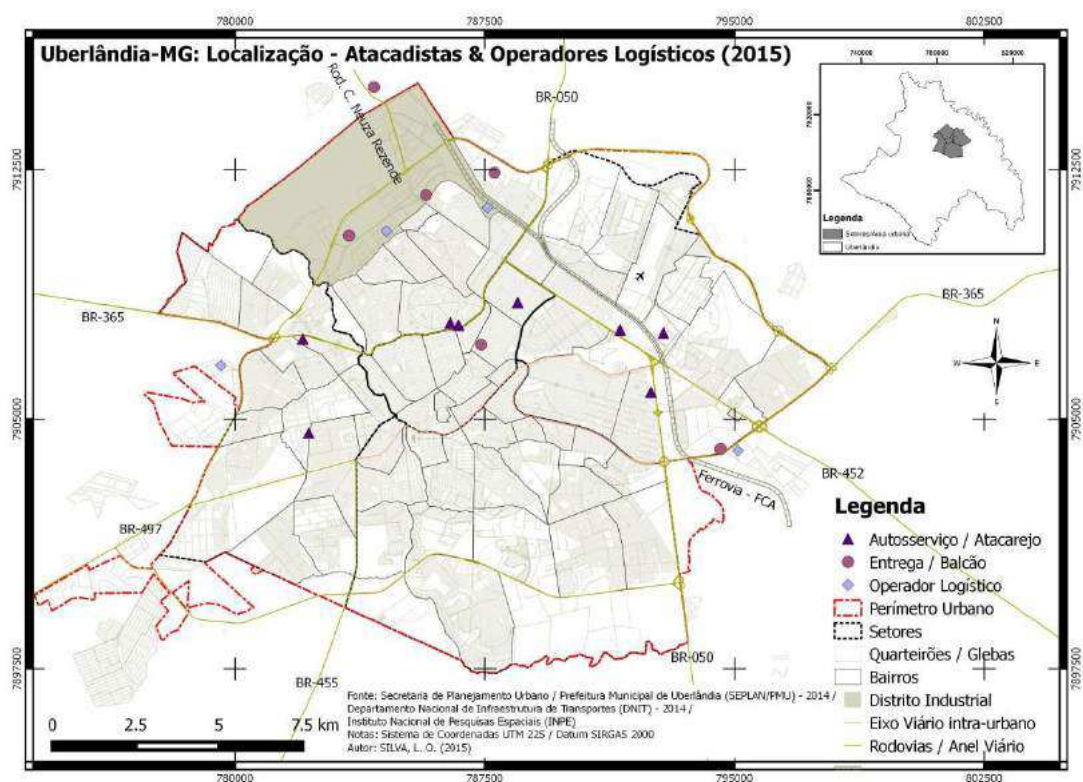
conglomerados no intuito de apoiar a atividade atacadista” (SOARES *et al*, 2010, p. 206).

Já os atacadistas de autosserviço passaram a se instalar na cidade no final da década de 1980, com uma loja da rede Makro, que permaneceu como a única da modalidade até o ano de 2010, quando é inaugurada na cidade uma loja da rede Atacadão. Desde então o número de lojas desta modalidade têm aumentado significativamente na cidade, sendo que em 2013 foram instaladas uma loja da rede Mart Minas e uma da rede Bahamas Mix. Após a abertura destas lojas na cidade, o Grupo Aliança instala próximo ao Atacadão, a loja BIZ Super Atacado – que funcionava na antiga sede do grupo, para atuar também na modalidade de autosserviço. O Mart Minas, em julho de 2015, inaugurou sua segunda loja na cidade. Já a rede Bahamas Mix construiu uma segunda loja em um novo *shopping center* da cidade, o Praça Uberlândia *Outlet*, loja que começou a funcionar em dezembro de 2015.

Uberlândia conta atualmente com três operadores logísticos localizados em diferentes setores da cidade, sendo eles: o Entrepasto da Zona Franca de Manaus, operado pela Supporte Logística Integrada, localizado no Setor Leste (Supporte, 2014); o PK Center, um *Business Park* que conta com um moderno complexo logístico (PK Center, 2015); e, também, o Porto Seco do Cerrado operado pela Libra Logística, um terminal intermodal que está ligado ao Porto de Santos pela Ferrovia Centro Atlântica e realiza o trânsito aduaneiro de importação e exportação, localizado no Setor Norte da cidade (Libra, 2014). Ganha importância para o contexto abordado a Alli Logística, uma vez que pertence ao Grupo Aliança e atua no setor de operação logística. A localização das empresas mencionadas pode ser observada no mapa 4.

Estes empreendimentos além de contribuírem para a economia da cidade são fundamentais para a compreensão da estrutura urbana encontrada em Uberlândia. Sendo assim, a seguir será abordada a relação entre o comércio a distribuição de mercadorias na organização do tecido urbano da cidade de Uberlândia, apresentando os processos constituintes deste espaço engendrados por tais atividades econômicas e que contribuíram para o processo de reestruturação da *periferia urbana*.

Mapa 4 - Uberlândia-MG: Atacadistas e Operadores Logísticos (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

2.1 O comércio atacadista e a distribuição de mercadorias na organização do tecido urbano de Uberlândia-MG

A produção do espaço urbano de Uberlândia foi pautada desde muito cedo pelos interesses da elite econômica da cidade, que tinha por objetivo constituir uma imagem de “modernidade e progresso” (SOARES, 1995). O Município de Uberlândia está localizado na Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Parnaíba, no estado de Minas Gerais (ver mapa 2). Bessa (2007, p. 90) recorda que no processo de ocupação do Triângulo Mineiro “a condição de *área de passagem* ou *espaço de circulação*, criada no século XVIII, promoveu a fundação de algumas aldeias, isto é, o surgimento dos primeiros povoados aglomerados da região”.

Uberlândia surgiu e desenvolveu-se como entreposto comercial como observa Soares (1995, p. 69-70),

[...] sobretudo, a partir de 1913, quando foram construídas estradas de rodagem pela Companhia Mineira de Autoviação Intermunicipal e a ponte Afonso Pena, que, conjuntamente, interligavam Goiás e Mato Grosso ao Triângulo Mineiro, particularmente a Uberlândia [...].

A cidade já contava com a estação ferroviária da estrada de ferro da Mogiana, desde 1895, que, todavia, era pequena (SOARES, 1995). Entretanto, mesmo não sendo neste momento de grande significância, contribuiu também para a estruturação econômica do município. No período compreendido entre fins do século XIX e início do século XX a cidade em formação, já tinha seu espaço organizado em função dos fluxos materiais. Soares (1995, p. 71) ressalta que,

[...] Uberlândia cresceu e desenvolveu-se sob o signo das estradas de rodagem. E, nesse processo, é preciso destacar o papel exercido pelos comerciantes locais, pelos motoristas de caminhão, conhecidos, então, como chauffeurs, e pelas transportadoras de cargas, que diversificaram a atividade comercial da cidade, a partir dos anos 30, devido à intensificação das relações entre os Estados de Mato Grosso e Goiás, fundamentalmente.

Tanto Soares (1995), como Moura & Soares (2009) concordam que neste período a cidade carecia de infraestrutura, fato que motivou a criação, em 1907, de um traçado urbanístico com o objetivo de conectar a malha urbana existente à Estação Mogiana, além de “criar uma cidade cuja imagem representasse a modernidade, melhorasse a sua estética e funcionalidade, Uberlândia transformou o seu sistema viário num traçado ortogonal, mesclado de praças” (CLEPS, 2008, p. 28). Soares *et al* (2010, p. 165) ressaltam que “a entrada de Uberlândia nesse cenário de desenvolvimento rodoviário deu-se, efetivamente, com a criação da Companhia Mineira de Autoviação Intermunicipal, em 1912”.

Além disso, outros fatores como “a construção da ponte Afonso Pena (1910) e de uma malha urbana de estradas de rodagem (1912)” ampliaram os fluxos de mercadoria e informações na região do Triângulo Mineiro, beneficiando principalmente os municípios de Uberaba, Araguari e Uberlândia (BESSA, 2007, p. 114). Esses investimentos na malha rodoviária no Triângulo Mineiro estabeleceram “47 linhas intermunicipais, totalizando 2.859 km; e, em Goiás, via ponte Afonso Pena, foram 23 linhas intermunicipais, totalizando 2.043 km” (BESSA, 2007, p. 122). Tais investimentos visando a integração dos municípios que não dispunham de estações ferroviárias direcionaram os fluxos para Uberlândia por meio das novas conexões rodoviárias, que até 1905 dispunha de “11 armazéns de varejo e atacado, além de comerciantes de secos e molhados” (BESSA, 2007, p. 122).

Até a década de 1940 o tecido urbano de Uberlândia se restringia à área hoje compreendida como Setor Central – e nem mesmo ocupava toda esta área – (ver Moura & Soares (2009)), fato que permite visualizar o rápido crescimento horizontal da cidade ao longo das últimas sete décadas. Em 1920 já havia 92 estabelecimentos varejistas e atacadistas na cidade, que contava também com a implantação de infraestruturas urbanas e buscava fortalecer seu papel de entreposto comercial (BESSA, 2007).

No ano de 1940 os estabelecimentos comerciais já somavam 305, sendo 55 atacadistas e 250 varejistas, dentre os quais encontram-se Rezende e Cia, Custódio Pereira e Teixeira Costa, que recebiam as mercadorias de São Paulo pela ferrovia e redistribuíam por meio de caminhões utilizando as rodovias (BESSA, 2007). No ano de 1955, Uberlândia já contava com 121 estabelecimentos atacadistas e 691 varejistas, além de 13 agências bancárias e 277 estabelecimentos industriais (BESSA, 2007, p. 145).

Entre as décadas de 1940 e 1970 uma série de fatores também contribuiu para o desenvolvimento econômico e o crescimento da mancha urbana de Uberlândia, dentre eles: a atuação já destacada de Alexandrino Garcia e Alair Martins; a atuação política de Rondon Pacheco; a criação dos armazéns das atuais empresas de comércio e distribuição atacadista (Arcom, Irmãos Kehdi, Peixoto e União), na década de 1960; além da construção de Brasília e Goiânia na década de 1960; da criação Universidade Federal de Uberlândia; e, implantação do Distrito Industrial na década de 1970 (SOARES, 1995).

Outro fato a ser destacado é a inauguração da nova estação ferroviária na década de 1970 (UBERLÂNDIA, 2001), que chama a atenção uma vez que a estação ferroviária até então instalada na área central da cidade (atual Praça Sérgio Pacheco), foi transferida para o bairro Custódio Pereira, que está localizado no Setor Leste da cidade, nas proximidades do aeroporto. A Universidade também teve seus dois primeiros *campi* instalados neste setor da cidade, sendo um deles no bairro Umuarama, também nas proximidades da área que hoje comporta o aeroporto e, o outro no bairro Santa Mônica, mais próximo ao Setor Central.

Nas décadas de 1980, 1990 até meados de 2000 ocorre também a transferência dos armazéns das empresas atacadistas de maior expressão para o Distrito Industrial (Martins e Peixoto) e proximidades (Arcom e União), como forma de facilitar a movimentação de carga e o acesso dos veículos, uma vez que até este período os

armazéns destas empresas localizavam-se no Setor Central da cidade. Soares *et al* (2010, p. 206) observam que,

Por necessitarem de grandes estruturas físicas e de uma malha de circulação eficiente, as empresas atacadistas instalam-se, especialmente, no Distrito Industrial ou em bairros próximos às rodovias de acesso à cidade, facilitando, assim, a circulação de mercadorias, especialmente nas rodovias BR-365, que liga o pontal do Triângulo Mineiro ao Norte de Minas e BR-050, que liga São Paulo a Brasília.

Tendo em vista as *estratégias locacionais* adotadas pelas empresas do setor atacadista e a implicação destas estratégias na estrutura urbana, no tópico seguinte é feita uma abordagem mais detalhada da dispersão destes empreendimentos pelo tecido urbano de Uberlândia.

2.1.1 As empresas de capital local e sua dispersão pelo tecido urbano pós 1980

Em se tratando das empresas locais do setor de comércio e distribuição atacadista têm-se, sobretudo, aquelas até aqui mencionadas – Martins, Arcom, Peixoto, União, Irmãos Kehdi e Aliança –, como sendo as mais importantes, seja por sua expressão para a economia local, seja pela sua contribuição para a construção da cidade, e que fizeram com que esta se tornasse como muitos mencionam ao se referir a Uberlândia: a *capital da logística* no Brasil. Muito embora, conforme dados da Prefeitura Municipal de Uberlândia (2013), existam 2.833 empresas do setor atacadista instaladas na cidade.

A opção por destacar somente as empresas supracitadas se faz necessária uma vez que seria inviável detalhar todas as empresas instaladas na cidade e fugiria ao objetivo da pesquisa. Além disto, a já mencionada importância histórica e econômica das referidas empresas as torna fundamentais para a compreensão da cidade de Uberlândia quanto aos aspectos econômico, social e espacial.

Também como se destacou no primeiro capítulo as próprias alterações na sociedade, sobretudo, a evolução dos meios de transporte e comunicação, possibilitaram avanços também nos setores de comércio e serviços, no qual incluem-se as empresas do setor atacadista. Observa-se, por exemplo, que o Grupo Martins apresentou grande expansão e diversificação na sua área de atuação, que como poderá ser visto foi acompanhada também pelas demais empresas.

“O embrião do Sistema Integrado Martins foi um armazém de 110 m² inaugurado dia 17 de dezembro de 1953” (MARTINS, 2015) e atendia apenas o mercado local, todavia, passou a atuar após algum tempo em todo o território nacional e também em outras áreas. Ressalta-se conforme o *site* do Martins (2015) que,

Até 1964 o negócio era um misto de varejo e atacado – vendedores cobriam a região de Uberlândia, enquanto caminhoneiros levavam mercadorias para o Mato Grosso, Goiás, Distrito Federal e Bahia. Foi então que Alair tomou a decisão de se dedicar somente ao atacado.

Após esta mudança, no ano de 1973 é inaugurado um novo armazém com 3 mil m², que viria a ser substituído pela Central de Armazenagem e Distribuição, que teve sua construção concluída em 1987 e ocupa uma área de 42.000 mil m² (MARTINS, 2015). De acordo com informações do *site* do Martins (2015),

Para atuar em sinergia, foram criados um Banco destinado a oferecer soluções financeiras; uma universidade corporativa para fornecer soluções de gestão e tecnologia; uma empresa de cartões para soluções de crédito aos consumidores; uma corretora de seguros para soluções de proteção do patrimônio e dos ativos; uma rede de varejo (Smart Supermercados) para promover eficiência em marketing e operações aos filiados; um portal de e-commerce para aproximar os clientes; e uma central de vendas pelo telefone (Tele vendas) para as soluções de rapidez e facilidades para compras e contato direto do cliente com a empresa. Além disso foram implantadas Unidades Regionais de Negócios em áreas estratégicas do país, destinadas a agilizar e aperfeiçoar a prestação de serviços aos clientes.

Atualmente o Martins dispõe de uma frota de 1.100 veículos, um mix de 17.000 produtos, tendo 376.850 clientes ativos no atacado, além de 850 lojistas filiados à rede Smart. Para garantir o abastecimento o grupo possui cinco Unidades Regionais de Negócios, localizadas: em João Pessoa-PB, Jaboatão do Guararapes-PE (região metropolitana do Recife), Ananindeua-PA, Camaçari-BA e, também, em Manaus-AM; além de quarenta e uma filiais *Cross Docking* (MARTINS, 2015).

Sua Central de Armazenagem e Distribuição encontra-se localizada na cidade de Uberlândia, como pode ser observado no mapa 2. Sendo assim, toda a cadeia de suprimentos na qual o grupo está inserido de certa forma se comunica com a sede

situada na cidade, demandando infraestrutura adequada para suportar estes fluxos, sejam eles materiais ou imateriais, além de mão-de-obra qualificada para operar toda esta cadeia.

Da mesma forma, as empresas que viriam a surgir na década seguinte, quais sejam: Arcom, Irmãos Kehdi, Peixoto e União, sofreram alterações significativas na sua estrutura organizacional à medida que os negócios iam expandindo, acompanhando as transformações na sociedade e demandando também investimentos em infraestrutura.

O Peixoto fundado em 1961 e que passou a atuar no ramo atacado distribuidor no ano de 1964, sob o nome de Armazém Peixoto, foi resultado da atuação de Nilton Peixoto, seu fundador, no varejo, que teve início na década de 1950 (PEIXOTO, 2015). No final da década de 1980 é realizada a mudança de local do armazém para o Distrito Industrial para uma área de 131 mil m², dos quais 31 mil m² de área construída e no ano seguinte o armazém onde até então operava, na Avenida João Pinheiro (Setor Central) “passa a funcionar o Peixotão que era um atacado de balcão que comercializava 300 itens” (PEIXOTO, 2015).

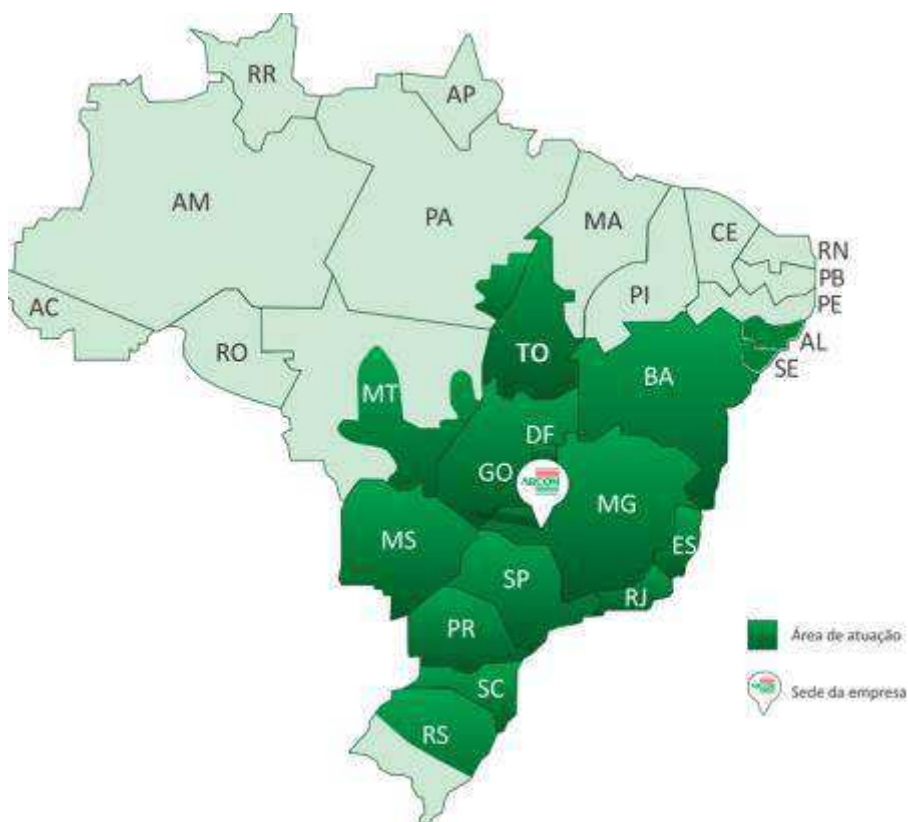
Num contínuo processo de expansão e diversificação dos negócios, em 1990, é criada uma central de televendas e cinco anos depois é ampliada a área construída do armazém em 1.800 m² (PEIXOTO, 2015). Em 1998 é inaugurado um Centro de Distribuição Avançado em São Paulo, e no ano seguinte é lançada a marca própria chamada Valor cujo mix atualmente conta com mais de 300 itens, além da criação no ano de 2000 da Indústria Peixoto responsável pela produção de itens da marca Valor (PEIXOTO, 2015).

No ano seguinte é criada a Rede Valor de Supermercados, que atua no varejo e depois passa a contar com programa de relacionamento com cliente, dentre outras estratégias de mercado que vêm sendo adotadas para a manutenção e expansão dos negócios do grupo (PEIXOTO, 2015). Atualmente o Grupo Peixoto atua em treze estados da federação, sendo eles: Bahia, Maranhão, Pará, Piauí, Pernambuco, Amazonas, Amapá, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Distrito Federal, Goiás (PEIXOTO, 2015).

Já o Arcom foi criado no ano de 1965 como Atacado Distribuidor e também sofre ao longo de sua história diversas alterações na sua estrutura física e organizacional. Assim como as demais empresas do setor expandiu bastante sua área de atuação, que pode ser observada no mapa 5. Segundo informações do *site* do Arcom (2015),

Após quatro anos de sua fundação, o Arcom inaugurou a sua primeira sede própria, com área de armazenagem de 1.500 m². Com os negócios crescendo cada vez mais, e a empresa se destacando pelo compromisso com os seus clientes, no ano de 1989, o Arcom inaugura a sua maior sede, aumentando a sua área de armazenagem em quase 7 vezes, agora para 62.000 m², garantindo uma perfeita integração entre a indústria e o mercado consumidor.

Mapa 5 – Área de atuação do Arcom (2015)



FONTE: Arcom (2015)
Org.: SILVA, L. O. (2016)

Já em 1966 surge o Armazém União, que depois viria a se tornar, em 1990, no União Atacado Distribuidor (UNIÃO, 2015). Quando desta reestruturação o grupo já trabalhava com um mix de 350 itens, atendendo a 1.800 clientes nos estados de Minas Gerais, Goiás e no Distrito Federal (UNIÃO, 2015). No ano de 1993 ocorre a mudança para uma nova sede, maior, e que é ampliada em 1995 (UNIÃO, 2015).

Após a mudança e ampliação da nova sede, no ano de 2001, ocorre a construção da sede própria, com área de 10.700 m², contando com 26 boxes de expedição e recebimento, 12.900 posições de pallets e 10 Centros de Distribuição Móveis (UNIÃO, 2015). Até o seu fechamento, em junho de 2016, a empresa contava também com uma

equipe de televendas, trabalhando com um mix de 3.000 itens e uma frota de mais de 150 veículos em treze estados brasileiros (UNIÃO, 2015).

Outro atacadista da cidade que também teve origem na década de 1960 é o Irmãos Kehdi, que começou e ainda atua como atacadista de balcão. Com o passar do tempo a empresa também modificou sua estrutura, tanto física, como organizacional. Em 2004, foi fundada a Kehdi Logística, que dispõe de uma filial em Ribeirão Preto e atua nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do país (IRMÃOS KEHDI, 2015).

Além disso, no ano de 2011 foi construída a nova sede que passou a concentrar as atividades da empresa, além do armazenamento de mercadorias, com exceção do atendimento aos clientes que ainda ocorre no armazém situado no Setor Central da cidade (CORREIO DE UBERLÂNDIA, 2011). A nova sede, localizada na BR-365 (Setor Leste), tem “área total de 36 mil metros quadrados, sendo 6,8 mil metros quadrados de área construída” (CORREIO DE UBERLÂNDIA, 2011). Também de acordo com o jornal *Correio de Uberlândia* (2011) o atacadista “atende a 60 cidades nos estados de Minas Gerais e Goiás, onde tem uma filial” e conta com 2.800 produtos no seu mix.

Já na década de 1990 é fundado o Aliança Atacadista que tinha seu armazém localizado onde atualmente funciona a primeira loja da rede Bahamas Mix instalada em Uberlândia, no Setor Central. O Grupo Aliança alterou bastante a sua forma de atuação no mercado, tendo criado a Rede Biz de supermercados, a Alli Logística Integrada, além da BIZ Distribuidora e da BIZ Super Atacado – atacado de autosserviço (REDE BIZ, 2010). Esta última teve início ainda na antiga sede do grupo, migrando depois da instalação da loja do Atacadão no Setor Norte, para área vizinha a esta.

Quanto à operação logística do grupo em matéria publicada no *site* da Rede Biz (2010) é destacado que “Todas as operações de entregas continuarão sendo realizadas pela Alli Logística, do grupo Aliança, responsável ainda pelo transporte dos produtos do Aliança e Rede Biz”. A Alli que foi criada em 2001, com sede no Rio de Janeiro, dispõe de uma área 11.420 m², tendo uma capacidade de armazenagem 17.620 m³, o que comporta 400 toneladas (ALLI, 2015).

Há também mais uma empresa do setor com sede em Uberlândia, que ganha destaque para o objetivo desta pesquisa, qual seja: a Udifrios. Esta empresa atua no setor de *food servisse* – servindo restaurantes, lanchonetes e demais empresas do ramo, além de atender também os clientes finais, com um mix de mais de 2.500 produtos

(UDIFRIOS, 2015). Foi criada em 1992 e mais recentemente abriu uma loja de autosserviço que atende no atacado e varejo (UDIFRIOS, 2015). Sua atuação se restringe ao âmbito regional, diferentemente das demais empresas citadas, sendo que além de Uberlândia atende as cidade de Araguari, Nova Ponte, Prata e Santa Juliana, todas situadas no entorno de Uberlândia (UDIFRIOS, 2015).

Cabe destacar que os armazéns e centros de distribuição destas empresas, com exceção da Udifrios, passam a se localizar na *periferia urbana* de Uberlândia somente após a ampliação da capacidade de intercâmbio de mercadorias que estas apresentam e, do conseqüente aumento na demanda por maior espaço e fluidez.

Este fato ocorre a partir da década de 1980, como já pôde ser observado em outros trechos, com a transferência do Martins, num primeiro momento. O Peixoto também migra para a atual sede no Distrito Industrial no ano de 1988, o Arcom, por sua vez, inaugura sua nova sede em 1989, enquanto que a União se transfere para o novo centro de distribuição no ano de 2001. O Grupo Aliança como já foi ressaltado acima criou a Alli Logística em 2001, todavia manteve até meados de 2012 algumas atividades, como a BIZ Super Atacado no Setor Central. Já o Grupo Irmãos Kehdi mantém ainda um armazém no Setor Central onde realiza o atendimento aos clientes na modalidade de atacado de balcão, além da nova sede construída em 2011 na BR-365.

Também Arcom, Martins, União e Peixoto já tiveram, em determinados períodos, seus armazéns localizados na área que hoje compreende o Setor Central da cidade de Uberlândia, que pode ser observada no mapa 1. Mesmo porque no período em que estas empresas foram criadas (1950-1970) o perímetro urbano de Uberlândia não se estendia muito além dos limites da área que atualmente compreende este setor da cidade. Salienta-se que o período que abrange as mudanças de local dos armazéns destas empresas atacadistas citadas é caracterizado por intenso crescimento urbano, econômico e demográfico de Uberlândia (Soares, 1995, p. 91).

Assim, observa-se que devido à necessidade de maior fluidez as empresas atacadistas deslocaram-se das áreas mais adensadas para novas áreas, que além de proporcionar maior acessibilidade – uma vez que se relacionam com outros pontos do território, disponibilizam também maior espaço para a movimentação e armazenagem das mercadorias.

O Distrito Industrial de Uberlândia, que é administrado pela Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (Codemig), dispõe de eixos viários que possibilitam o fácil acesso às rodovias federais, dentre eles o Anel Viário Ayrton Sena,

tornando-o uma interessante localização para as empresas do setor atacadista distribuidor.

Esta estratégia locacional, de se instalar próximo a eixos viários de maior acessibilidade e fluidez, também será observada pelas novas modalidades do setor atacadista atualmente presentes na cidade. Os operadores logísticos, assim como os atacadistas distribuidores se alocam nas bordas da cidade, enquanto os atacadistas de autosserviço, uma vez que atendem também os clientes finais, além de varejistas locais, optam por localizar-se em áreas onde há também grande fluxo urbano. Na sequência serão apresentadas algumas características destes empreendimentos e sua inserção no espaço da cidade de Uberlândia.

2.2 Novos agentes e novas modalidades – uma nova dinâmica espacial

No primeiro capítulo já foi abordada a expansão do setor atacadista, que tem como um de seus desdobramentos o surgimento e consolidação de novas modalidades e formas de atuação no mercado. Uberlândia, como pôde ser visto até aqui tem o setor atacadista como uma de suas principais atividades econômicas e, além da expansão e diversificação das empresas de capital local, esta tem recebido cada vez mais empresas do setor, que visam se beneficiar das vantagens que a cidade oferece para a realização desta atividade econômica.

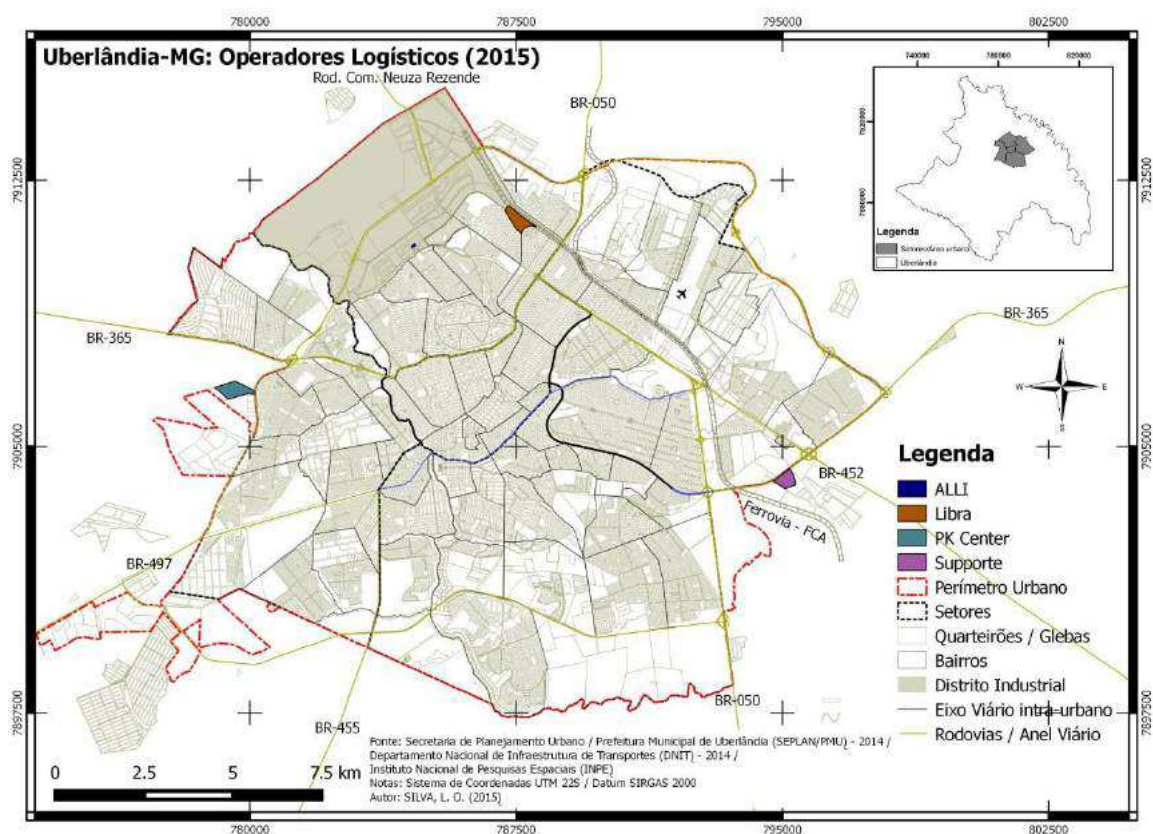
Diante desse quadro, observa-se a instalação de grandes estruturas destinadas à prestação de serviços de operação logística – os operadores logísticos –, como também, o rápido aumento do número de lojas de grandes redes que atuam na modalidade de autosserviço, a maior parte delas atendendo tanto no atacado, como no varejo – os *atacarejos*, ou, *cash & carry*.

Assiste-se por um lado, à instalação dos operadores logísticos nas bordas da cidade, em grandes áreas com acesso direto às rodovias federais, que conectam a cidade de Uberlândia a outros pontos do território – todavia, alhures ao perímetro urbano de Uberlândia, embora justapostos a este, como é caso do Entrepasto da Zona Franca de Manaus e do PK Center. O Porto Seco do Cerrado, por sua vez, além de ter sua conexão com outros locais por meio do transporte ferroviário, está localizado no Distrito Industrial e, assim, serve-se também da infraestrutura rodoviária existente no seu entorno (ver mapa 6).

Importante destacar que o Entrepasto da Zona Franca de Manaus, cuja operação é realizada pela Supporte Logística, localiza-se ao lado do Centro Empresarial Leste,

enquanto que o PK Center, que comporta centros de distribuição da Natura, Lojas Americanas e B2W e, também, da Pepsico (PK CENTER, 2015), está instalado no Centro Empresarial localizado no Setor Oeste. Estas áreas, conforme Lei Complementar nº 535, de 21 de outubro de 2011, que adota a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE no zoneamento do uso e ocupação do solo do município de Uberlândia, se dedicam a usos e atividades não poluentes (UBERLÂNDIA, 2011).

Mapa 6 – Uberlândia-MG: Localização dos Operadores Logísticos (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

A opção por localizar-se nas proximidades dos eixos rodoviários que interligam a cidade a outros pontos do território também pode ser notada na escolha das empresas do atacado de autosserviço, sendo que “em 1989 foi inaugurada uma loja do Makro atacadista, pertencente ao Grupo holandês SHV MAKRO NV” (CARVALHO & CLEPS, 2006, p. 87), às margens da BR-050, no Setor Leste da cidade. Mais recentemente, em 2010, foi instalada uma loja do Atacadão, no Setor Norte, seguido pelos grupos Bahamas Mix e Mart Minas, ambos instalados na cidade no ano de 2013.

Também no mesmo período ocorre a instalação da loja do BIZ Super Atacado próximo ao Atacadão, além da abertura da loja de *atacarejo* da UDIFRIOS – ambas

com origem em Uberlândia, como já foi dito anteriormente. Mais recentemente, Mart Minas e Bahamas Mix constroem mais duas lojas, no Setor Oeste a primeira, e a segunda no Setor Leste.

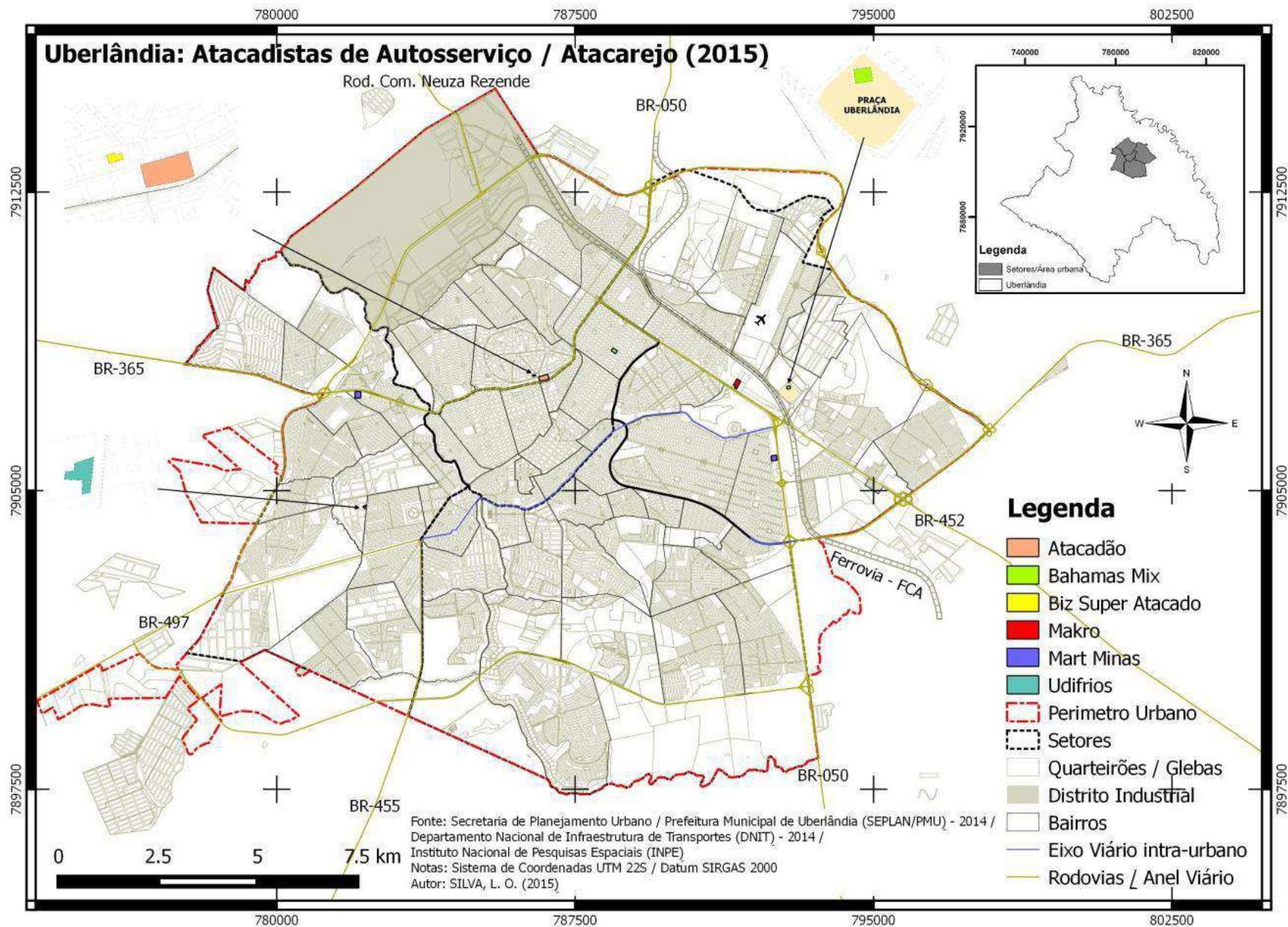
A primeira loja da rede Bahamas Mix (instalada em 2013) encontra-se localizada no Setor Central da cidade – no prédio onde funcionava o armazém do Grupo Aliança Atacadista e sua loja de autosserviço: BIZ Super Atacado –, que apesar de não margear um eixo rodoviário de conexão intermunicipal está localizada entre dois importantes eixos viários intra-urbanos. A segunda loja da rede Bahamas Mix foi instalada no “Praça Uberlândia *Outlet*” (em 2015), um *shopping center* construído recentemente na cidade, em avenida que conecta o aeroporto e adjacências à BR-050, próximo às lojas do Makro e à primeira loja do Grupo Mart Minas.

Interessante ressaltar que a instalação do BIZ Super Atacado, do Grupo Aliança Atacadista, nas proximidades da loja do Atacadão, assim como as lojas dos Grupos Mart Minas e Bahamas Mix no Setor Leste, nas proximidades da loja do Makro, além da loja do Mart Minas no Setor Oeste, o que sugere um processo de *especialização funcional* da área em questão, composta pelo eixo rodoviário que conecta as BR-050, BR-365 e BR-452, como pode ser visto no mapa 7.

A expansão desta modalidade de comércio na cidade é evidenciada pelos números apresentados por reportagem, veiculada em julho de 2015, do *Correio de Uberlândia* (2015), que inicia a matéria destacando que “As lojas de *atacarejo*, mercados que juntam atacado e varejo, comemoram o crescimento nas vendas que aumentaram até 30% nos últimos 12 meses”. A reportagem atribui o crescimento das vendas no *atacarejo* e atacado de autosserviço à redução do poder de consumo da população, devido a um cenário econômico desfavorável para determinados setores da economia, que culminaram numa queda de 2,1% no PIB – Produto Interno Bruto – nacional (IBGE, 2015). Assim, segundo o jornal *Correio de Uberlândia* (2015), os consumidores têm migrado do varejo (supermercados, hipermercados, etc.), para o *atacarejo*.

O crescimento da modalidade de *atacarejo* em Uberlândia se dá mesmo diante de uma queda do valor adicionado do macro-setor serviços de 1,4% em relação ao mesmo período de 2014, conforme matéria divulgada no *site* do IBGE (2015), a qual destaca “a contração de 7,2% do comércio (atacadista e varejista) e de 6,0% de transporte, armazenagem e correio, puxado pelo decréscimo do transporte e armazenamento de carga” (IBGE, 2015).

Mapa 7 – Uberlândia-MG: Atacadistas de Autosserviço & Atacarejos (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Outra reportagem do *Correio de Uberlândia* (2014) destaca mais um fator que favorece a atuação do *atacarejo*, qual seja a atração de pequenos e médios comerciantes, bem como, consumidores finais de cidades de pequeno porte no entorno de Uberlândia, citando o exemplo de comerciantes da cidade de Monte Alegre, que se deslocam de sua cidade até Uberlândia para realizar as compras com vistas a abastecer seu estabelecimento semanalmente (CORREIO DE UBERLÂNDIA, 2015).

Este poder de atração que estes estabelecimentos possuem ratifica a escolha por sua localização em áreas lindeiras aos grandes eixos rodoviários, na *periferia urbana*, se favorecendo de toda a infraestrutura e da dinâmica urbana, bem como, de fatores como *acessibilidade e conectividade* com vários pontos da cidade e do território. Fato que pode ser observado desde a implantação dos hipermercados em São Paulo, na década de 1970 (PINTAUDI, 2002), como já foi destacado e, também, em outras grandes cidades, sobretudo metrópoles brasileiras, como, por exemplo, a presença destes estabelecimentos na Avenida Perimetral Norte, em Goiânia – eixo estrutural da periferia da cidade, que se conecta a rodovias – concentrando em um pequeno trecho, entre as avenidas Anhanguera e Goiás, lojas das redes Assaí Atacadista, Atacadão e Makro.

Desta forma, na mesma medida em que os *atacarejos* se favorecem da dinâmica e da infraestrutura urbana pré-existentes, eles também engendram uma nova dinâmica no espaço em questão e muitas das vezes geram uma nova demanda por infraestrutura, sobretudo no sistema viário. Devido a isso, assiste-se a constantes obras de manutenção e duplicação de rodovias, construção de viadutos e alças de acesso, dentre outras. Assim sendo, a seguir serão apresentadas algumas destas obras observadas em Uberlândia em período recente.

2.3 A reestruturação viária da periferia de Uberlândia

Desde meados dos anos 2000 tem-se notado um processo de reestruturação da *periferia urbana* de Uberlândia, por meio da reforma e ampliação da malha viária, dentre as quais pode-se destacar: duplicação de rodovias (inclusive nos trechos situados dentro do perímetro urbano), manutenção e recapeamento de vias, construção de viadutos e alças de acesso, obras de conclusão do anel viário (em andamento), dentre outras (ver mapa 8). Importante destacar também o projeto de expansão do aeroporto – conforme o *site* da Prefeitura Municipal de Uberlândia (PMU), em matéria de 12 de junho de 2013. Soares et al (2010, p. 203) observou que,

[...] o município de Uberlândia tem se beneficiado dos investimentos do Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal (PAC), sobretudo com obras urbanas (construção de viadutos) e investimentos na melhoria do sistema rodoviário regional (duplicação da rodovia 365, do km 622 ao entroncamento com a BR 153 e da BR 050, entre Uberlândia e Araguari).

Além das obras relacionadas ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do Governo Federal, mencionado por Soares et al, outras obras têm sido realizadas, tanto do Governo Federal, como no caso do Contrato de Reabilitação e Manutenção de Rodovias (Crema), como do governo municipal. As obras relacionadas aos programas do Governo Federal ganham importância, sobretudo, porque a cidade de Uberlândia (como pode ser observado no mapa 8) é estruturada em torno destes grandes eixos rodoviários, que, desta forma, funcionam em muitos locais como barreiras entre áreas da cidade, que se conectam somente pelos viadutos e passarelas existentes.

O Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes (Dnit) é o órgão que gerencia as obras no âmbito federal, o que ressalta a importância da escala territorial na compreensão dos processos de reestruturação urbana em curso em Uberlândia. A BR-050, conforme reportagem do *Correio de Uberlândia*, de 15 de julho de 2014, teve um grande trecho urbano recapeado, que tem 5,1 km de extensão e localiza-se "entre o viaduto Regis Bittencourt e o viaduto da avenida João Naves de Ávila com a rodovia" (CORREIO DE UBERLÂNDIA, 2014) – ver foto 1 – no Setor Leste da cidade.



Foto 1 – Uberlândia-MG: Trecho Urbano da BR-050 em obras (2014)

Fonte: Correio de Uberlândia, 2014.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Este processo aqui entendido como reestruturação viária no qual os eixos rodoviários que passam pelo perímetro urbano vêm sendo adaptados às novas demandas do capital (supracitadas), compõe juntamente com os novos usos e funções presentes nas áreas periféricas da cidade a reestruturação deste espaço. Pois, com opção pelo transporte rodoviário como destaca Souza (2005, p. 86), “a demanda por instalação de infra-estrutura cresce de maneira assustadora, à medida que a malha viária se multiplica rapidamente, e as distâncias, a serem vencidas, em grande ou na maior parte, na base do transporte sobre rodas, vão aumentando e aumentando”.

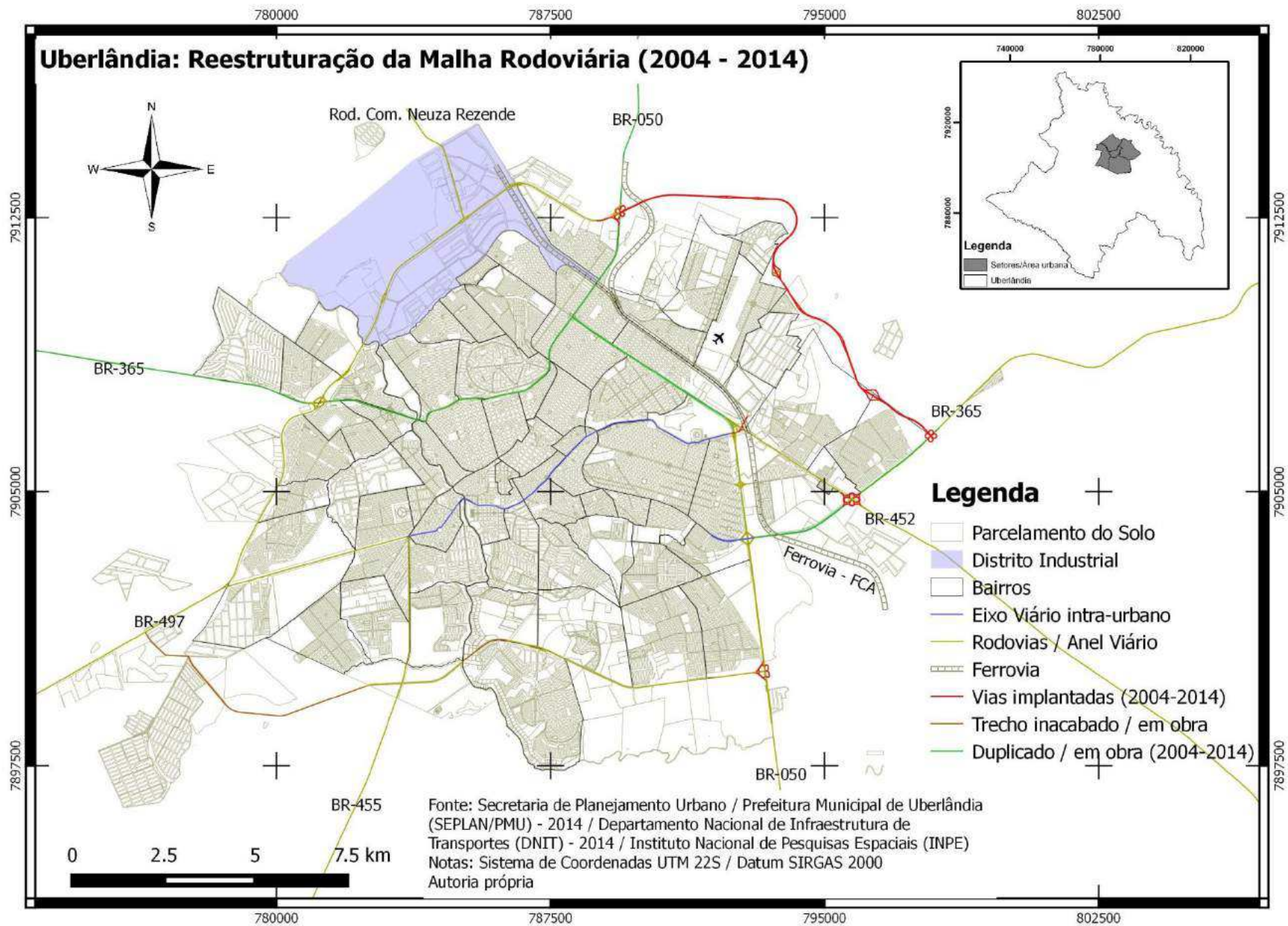
Ademais, a prioridade dada à circulação do automóvel tem contribuído para a fragmentação do espaço urbano, bem como, para segregação de áreas que se tornam intransponíveis para o pedestre. Isto implica na perda da qualidade de vida dos cidadãos, pois como afirma Duarte (2007, p. 140),

O usufruto da cidade depende do ir-e-vir, ou seja, de ações cotidianas: ir à escola ou ao trabalho; frequentar atividades especiais, como usar um posto de saúde ou consultar um médico; fazer uso de equipamentos de lazer ou outras atividades sociais. O fato é que todas dependem de boas condições de locomoção nas cidades.

Por fim, cabe destacar também que a malha viária é de singular importância para a estruturação do espaço da cidade. Pois, como observa Lynch (1997, p. 106) “as vias, a rede de linhas habituais ou potenciais de deslocamento através do complexo urbano são o meio mais poderoso pelo qual o todo pode ser ordenado”. A importância deste elemento no espaço interno das cidades chama a atenção para a necessidade de pensá-lo, discuti-lo e projetá-lo, levando-se em consideração também o contexto regional e territorial, com o qual a cidade contemporânea tem uma relação dialética muito intensa, o que o torna indispensável para o planejamento urbano.

Assim, no próximo capítulo são analisados os fluxos resultantes da instalação e operação dos *atacarejos* na cidade de Uberlândia, sobretudo, na *periferia urbana*, bem como, a sua relação como sistema viário da sede municipal, a fim de elucidar melhor as *estratégias locacionais* e os processos espaciais resultantes da dinâmica gerada por tais estabelecimentos.

Mapa 8 – Uberlândia-MG: Obras de infraestrutura rodoviária (2004-2014)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

CAPÍTULO 3

A reestruturação da cidade de Uberlândia: os fluxos do *atacarejo* e a cidade

Com base no que foi apresentado até aqui é possível perceber algumas das mudanças na configuração espacial da cidade de Uberlândia associadas à dinâmica do setor atacadista neste espaço. O primeiro aspecto a ser destacado nesta perspectiva diz respeito às *estratégias locacionais* discutidas acima, que, como pôde ser visto, têm estreita relação com a estrutura viária da cidade. Ademais, este padrão de localização característico do atacado, com efeito, aquele da modalidade de autosserviço, tem como consequência uma interação espacial no interior da cidade, além daquela que se dá em âmbito regional, todavia em menor escala neste último, como pôde ser observado em campo.

O termo reestruturação adotado para caracterizar o resultado dos processos espaciais ora analisados, é utilizado em função das rápidas e significativas mudanças observadas na estrutura viária, bem como, da instalação de empreendimentos do setor terciário, sobretudo dos *atacarejos*, nas vias de maior fluxo da cidade (ou próximo a elas), o que gerou um novo padrão de deslocamentos associados à dinâmica espacial engendrada por tais empreendimentos na área urbana de Uberlândia.

Na pesquisa de campo observou-se que os atacadistas de autosserviço atraem um número expressivo de consumidores que acessam a loja por meio de veículos automotores, principalmente em veículos de passageiro individual, aumentando significativamente o trânsito nos locais onde estão instalados. Como consequência foi possível observar algumas alterações viárias (mudança de sentido, implantação de travessias elevadas, sinalização etc.) no entorno de alguns dos estabelecimentos analisados.

Vê-se, portanto, àquilo que Duarte (2006, p. 11) denominou de *cidade-produto*, “subordinada à lógica sistêmica da circulação de mercadorias”. Este modelo de cidade é caracterizado por constantes processos de reestruturação, com vistas a adaptar o espaço às demandas do capital (Harvey, 2005), como já foi abordado acima.

Na cidade de Uberlândia esta situação é latente num importante eixo rodoviário que cruza a cidade e a conecta a diferentes pontos do território, por meio das rodovias federais que o compõem, quais sejam as BR-050 e BR-365, recebendo fluxos ainda da BR-452, além de sua ligação com o Anel Viário Ayrton Senna nos setores Sul e Norte da cidade e dos fluxos *intra-urbanos*.

Este eixo rodoviário ganha maior importância devido à presença em suas margens e proximidades de seis *atacarejos* dentre aqueles já apresentados no capítulo anterior. Fato este que será melhor abordado na sequência, com base nos dados levantados em campo.

3.1 A concentração dos atacadistas de autosserviço ao longo do eixo BR-050/BR365 e adjacências

A cidade de Uberlândia como já foi abordado no capítulo anterior recebe fluxos de diversas rodovias federais, além de estradas locais que ligam aos demais distritos do município e a Zona Rural como um todo. Devido à importância destes fluxos desde a gênese do município, sua malha urbana foi estruturada em torno destas rodovias, bem como da Ferrovia Centro Atlântica, que também passa pelo perímetro urbano de Uberlândia.

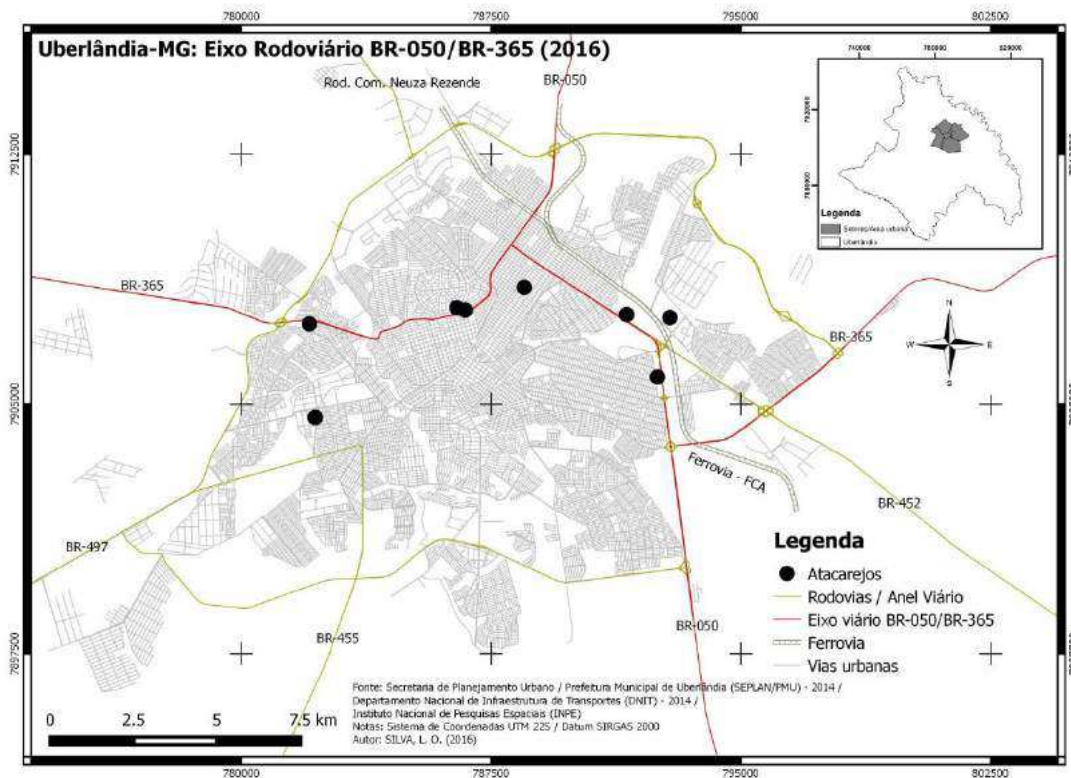
A localização dos empreendimentos é novamente apresentada no mapa 9, com destaque para as rodovias federais BR-050 e BR-365, que entroncam no interior da cidade, com a BR-452, as quais concentram ao longo deste trajeto a maior parte dos *atacarejos* situados em Uberlândia. Destaque-se ainda que além de empreendimentos voltados para o comércio de máquinas agrícolas, peças e acessórios para veículos, oficinas, encontram-se também margeando este eixo o Terminal Rodoviário Presidente Castelo Branco, o CEASA – Centrais de Abastecimento de Minas Gerais, o Parque do Sabiá, uma loja de departamentos da Havan e um hipermercado da rede Bretas Cenconsud, estes dois últimos instalados em período coincidente com a maior parte dos atacadistas de autosserviço.

Além disso, estas vias tem um forte papel estruturador no espaço da cidade de Uberlândia, pois além de estabelecerem conexão com os demais pontos do território nacional, conectam diferentes setores da cidade, tornando-se, assim, extremamente atrativas para a alocação de empreendimentos que demandam espaço e *fluidez*, com já foi abordado neste texto.

Mesmo os *atacarejos* que não estão instalados nestas rodovias, como é o caso das lojas da Rede Bahamas Mix, excetuando-se a Udifrios, estão localizados a poucos metros destas, servindo-se também das vantagens *locacionais* que oferecem. Disto resulta a especialização funcional do eixo viário em destaque, fortalecida pela presença da loja de hipermercado supracitada, dada as estratégias de localização, *marketing* e ao mix, que tem estreita relação com as adotadas pelos atacadistas de autosserviço,

guardadas as peculiaridades. Esse processo acarreta uma intensificação dos fluxos materiais, tanto de pessoas, como de mercadorias neste espaço, o que consequentemente altera a sua dinâmica e configuração.

Mapa 9 – Uberlândia-MG: Atacarejos no Eixo Rodoviário BR-050/365 (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Diante disso, logo após a discussão do método utilizado serão apresentadas algumas destas consequências que foram observadas em campo, quais sejam: os fluxos de veículos que acessam as lojas, os tipos predominantes de veículos e clientes, a interação com os demais pontos da cidade, por meio da contagem volumétrica de veículos e da pesquisa de Origem-Destino (OD) junto aos clientes que acessam estas lojas e as alterações na configuração do entorno imediato ao espaço em questão.

3.1.1 Discussão do Método

A abordagem teórico-metodológica aqui apresentada se deve aos diferentes níveis *relacionais* que o objeto de pesquisa – os atacadistas de autosserviço e *atacarejos* – abarcam, tendo em vista a capacidade de atração de fluxos de diferentes espécies, dimensões e escalas. Diante disso foram estabelecidos três eixos norteadores para a

coleta e tratamento estatístico e cartográfico dos dados, quais sejam: fluxos e conectividade, funcionalidade e acessibilidade e, paisagem e morfologia.

Para o eixo compreendido pelos fluxos e conectividade o primeiro passo foi a realização da pesquisa de “fluxo volumétrico de veículos” e a aplicação do questionário de Origem-Destino (Apêndice A) na entrada de cinco dos estabelecimentos comerciais apresentados (Atacadão, Makro, Mart Minas <Setor Leste>, Mart Minas <Setor Oeste> e Bahamas Mix <Setor Central>) durante o período de uma semana a fim de obter as informações sobre a dinâmica espacial dos *atacarejos*, proporcionando o conhecimento da dinâmica dos fluxos gerados no âmbito destes estabelecimentos.

A amostragem, desta forma, foi definida pelo método da “Linha de Contorno” utilizado nas pesquisas de Origem-Destino. Assim, foi estabelecida uma quota – amostragem não probabilística – de clientes para a pesquisa de OD, bem como, de pedestres para a pesquisa de percepção ambiental, em cada um dos locais analisados, a fim de se estabelecer uma comparação dos padrões observados *in locu*. Isto posto, ressalta-se que a escolha pela amostragem não probabilística se deu em função das dificuldades de custo e operacionalização, além do fato das quotas, neste caso, apresentarem resultados satisfatórios para o objetivo da pesquisa.

Estes dados após tabulados foram tratados em ambiente SIG segundo a teoria dos campos vetoriais de interação, por meio das dissimilaridades direcionais, por exemplo, identificando as áreas de maior concentração dos fluxos de um determinado ponto (FERREIRA, 2014). Para tanto, utilizou-se a técnica de interpolação pelo algoritmo do inverso do quadrado das distâncias (IQD) – interpolação univariada por média ponderada. Este método de inferência espacial faz parte dos modelos determinísticos de estimação, os quais “têm por base critérios puramente geométricos em que as distâncias são euclidianas e não fornecem medidas de incerteza” (YAMAMOTO & LANDIM, 2013, p. 22).

O resultado do processamento dos dados por meio do algoritmo IQD é um arquivo raster (.tif) cujos valores dos pixels representam o valor do atributo selecionado para o cálculo, que nesse caso é a frequência absoluta do fluxo veículos/semana para cada um dos atacadistas, distribuídos pelos bairros de origem. Foram definidas então classes conforme a frequência absoluta para área de influência indo de "muito baixa" até "muito alta", dada a concentração do fluxo de veículos em cada bairro.

Também foram aplicadas técnicas de ponderação de matrizes a partir de modelos gravitacionais, com o objetivo de compreender a interação espacial de cada um dos

pontos determinados com aqueles com os quais se relacionam, presentes na tabela de atributos (FERREIRA, 2014). Por meio dos dados de fluxo levantados na pesquisa de origem e destino (OD) foi possível estabelecer graus de interação (espacial) *I* entre os nós de uma determinada rede (FERREIRA, 2014, p. 180), o que possibilitou a construção do grafo por meio das barras de fluxos partindo de distintos pontos da cidade até cada um dos *atacarejos*.

Cabe destacar que os elementos que compõem o *grafo*, conforme destaca Ferreira (2014, p. 166), consistem em: *conexão* ou *link* – representado graficamente pelo objeto linha; *Nó* ou *vértice* – cujo objeto ponto o representa; *região nodal* – representada por um polígono; além da *rede* que integra estes objetos e dá forma ao arranjo espacial. Daí a sua aplicabilidade em ambiente de SIG, uma vez que este trabalha com base numa estrutura de dados vetoriais georreferenciados (sistema geodésico), além da localização no âmbito da rede (sistema topológico) (FERREIRA, 2014, p. 167).

Do ponto de vista da funcionalidade e acessibilidade – segundo eixo – a pesquisa se apoiou na *sintaxe espacial*, mais especificamente para a determinação da integração e inteligibilidade, por conseguinte. Sendo que a integração consiste na “distância relativa de uma linha (ou de um conjunto de linhas, tomada a média das medidas das linhas) em face das demais do sistema” (HOLANDA, 2002, p. 102). Desta forma, para o estabelecimento da integração deve-se partir do mapa de axialidade, que por sua vez “é obtido pela inserção, no sistema de espaços abertos, do ‘menor número de linhas retas que passam através de todos os espaços convexos’” (HOLANDA, 2002, p. 99).

Já a “inteligibilidade em uma dada área urbana é a correlação simples entre os valores da medida de integração de todas as linhas axiais, por um lado, e o número de linhas que cada linha respectiva cruza, por outro” (HOLANDA, 2002, p. 103). Interessante destacar que este conceito relaciona a integração (medida global) e a conectividade (medida local) (HOLANDA, 2002, p. 104). Ramos (2012, p. 90) ressalta que a inteligibilidade pode ser obtida pela correlação estatística das medidas obtidas, como integração e conectividade, por meio, por exemplo, do coeficiente de correlação de Pearson. Este coeficiente, segundo Ferreira (2014, p. 93) “é adequado quando queremos avaliar a dependência entre variáveis contínuas, isto é, variáveis cujos valores são expressos em números reais”.

Para se chegar à medida de integração utiliza-se a medida de assimetria, que é obtida pela seguinte fórmula:

$$RRA = 2 * (MD - 1) / (L - 2) * D$$

Onde RRA é (*real relative assymetry*) e MD (*mean depth*), ou seja, *profundidade média*, dada pela média das profundidades médias de todas as linhas, que, por sua vez é calculada em razão da distância mínima – número de linhas a percorrer – entre uma linha e as demais do sistema; L é o número de linhas do sistema; D é um fator de normalização que varia de acordo com número de linhas (HOLANDA, 2002, p. 446). Através da medida de assimetria pode-se chegar à integração: 1/RRA (HOLANDA, 2002, p. 446).

Por meio destes resultados é possível aferir a urbanidade de um dado espaço (HOLANDA, 2002). Krafta (2012, p. 122) ao tratar da *urbanidade da forma* afirma que “qualquer interface entre diferentes objetos de diferentes autores pode ser considerada manifestação de urbanidade”. Assim, Krafta (2012, p. 121) destaca que “A aferição da urbanidade contida em cada lugar fica, assim, associada à possibilidade de se identificar essas diferentes pautas e suas interferências múltiplas, tanto do lugar quanto do mundo da cidade”, considerando os objetos e as situações urbanas existentes.

Quanto aos aspectos da paisagem e morfologia, estes foram analisados por meio da percepção que usuários têm do entorno imediato aos objetos de análise já destacados (ver Apêndice B), quanto à sua imagem ambiental e *topofilia*. Lynch (1997, p. 7) afirma que a “As imagens ambientais são o resultado de um processo bilateral entre o observador e seu ambiente” e que a “imagem ambiental pode ser decomposta em três componentes: identidade, estrutura e significado” (LYNCH, 1997, p. 11).

Já com relação à *topofilia* Tuan (1980, p. 107) destaca que esta inclui “todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material”. Esta parte, então, de uma experiência do lugar, que pode partir tanto de uma resposta estética, quanto de uma resposta tátil ao meio ambiente (TUAN, 1980). Desta forma, a própria imagem que o indivíduo possui de uma determinada área depende de sua relação com esta. E é a partir da percepção ambiental dos indivíduos que foi realizada a análise do ponto de vista qualitativo da paisagem formada pelos empreendimentos do setor atacadista e os grandes eixos viários em que se instalam.

A partir dos métodos apresentados foram gerados gráficos e mapas para a apresentação e discussão dos resultados. Na sequência são apresentados os resultados alcançados por meio dos levantamentos do fluxo volumétrico de veículos e da pesquisa de OD.

3.1.2 Especialização funcional do eixo BR-050/BR-365 e a intensificação dos fluxos materiais

Em se tratando dos fluxos relacionados aos atacadistas de autosserviço, cabe salientar que a pesquisa centrou-se no fluxo de clientes que acessam as lojas por meio do estacionamento que estas dispõem em veículos automotores. Os fluxos relacionados ao abastecimento das lojas não foi contabilizado. A opção pelo fluxo de clientes está relacionada ao fato de que o principal objetivo da pesquisa é o de compreender a interação destes estabelecimentos com o espaço da cidade.

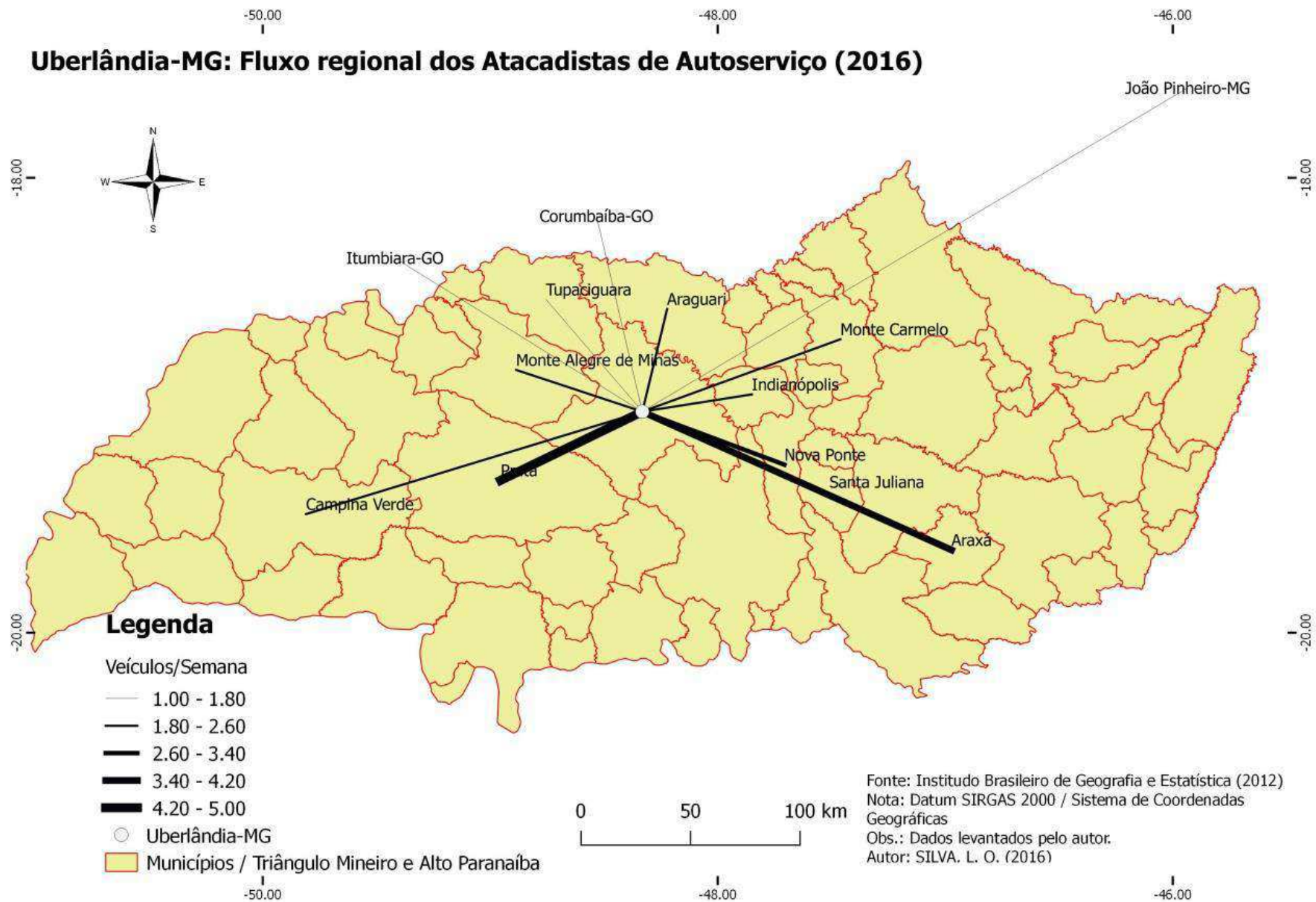
As observações foram realizadas ao longo de uma semana nas lojas do Atacadão, Bahamas Mix (Setor Central), Makro e nas duas unidades do Mart Minas. No Makro e no Bahamas Mix foram realizadas duas observações em períodos distintos, o que possibilitou melhor conhecimento da dinâmica relacionada aos fluxos materiais gerados por tais estabelecimentos. Além da aferição do fluxo de veículos foi realizada a pesquisa de Origem-Destino (OD) com uma amostra dos clientes a fim de apreender as relações dos *atacarejos* com os demais pontos da cidade e do território.

Observou-se também que há dentre os clientes uma parte que se desloca de cidades do entorno para realizar compras, seja para abastecer sua casa, ou, comércio. Alguns destes inclusive se dirigem até as lojas em veículos de carga, como caminhões, realizando compras de maior volume e com frequência. O mapa 10 apresenta os fluxos gerados pelos *atacarejos* com cidades da Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e algumas que extrapolam este limite, como João Pinheiro, Itumbiara e Corumbáiba, as duas últimas em Goiás.

Como pode ser observado a maior parte dos fluxos é direcionada a cidades da Mesorregião do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. Isto evidencia o papel de polo regional que Uberlândia exerce, bem como, reforça as estratégias de localização realizadas pelos *atacarejos*, que foram discutidas até aqui. Todavia, deu-se maior ênfase aos fluxos contidos no perímetro urbano.

No que diz respeito aos fluxos no interior da cidade observou-se que há um volume muito grande de veículos que se dirigem com frequência a estas lojas. Cabe salientar que a distância em rota do eixo viário onde os atacadistas de autosserviço estão concentrados é de aproximadamente 17 km no trecho que se encontra no interior da cidade – indo do entroncamento com o Anel Viário Ayrton Senna, no Setor Sul, até o entroncamento com o trecho do Anel Viário no Setor Norte.

Mapa 10 – Uberlândia-MG: Fluxo regional do *atacarejo* (2016)



Desse modo, dada sua extensão e importância no sistema viário da cidade de Uberlândia, este eixo rodoviário apresenta conexões com todos os setores da cidade, sendo, por si só, muito atraente para o tráfego de veículos. Tráfego que vem sendo intensificado pela instalação dos empreendimentos já mencionados, como será possível perceber a seguir.

Somado o fluxo de veículos de passageiro de todas as lojas pesquisadas tem-se, semanalmente, aproximadamente 39.200 veículos se dirigindo para estes locais. Destes, em torno de 31.400, concentrados nas lojas que estão instaladas ao longo das BR-050 e BR-365, uma vez que a loja do Bahamas Mix encontra-se no Setor Central, como já foi assinalado. Em média, cada estabelecimento atrai cerca de 7.850 veículos por semana.

A contagem volumétrica de veículos e a pesquisa OD tornaram possível visualizar alguns aspectos qualitativos e quantitativos dos fluxos materiais gerados pelos atacadistas de autosserviço. Dentre eles, destaca-se a predominância de veículos de passageiro, tais como carros, motocicletas, utilitários e camionetas. Estes representam 86,48% dos veículos que acessaram as lojas durante o período observado. Os veículos de carga leves, compreendidos pelos utilitários, caminhonete, camioneta, furgão, VUC (Veículo Urbano de Cargas) e motocicletas adaptadas correspondem a 13,09%, já os veículos de carga pesados (caminhões e carretas) correspondem a 0,43%, como pode ser visto na tabela 3. Ao todo os veículos de carga somam mais de 6.100 veículos por semana.

Tabela 3 – Uberlândia-MG: Veículos que acessam aos atacarejos – por tipo em % (2015/2016)

Tipo de veículo / Atacarejo	Atacadão	Bahamas Mix	Makro	Mart Minas Leste	Mart Minas Oeste	Σ Atacarejos
Veículo de passageiro	82,18%	89,56%	82,08%	88,19%	90,10%	86,48%
Veículo de carga leve	17%	10,44%	17,28%	11,35%	9,77%	13,09%
Veículo de carga pesado	0,82%	0%	0,62%	0,45%	0,13%	0,43%

Notas:

Dados coletados em campo por meio da Contagem Volumétrica de veículos durante o período de uma semana em cada um dos estabelecimentos analisados.

O campo “Σ Atacarejos” apresenta a somatória dos dados levantados em cada um dos *atacarejos*.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Com relação à finalidade da visita às lojas a grande maioria se dá para a realização de compras, compreendendo 97,1%, sendo que uma parcela destes também se dirige aos *atacarejos* a trabalho, que somados aos que vão somente para esta finalidade, corresponde a 5,1%. Há ainda um grupo de 1,1% que vai às lojas para outras finalidades, dentre estes estão, por exemplo, prestadores de serviços (ver tabela 4).

Tabela 4 – Uberlândia-MG: Finalidade das visitas aos atacarejos – em % (2015/2016)

Finalidade / Atacarejo	Atacadão	Bahamas Mix	Makro	Mart Minas Leste	Mart Minas Oeste	Σ Atacarejos
Compras	92,16%	97%	99%	98,99%	100,00%	97,10%
Trabalho	5,88%	3%	3%	7,07%	7,00%	5,10%
Outros fins	3,92%	0%	1%	1,01%	1,00%	1,10%

Notas:

Dados coletados em campo por meio da Pesquisa de OD durante o período de uma semana em cada um dos estabelecimentos analisados.

O campo “Σ Atacarejos” apresenta a somatória dos dados levantados em cada um dos *atacarejos*.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Outro dado importante diz respeito ao destino da mercadoria, ou seja, se esta foi adquirida por cliente comercial (pequeno e médio varejo, grande varejo e atacado), ou, por cliente final (para uso doméstico). Viu-se que 76,1% dos clientes que acessam as lojas de *atacarejo* são clientes finais. Dentre os clientes comerciais a maior parcela é de pequenos e médios varejistas, que correspondem a 24,8%, os grandes varejistas correspondem a 1,4% e os atacadistas 0,9%⁵, o que é possível verificar na tabela 5.

Tabela 5 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria dos atacarejos – em % (2015/2016)

Destino da mercadoria / Atacarejo	Atacadão	Bahamas Mix	Makro	Mart Minas Leste	Mart Minas Oeste	Σ Atacarejos
Pequeno e Médio Varejo	35,56%	20,83%	35,05%	18,56%	19,18%	24,80%
Grande Varejo	4,44%	2%	4,12%	0%	0%	1,40%
Atacado	2,22%	2%	1%	1,03%	0%	0,90%
Doméstico	60%	81,25%	68,04%	82,47%	81,82%	76,10%

Notas:

Dados coletados em campo por meio da Pesquisa de OD durante o período de uma semana em cada um dos estabelecimentos analisados.

O campo “Σ Atacarejos” apresenta a somatória dos dados levantados em cada um dos *atacarejos*.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Ressalta-se também a frequência das visitas às lojas que foi quantificada nas seguintes categorias: clientes que acessam as lojas mais de uma vez por semana, uma vez por semana, a cada 15 dias, uma vez ao mês e esporadicamente. O primeiro grupo corresponde a 29,5%, este é composto em sua maioria por pequenos e médios varejistas (panificadoras, restaurantes, lanchonetes, pizzarias e mercearias), com composição semelhante o grupo que acessa as lojas uma vez por semana compreende 21,7%. Já o grupo o que acessa as lojas a cada quinze dias corresponde a 18%, enquanto que os que vão mensalmente somam 19,1% e outros 11,8% se dirigem esporadicamente aos *atacarejos*. Estes três últimos grupos são compostos principalmente por clientes finais,

⁵ Dos clientes comerciais uma parcela disse também realizar compras para fins domésticos, o que explica a somatória dos percentuais, que ultrapassa os 100%.

tendo, todavia, participação de clientes comerciais também. Na tabela 6 é possível visualizar a distribuição pela frequência das visitas.

Tabela 6 – Uberlândia-MG: Distribuição da frequência de visitas aos atacarejos – em % (2015/2016)

Frequência / Atacarejo	Atacadão	Bahamas Mix	Makro	Mart Minas Leste	Mart Minas Oete	Σ Atacarejos
Mais de uma vez por semana	47,03%	34%	32%	24,49%	16,16%	29,50%
Uma vez por semana	11,76%	22%	26%	25,51%	22,22%	21,70%
A cada 15 dias	13,73%	18%	13%	23,47%	20,20%	18%
Uma vez ao mês	13,73%	14%	18%	20,41%	25,25%	19,10%
Esporadicamente	13,73%	12%	11%	6,12%	16,16%	11,80%

Notas:

Dados coletados em campo por meio da Pesquisa de OD durante o período de uma semana em cada um dos estabelecimentos analisados.

O campo “Σ Atacarejos” apresenta a somatória dos dados levantados em cada um dos *atacarejos*.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

A seguir serão apresentados os dados relativos a cada uma das lojas analisadas com a espacialização dos dados obtidos em cada uma delas, apresentando a interação destas com o tecido urbano de Uberlândia.

3.1.2.1 Atacadão

A loja do Atacadão, localizada no Setor Norte da cidade, é a que ocupa a posição mais central, dentre as cinco lojas analisadas no tecido urbano de Uberlândia, como pode ser observado no mapa 7. Esta posição no espaço da cidade faz com que ela esteja numa área mais adensada e com maior diversidade de usos, se comparada às demais localizadas às margens das rodovias destacadas. Nas fotos 2 e 3 é possível observar parte da área ocupada pela loja.



Foto 2 – Atacadão (vista do viaduto sobre a BR-365) Foto 3 - Atacadão (vista da Pç. João Jorge Coury)
Autor: SILVA, L. O. (2015)

Nesta loja observou-se que há maior dispersão espacial dos fluxos analisados a partir da contagem volumétrica de veículos e da pesquisa de OD⁶ (ver mapa 11). Entende-se que essa maior capilaridade dos fluxos está relacionada, dentre outros fatores, à centralidade mencionada anteriormente, uma vez que as demais lojas apresentam uma maior influência nos bairros mais próximos a elas, como poderá ser visto mais adiante.

Além disso, notou-se que dentre os clientes que acessaram a loja 82,18% o fizeram por meio de veículos de passageiro, enquanto que 17% acessaram a loja em veículos de carga leve, além de outros 0,82% que adentram a área do estacionamento em veículos de carga pesados. Esta característica, por sua vez, está ligada ao número de clientes domésticos como poderá ser observado. Se comparado aos outros *atacarejos*, com exceção do Makro, o percentual de clientes comerciais de pequeno e médio varejo é maior. Isto tem relação também com o número de veículos de carga apresentados acima, ainda que parte significativa dos comerciantes também se dirija à loja utilizando veículos de transporte de passageiro.

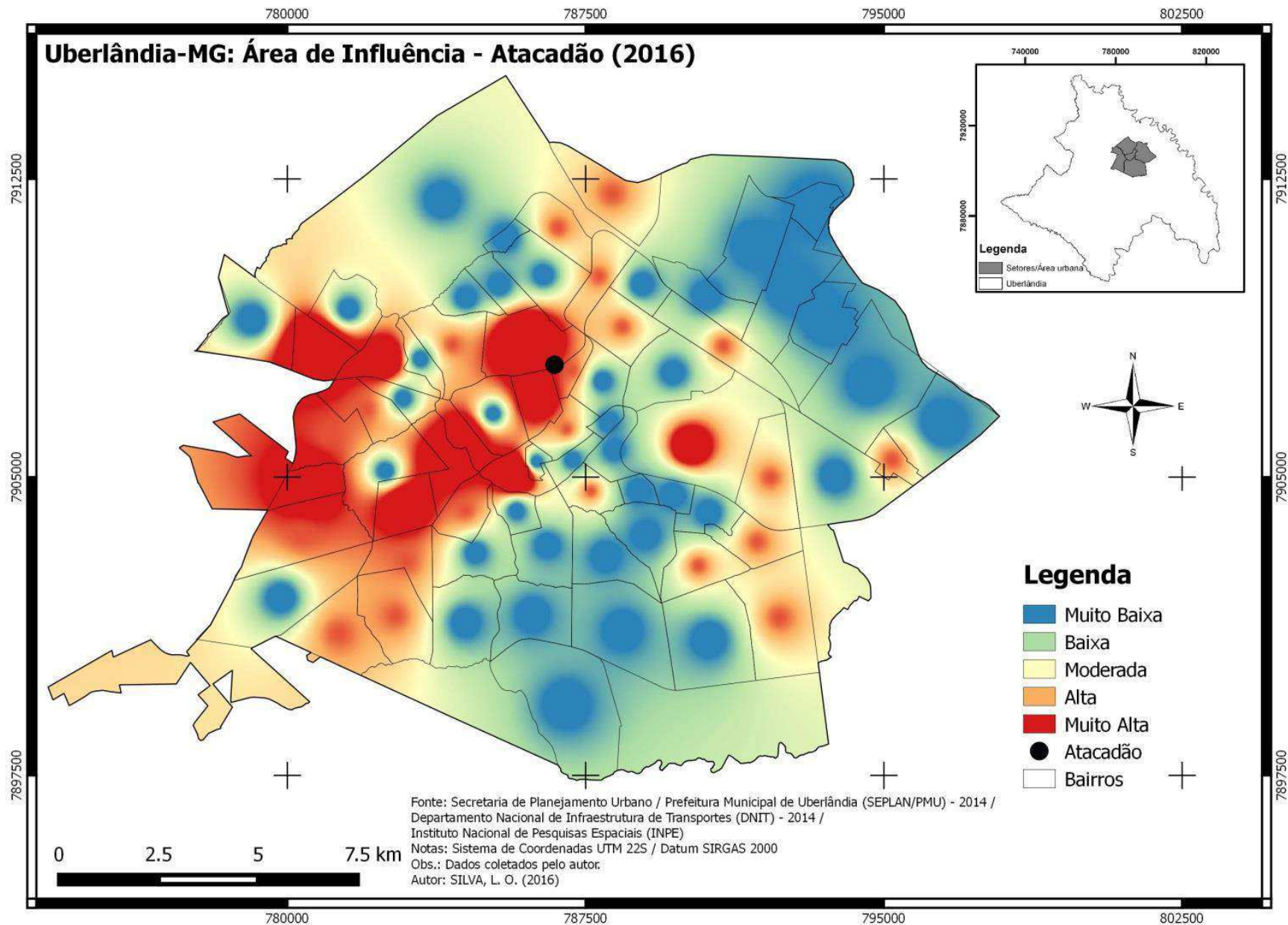
Com relação ao destino da mercadoria como já mencionado há predominância de clientes finais (destino doméstico), sendo que estes somam 60% dos clientes que acessam a loja. Todavia, há um percentual expressivo de clientes comerciais de pequeno e médio varejo, 35,56% (ver gráfico 2). Já 4,44% são de clientes de grande varejo e outros 2,22% são clientes atacadistas. Uma parcela dos clientes comerciais disse também realizar compras para fins domésticos.

Observou-se que a grande maioria acessa a loja para a realização de compras, correspondendo a 92,16%. Outros 5,88% se dirigem ao estabelecimento para atividades de trabalho e 3,92% para outros fins. Com relação à frequência das visitas é interessante ressaltar que 47,03% se dirigem à loja mais de uma vez por semana, enquanto que 11,76% vão até o Atacadão em média uma vez por semana. Isto reforça o número expressivo de pequenos e médios varejistas que procuram a loja para abastecer seus estabelecimentos, fato que pode ser observado no gráfico 3.

Esta frequência demonstra também que há uma maior intensidade dos fluxos se considerarmos que em torno de 60% dos clientes que frequentam a loja o fazem uma ou mais vezes por semana. Isto considerando ainda que estes são em sua maioria clientes comerciais, como já mencionado anteriormente. Outro dado interessante ao observar o

⁶ Na loja do Atacadão foi aplicado questionário a uma amostra de 51 clientes que acessaram o estacionamento no período analisado. Nas demais lojas foram aplicados 100 questionários.

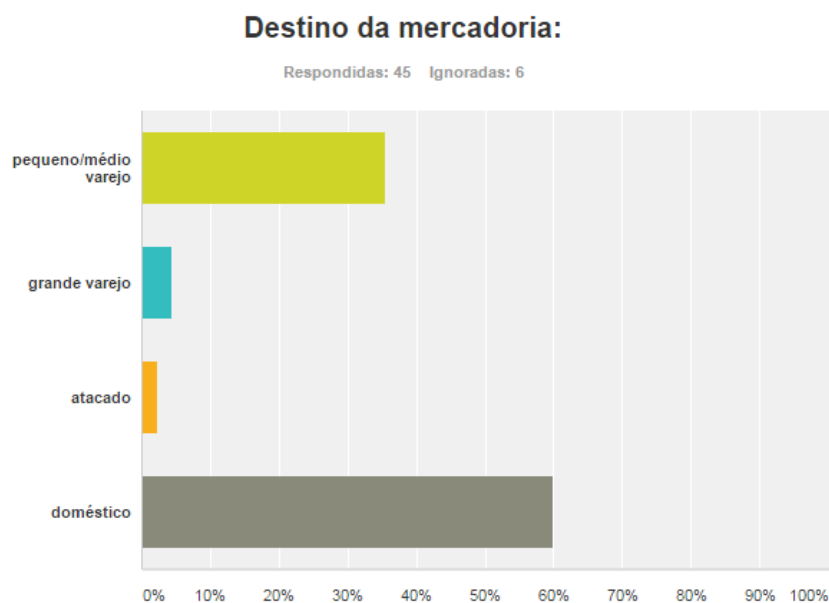
Mapa 11 – Uberlândia-MG: Área de influência do Atacadão (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

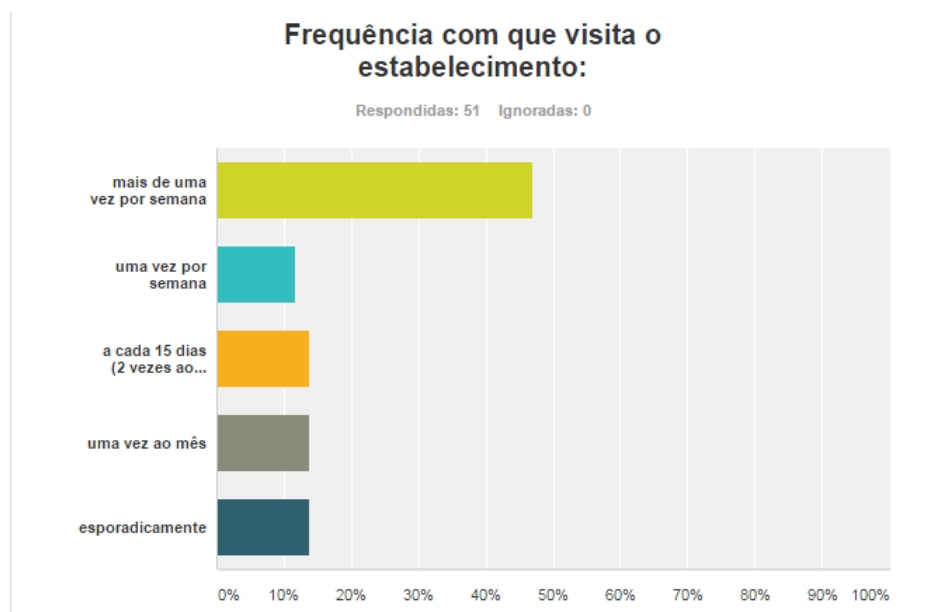
mapa da área de influência é a forte relação com o Setor Oeste da cidade, o qual dispõe de uma loja da Rede Mart Minas e outra da Udifrios. Outro aspecto observado é uma forte influência no bairro Santa Mônica, no Setor Leste, setor que dispõe de três lojas de *atacarejo*, como pode ser visto mapa 7.

Gráfico 2 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria Atacadão (2015/2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Gráfico 3 – Uberlândia-MG: Frequência das visitas ao Atacadão (2015/2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Estes aspectos ratificam a já mencionada influência do Atacadão no tecido urbano de Uberlândia. Todavia, com o Setor Sul a loja não apresenta uma relação muito forte, bem como, com parte significativa do Setor Leste, mais próximo às bordas da cidade. A distribuição do fluxo pelo volume de veículos/semana também é apresentada no mapa 12 por meio das barras que indicam as direções que concentram a maior parte dos deslocamentos até o estabelecimento.

Por meio da observação do mapa 12 é possível observar mais uma vez que o Setor Oeste concentra grande parte dos fluxos gerados pelo Atacadão em dois grandes eixos, um que tem como principais vias as avenidas Getúlio Vargas, Aspirante Mega (trecho), Imbaúbas e dos Ipês⁷. O outro que segue pela BR-365 e dá acesso às avenidas José Fonseca e Silva, Tairós e Taylor Silva. Sendo que há uma concentração maior dos deslocamentos partindo dos bairros Daniel Fonseca, Tabajaras, Jaraguá, Planalto, Luizote de Freitas, Taiaman e Tocantins neste setor. Além do bairro Presidente Roosevelt, no Setor Norte, no qual o estabelecimento se encontra instalado e do bairro Martins, no Setor Central, que faz divisa com o Presidente Roosevelt.

Com o Setor no Norte a loja se comunica principalmente pelas avenidas Adriano Bailoni, Cesário Crosara, Monsenhor Eduardo, Cleanto Vieira Gonçalves e Comendador Alexandrino Garcia. O eixo BR-050/BR-365 é uma das principais vias de acesso à loja, com efeito para o Setor Leste, além das avenidas João Pessoa e João Naves de Ávila, que também possibilitam o acesso com parte do Setor Sul, que ainda conta com acesso pela Avenida Nicomedes Alves dos Santos.

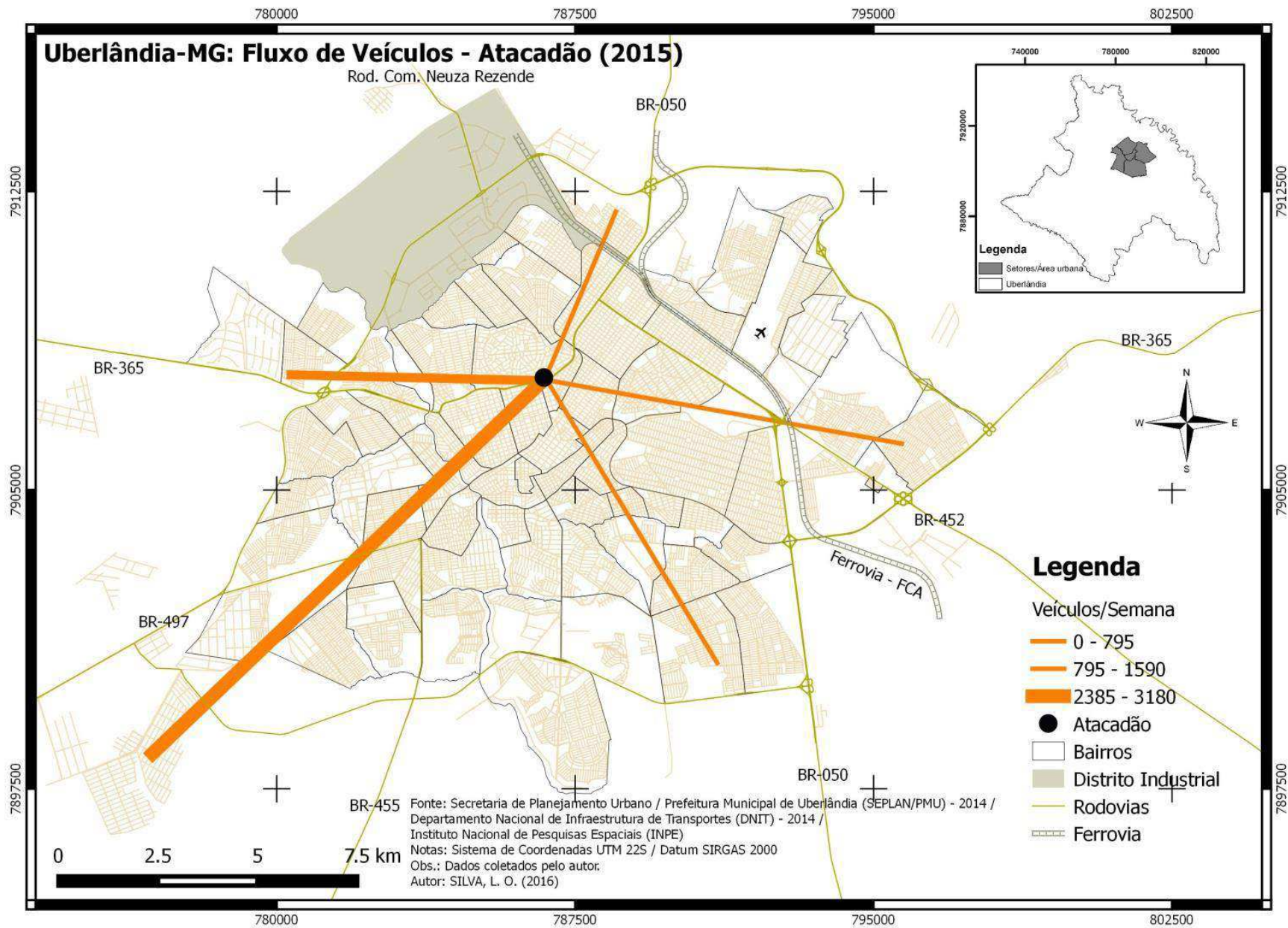
3.1.2.2 Bahamas Mix

O Bahamas Mix está localizado no Bairro Brasil, no Setor Central da cidade, já próximo à divisa com o Setor Leste que é definida neste bairro pelas rodovias BR-050 e BR-365. A loja instalada no antigo armazém do grupo Aliança Atacadista, como já mencionado, ocupa a área de um quarteirão; somados o estacionamento, estoque e administrativo.

A quadra onde se localiza recebe fluxos que vem no sentido Centro-Setor Leste da Avenida Afonso Pena, e no sentido inverso – Setor Leste-Centro –, da Avenida João Pinheiro, duas das principais vias do Setor Central da cidade (ver fotos 4 e 5). Além disso, recebe fluxo do bairro Brasil (sentido nordeste) pela Rua São Paulo, onde

⁷ Nos apêndices C e D é possível verificar a localização dos bairros e principais vias da área urbana da sede municipal de Uberlândia-MG, respectivamente.

Mapa 12 – Fluxo de veículos – Atacadão (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

encontra-se a entrada do estacionamento e da Rua Espírito Santo do lado oposto à entrada, no sentido sudeste que conecta a loja com a Avenida Rondon Pacheco, principal via arterial da cidade.



Foto 4 - Bahamas Mix (vista da esquina da Av. João Pinheiro com a Rua São Paulo)

Foto 5 - Bahamas Mix (vista da Rua Espírito Santo)

Autor: SILVA, L. O. (2015/2016)

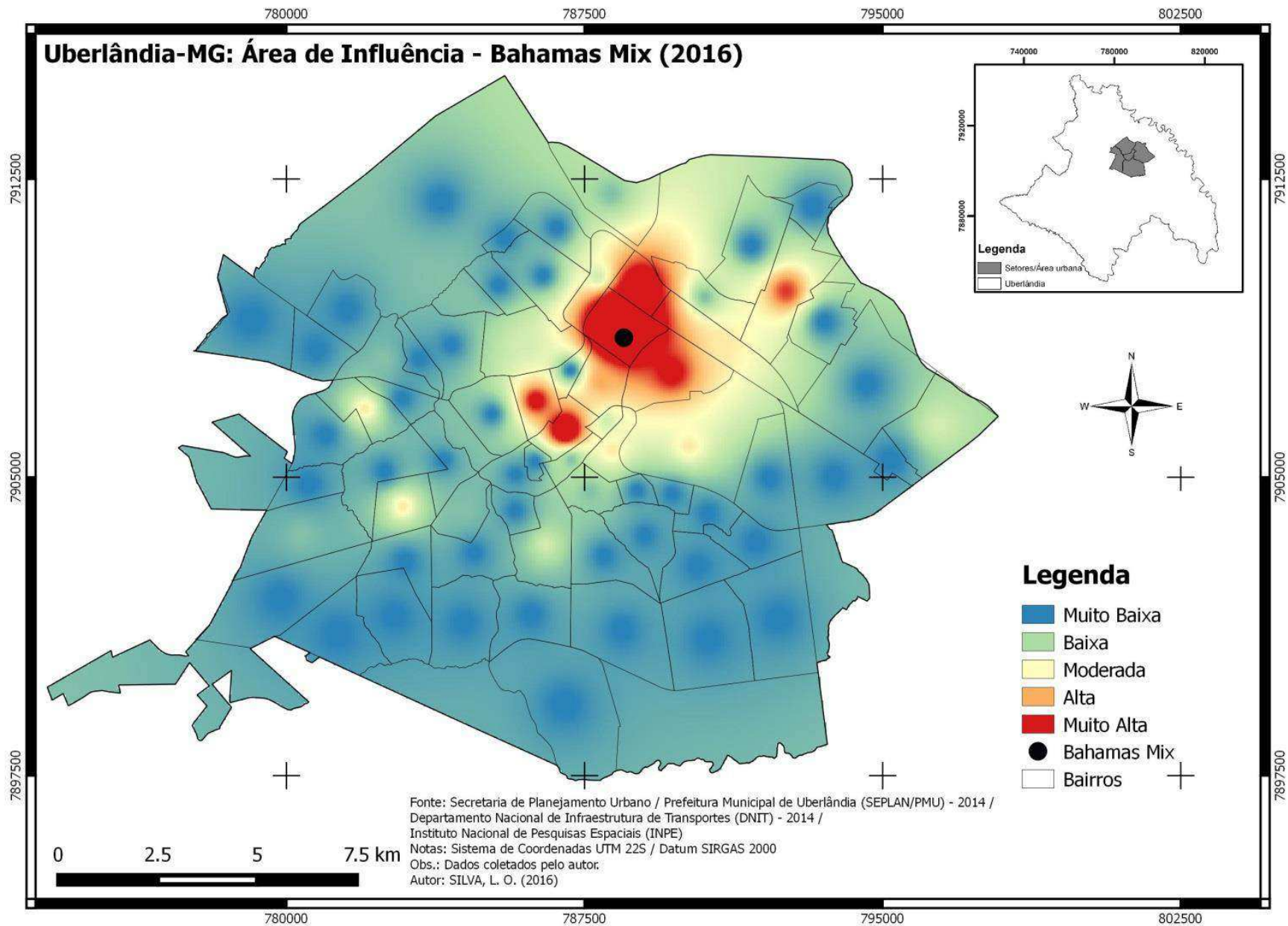
Esta localização aliada ao traçado ortogonal do bairro Brasil torna a loja bastante acessível de qualquer ponto da cidade, muito embora a distância a determinados locais e o trânsito gerado pelas Avenidas Afonso Pena e João Pinheiro dificultem em parte este acesso. Estes fatores, além da presença de outros estabelecimentos da modalidade em outros pontos da cidade contribuem para que a área de maior influência da loja seja mais concentrada se comparada à do Atacadão, como pode ser visto no mapa 13.

As pesquisas de contagem volumétrica de veículos e OD⁸ possibilitaram compreender os fluxos gerados pela loja. Dentre os veículos que acessaram a loja no período analisado 89,56% são de passageiro, enquanto que 10,44% são de carga leve e não foram contabilizados veículos de carga pesados na área do estacionamento. Estes números demonstram a característica da loja que atende um percentual maior de clientes finais se comparada ao Atacadão e ao Makro.

Com base no destino da mercadoria observa-se esta predominância de clientes finais, uma vez que 81,25% dos clientes que se dirigem à loja realizam compras para uso doméstico. Uma pequena parcela destes são também clientes comerciais, dos quais 20,83% são pequenos e médios varejistas, 2% são grandes varejistas e atacadistas, como pode ser visto no gráfico 4.

⁸ Na loja do Bahamas Mix, no Makro e nas duas lojas do Mart Minas foram aplicados questionários de OD a uma amostra de 100 clientes que acessaram o estacionamento em cada uma delas no período analisado. Totalizando 400 questionários nas quatro lojas.

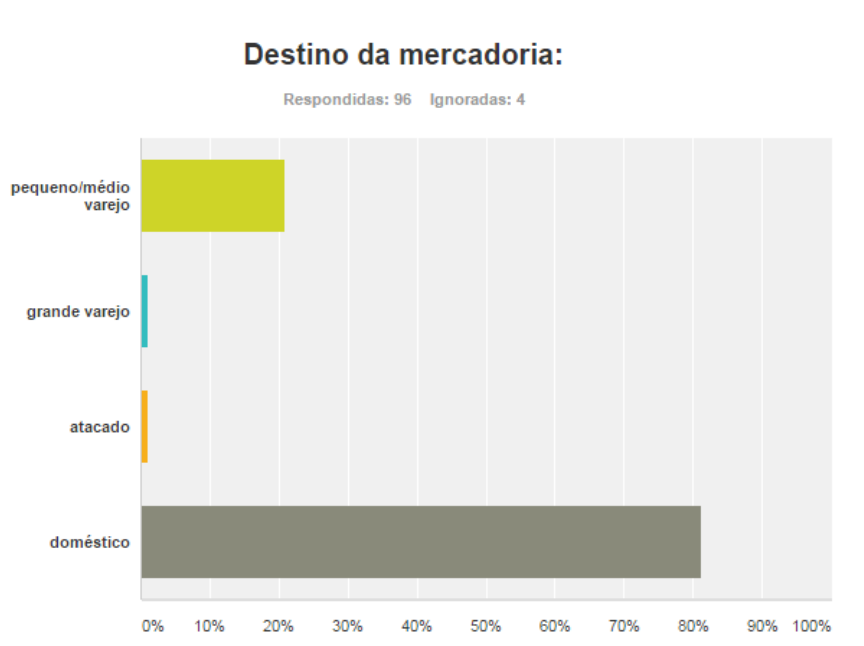
Mapa 13 – Uberlândia-MG: Área de Influência – Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Esta composição da clientela tem relação com a localização do bairro e também com a característica deste, que apesar de dispor de áreas comerciais importantes no âmbito da cidade ao longo das avenidas principais é predominantemente residencial e bastante adensado, dado também à sua construção que data da década de 1930 (MOURA & SOARES, 2009).

Gráfico 4 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria Bahamas Mix (2016)



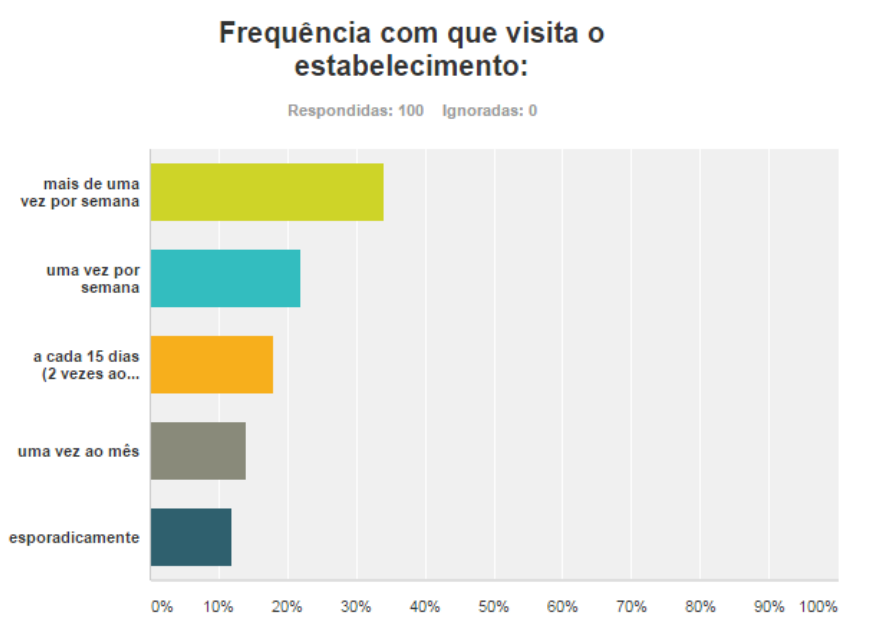
Org.: SILVA, L. O. (2016)

Com relação à frequência com que os clientes visitam a loja observou-se que 34% vão mais de uma vez por semana e 22% ao menos uma vez por semana (ver gráfico 5). Este número está relacionado como já foi destacado em sua maior parte aos pequenos e médios varejistas. Todavia, no caso do Bahamas Mix parte dos clientes comerciais disse se dirigir à loja com relativa frequência. O grupo de clientes que vai à loja a cada quinze dias soma 18%, enquanto que 14% vão uma vez ao mês e outros 12% esporadicamente. Estes três últimos são compostos basicamente pelos clientes finais.

A análise pelas barras de fluxos permite visualizar a dispersão pelo tecido urbano de Uberlândia, por meio dos eixos de deslocamento (ver mapa 14). Apesar da maior concentração nas proximidades da loja vista no mapa 12, observa-se por meio dos eixos de deslocamento uma maior dispersão pelo espaço da cidade. Contudo, três eixos concentram o maior volume de deslocamentos. O primeiro com volume entre 1324 e 1986 veículos por semana, em direção ao Setor Leste, mais especificamente na direção nordeste, onde estão os bairros Umuarama, Custódio Pereira, Alto Umurama,

Aclimação e Jardim Ipanema, sendo que o acesso se faz principalmente pelas avenidas João Pinheiro e Floriano Peixoto no sentido bairro-centro e pela Avenida Afonso Pena no sentido centro-bairro.

Gráfico 5 – Uberlândia-MG: Frequência das visitas ao Bahamas Mix (2015/2016)

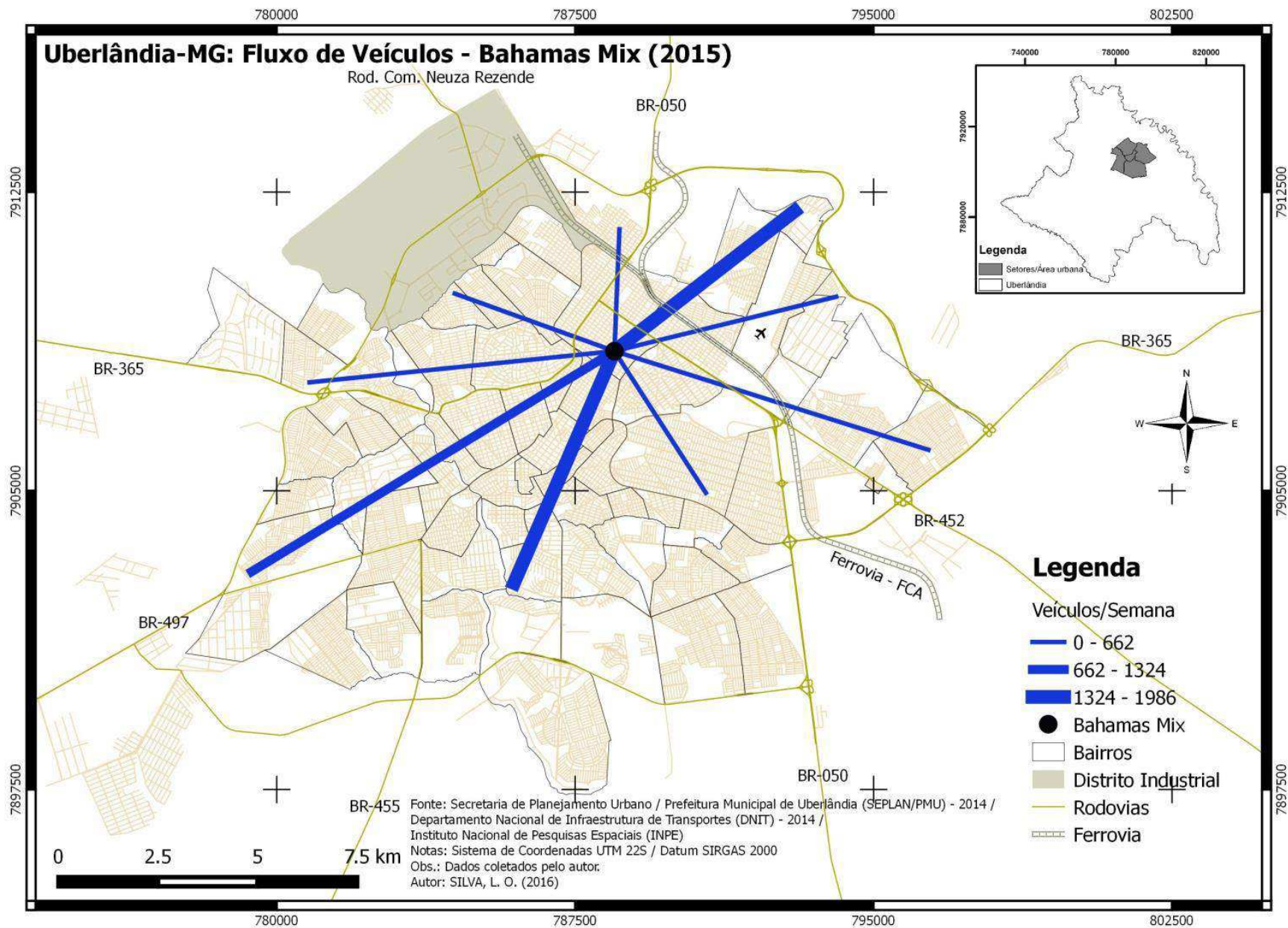


Org.: SILVA, L. O. (2016)

O segundo, com mesmo volume do anterior, em direção Setor Sul, passando pelo Setor Central, com maior concentração nos bairros Nossa Senhora Aparecida e Centro, passando pelo Cazeca, Lídice até o Jardim Karaíba. Este eixo tem como principais vias de acesso as mesmas avenidas já citadas, além das avenidas Rondon Pacheco e Nicomedes Alves dos Santos. O terceiro eixo com volume entre 662 e 1324 veículos por semana, em direção ao Setor Oeste, passando pelos bairros Bom Jesus, Martins, Oswaldo Rezende, Daniel Fonseca, Jaraguá, Chácaras Tubalina até o Mansour, que tem como vias de acesso principal as avenidas Vasconcelos Costa (bairro-centro), Fernando Vilela (centro-bairro), Getúlio Vargas nos dois sentidos, até a praça Sérgio Pacheco e as avenidas Brasil e João Pinheiro dali em diante, sendo a primeira no sentido centro-bairro e a segunda no sentido inverso.

Nota-se ainda outros cinco eixos que têm volume entre 0 e 662 veículos por semana, que vão em direção principalmente aos bairros Tibery e Santa Mônica no Setor Leste, Presidente Roosevelt no Setor Norte e Jardim Patrícia e Taiaman no Setor Oeste. Isto demonstra também a acessibilidade da área onde a loja está instalada, que como foi destacado se favorece, sobretudo, do sistema viário, além do intenso fluxo nas vias que

Mapa 14 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

conectam o estabelecimento aos setores Central e Leste.

3.1.2.3 Makro

O Makro como já foi dito é o mais antigo da modalidade de acatado de autosserviço em Uberlândia, instalado na cidade desde o final da década de 1980. Está situado à margem direita da BR-050 no sentido sul-norte, em frente ao Parque do Sabiá. O Makro não se insere na malha urbana da mesma forma que os demais *atacarejos*, uma vez que encontra-se em uma área isolada pela barreira formada pela rodovia e por uma extensa área vazia de outro, tendo somente uma concessionária de veículos na mesma área, ao lado da loja (ver foto 6).



Foto 6 – Makro (vista do bairro Custódio Pereira – à direita o Parque do Sabiá)
Autor: SILVA, L. O. (2016)

Todavia, como será visto mais adiante, o trecho da BR-050 no qual o Makro está instalado é um dos eixos viários com maior acessibilidade no sistema viário de Uberlândia. Além disso, o estabelecimento possui uma via que o conecta direto ao bairro Tibery, passando por uma trincheira que cruza a rodovia; a via marginal da rodovia o conecta com o bairro Custódio Pereira, a Alameda João Leão, que também possibilita o acesso tanto dos moradores da parte alta do Setor Leste, como daqueles que vão pela Avenida Anselmo Alves dos Santos no sentido oeste-leste, pois necessitam passar por ela após a rotatória em frente ao Praça Shopping *Outlet*.

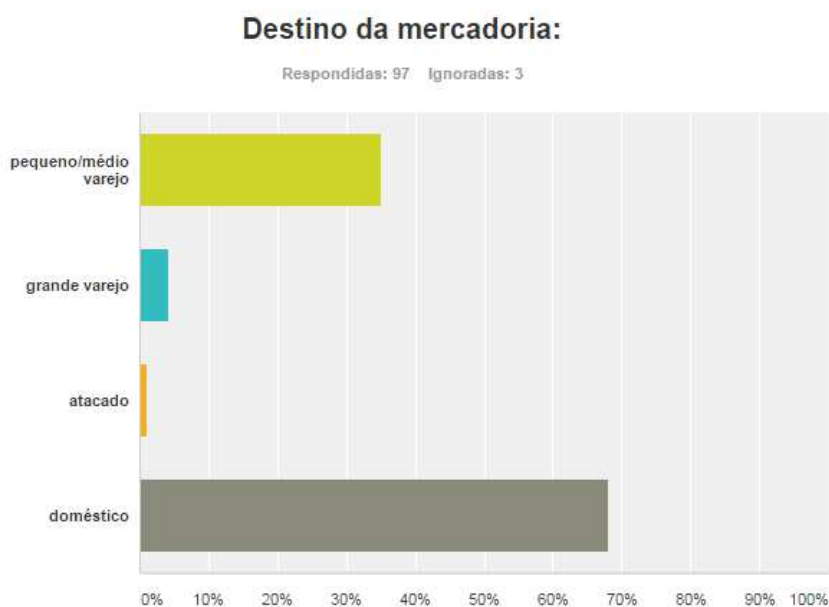
Semelhante ao Atacadão o Makro apresenta um número mais expressivo de clientes acessando a loja em veículos de carga leve, os quais correspondem a 17,28% do total, os que acessam a loja por meio de veículo de carga somam 0,62%. E a tendência da maior parte dirigindo veículos de passageiro, num total de 82% também foi notada.

O que evidencia que mesmo os estabelecimentos que têm uma parte considerável de seu público composta por comerciantes atrai um número muito grande veículos de passageiro, que em sua maioria são clientes finais.

Em se tratando do destino da mercadoria, dado por meio do qual se conhece o tipo de cliente, no caso do Makro, 35,05% das mercadorias segue para o pequeno e médio varejo. Este dado ratifica o argumento exposto no parágrafo anterior. Já para o grande varejo destina-se 4,12% das mercadorias que saem da loja, enquanto em torno de 1% segue para o atacado. Os clientes finais, somados aos clientes comerciais que também realizam compras para uso doméstico somam 68,04%. O gráfico 6 apresenta esta distribuição.

Desta composição da clientela, dentre outros fatores, tem-se como resultado uma área de influência expressiva no espaço da cidade, ainda que a maior influência esteja concentrada nas imediações da loja (ver mapa 15). Esta compreende os bairros Tibery, Santa Mônica e Custódio Pereira, além de uma mancha que se espalha pelo Setor Leste com uma alta concentração no bairro Morumbi. Exerce menor influência em uma parcela dos setores Central, Oeste e Sul.

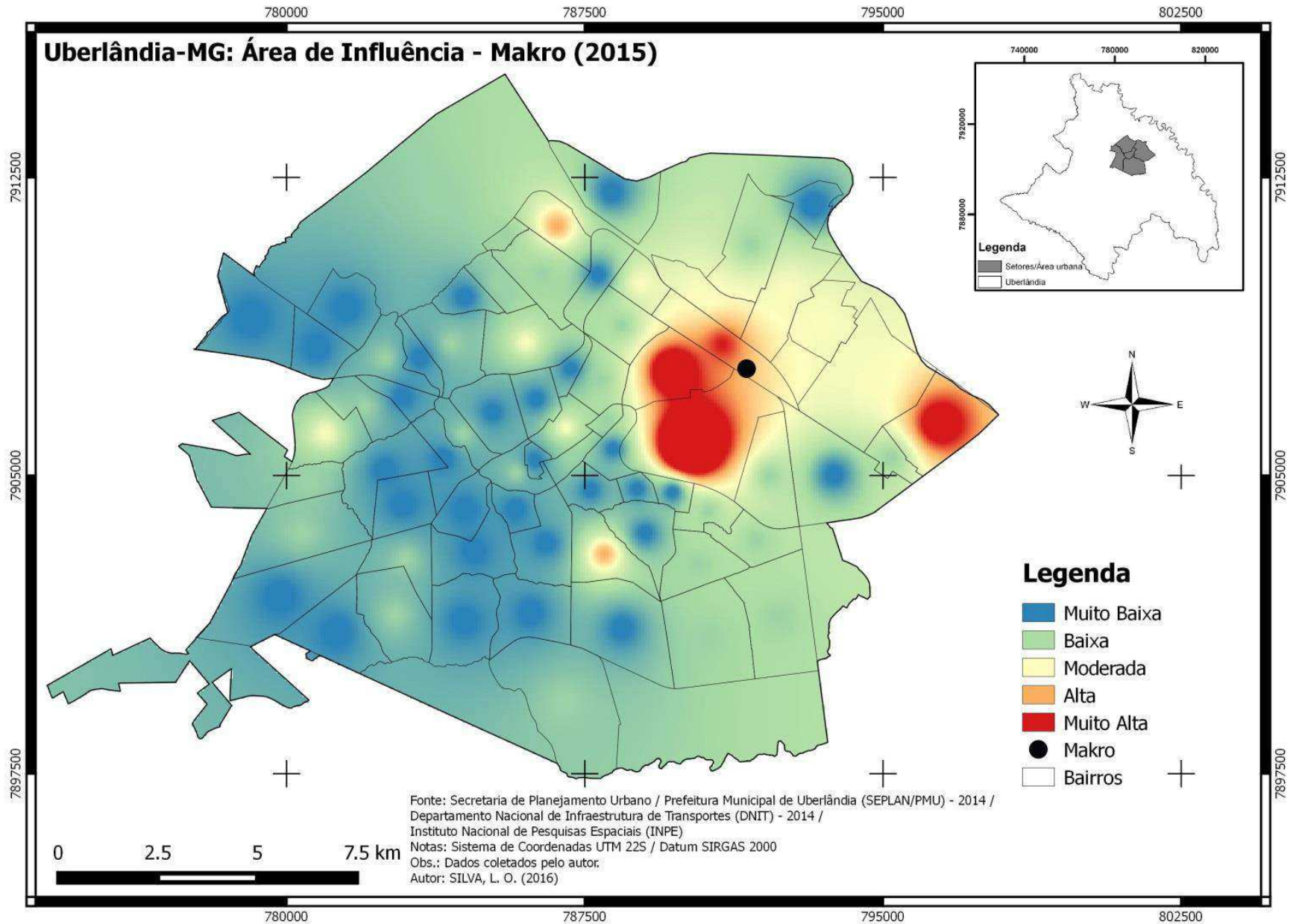
Gráfico 6 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria – Makro (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Chama a atenção o número de clientes que se dirigem ao Makro mais de uma vez por semana, 32% do total analisado (ver gráfico 7). Outros 26% se deslocam até a loja uma vez por semana, em média. Este número que corresponde a praticamente 60%

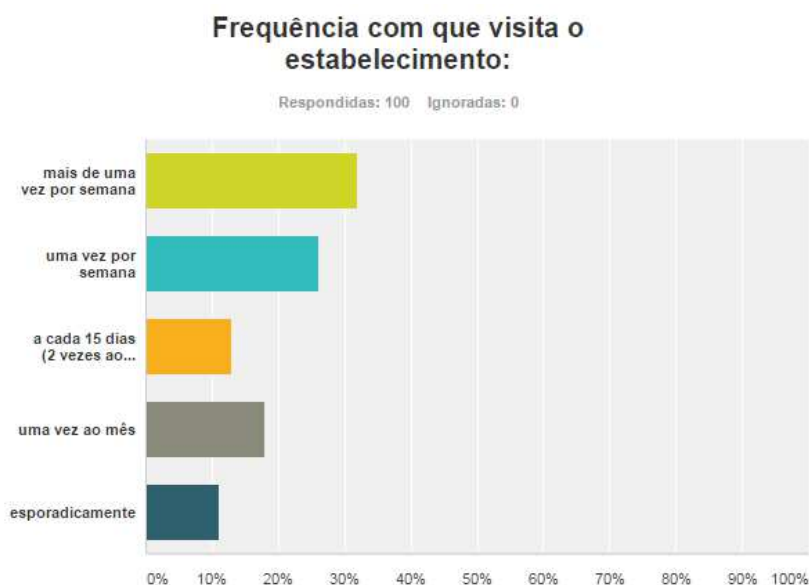
Mapa 15 – Uberlândia-MG: Área de influência – Makro (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

do total é composto basicamente pelos pequenos e médios varejistas, como no caso do Atacadão. Já os demais ficam distribuídos com relação à frequência das visitas da seguinte maneira: 13% a cada quinze dias, 18% uma vez ao mês e 11% esporadicamente. O último grupo, ao contrário, contém em sua maioria clientes finais.

Gráfico 7 – Frequência das visitas ao Makro (2015)

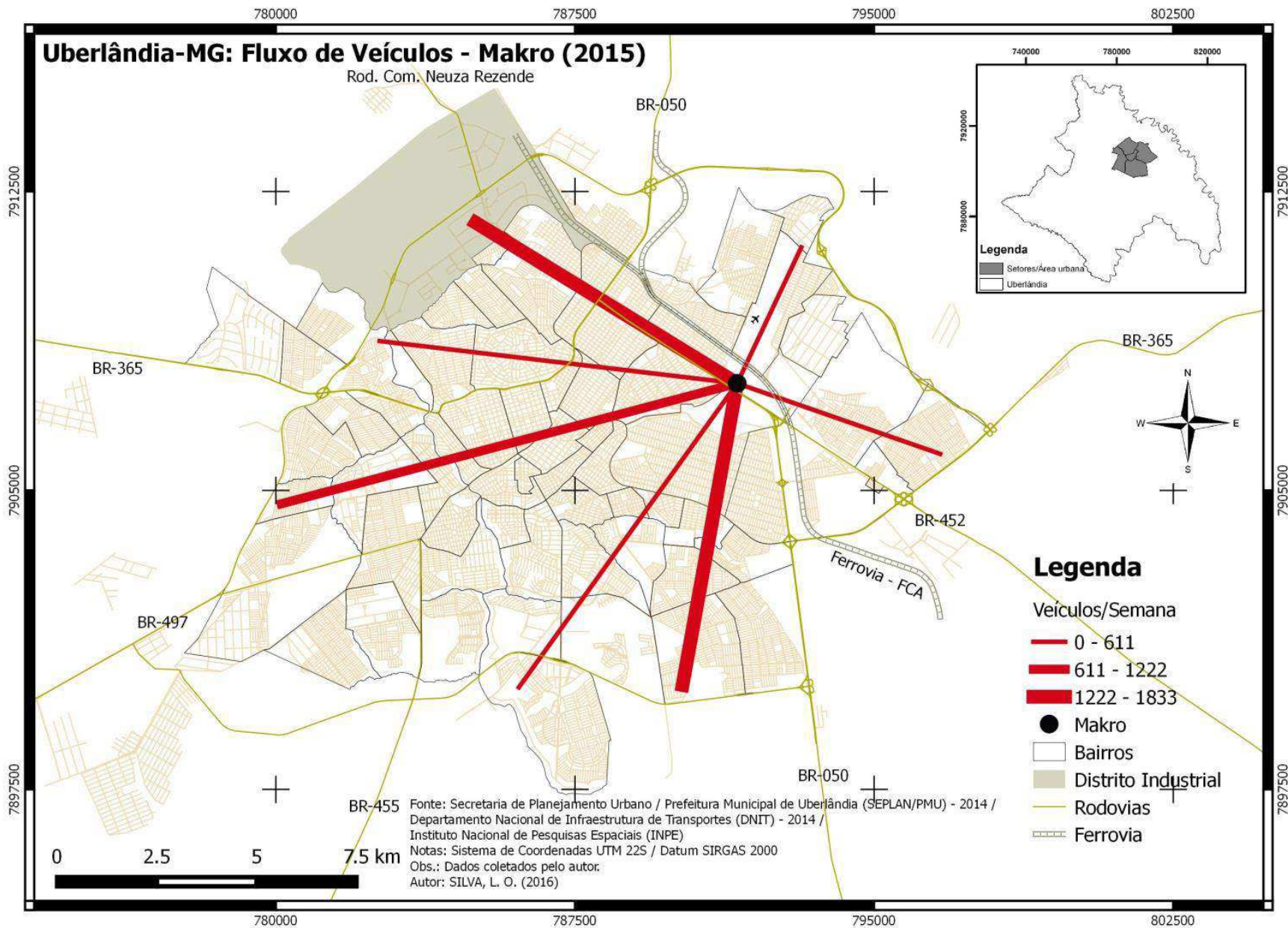


Org.: SILVA, L. O. (2016)

Ao observar os eixos de deslocamento no mapa 16 percebe-se dois com maior volume – entre 1222 e 1833 veículos por semana –, um na direção noroeste, onde destacam-se os bairros Tibery, Custódio Pereira, Umuarama, Brasil, Marta Helena, Nossa Senhora das Graças, Santa Rosa, chegando até o Distrito Industrial (DI), sendo que a principal via de acesso é formada pela BR-050 e a Avenida Antônio Tomaz Rezende, que continua sentido DI, após a mudança de sentido da rodovia. O segundo na direção sul-sudoeste passa pelos bairros Santa Mônica, Segismundo Pereira, Pampulha, Santa Luzia, Gravatás, chegando até os bairros Laranjeiras e São Jorge (Setor Sul), as duas principais rotas para este setor são BR-050/Anel Viário Ayrton Senna e Av. Anselmo Alves dos Santos, Rua João Balbino e Av. Jaime de Castro.

Um terceiro eixo que acumula entre 611 e 1222 veículos por semana se desloca na direção do Setor Oeste, passando pelo Setor Central, este tem sua rota principal formada pelas avenidas Anselmo Alves dos Santos, Rondon Pacheco e Getúlio Vargas. Outros quatro eixos de menor volume (0 a 611 veículos por semana) se deslocam em direção aos demais pontos da cidade. Dois deles para o próprio Setor Leste, um em dire-

Mapa 16 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Makro (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

-ção aos bairros Aclimação, Alto Umuarama, Mansões Aeroporto e Jardim Ipanema, tendo por rota as avenidas Anselmo A. dos Santos, Zulma Costa Abdala e Sideral. O outro vai em direção aos bairros Dom Almir, Novo Mundo, Nova Alvorada, Alvorada e Morumbi, passando pelas avenidas Anselmo A. dos Santos, Solidariedade e também pela BR-452.

Na direção sudoeste passa outro eixo, que conecta a loja aos bairros Santa Mônica, Carajás, Saraiva, Vigilato Pereira e chega até o Shopping Park, passando pela rua São Francisco de Assis e Avenida Nicomedes Alves dos Santos. O último segue para o Setor Norte até os bairros Presidente Roosevelt e Jardim Brasília, passando pelas avenidas Anselmo Alves dos Santos, João Naves de Ávila, João Pessoa e Cesário Crosara, ou então pelo eixo BR-050/BR-365.

3.1.2.4 Mart Minas - Leste

O Mart Minas localizado no Setor Leste está à margem da BR-050, no bairro Segismundo Pereira. A loja tem seu acesso principal voltado para o bairro pela rua Cleone Cairo Gomes. Todavia, há um acesso pela rodovia em um trecho sem pavimentação que liga a pista ao estabelecimento (ver fotos 7 e 8). O acesso pelo bairro fica a poucos metros da Avenida Segismundo Pereira, que entronca com a BR-050 e canaliza o fluxo do setor até a Avenida João Naves de Ávila, nas proximidades do Campus Santa Mônica, da Universidade Federal de Uberlândia.



Foto 7 – Mart Minas Leste (vista da BR-050 – acesso não pavimentado)

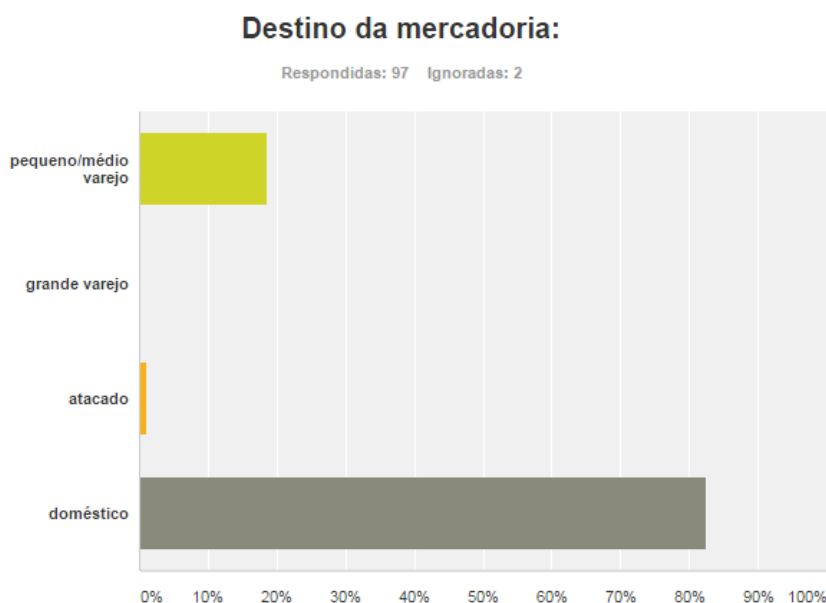
Foto 8 – Mart Minas Leste (vista da Av. Salomão Abraão)

Autor: SILVA, L. O. (2016)

A área onde a loja está instalada é caracterizada por usos como oficinas de veículos e madeireiras, na face voltada para a rodovia. No entanto, a face voltada para o bairro é predominantemente residencial, havendo somente alguns comércios locais,

como bares, padarias, lanchonetes e farmácias. Esta característica somada ao fato de o estabelecimento estar a poucos metros do bairro Santa Mônica (o mais populoso da cidade⁹) corrobora para o fato de 82,47% das mercadorias consumidas na loja terem destino doméstico, o que representa uma maioria de clientes finais (ver gráfico 8). Os pequenos e médios varejistas representam 18,56% dos clientes e os atacadistas 1,03%. Parte destes dois últimos disse também realizar compras para uso doméstico na loja.

Gráfico 8 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria Mart Minas - Leste (2015)



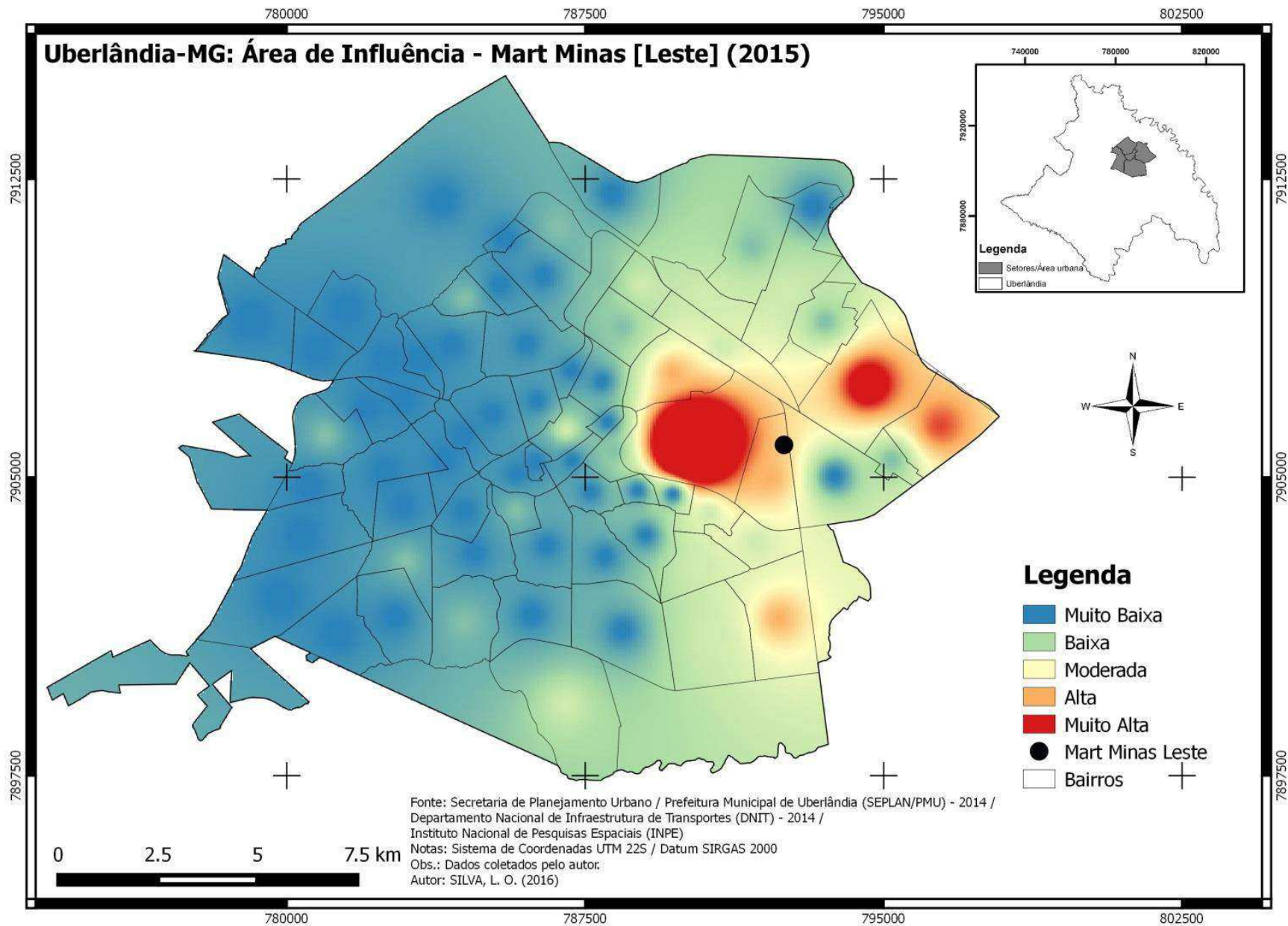
Org.: SILVA, L. O. (2016)

Esta característica da clientela faz com que haja maior concentração dos fluxos nos bairros mais próximos ao estabelecimento, como pode ser observado no mapa 17. Percebe-se que a loja tem influência por todo o Setor Leste, ainda que esta vá diminuindo à medida que se afasta da mesma. Exerce uma influência considerável também no Setor Sul, que é mais alta no bairro São Jorge e entorno. Os demais setores da cidade não interagem com tanta intensidade com a loja.

Com relação ao tipo de veículo observou-se que a maior parte dos clientes acessa a loja em veículos de passageiro, correspondendo a 88,19%. Isto está relacionado à já destacada maioria de clientes finais e ao fato de que uma parte dos clientes comerciais acessam a loja também por meio deste tipo de veículo. Os veículos de carga leve correspondem a 11,35%, enquanto os de carga pesado somam 0,45% dos veículos que acessam o Mart Minas (Leste).

⁹ População do bairro Santa Mônica: 35.737 habitantes (IBGE, 2010).

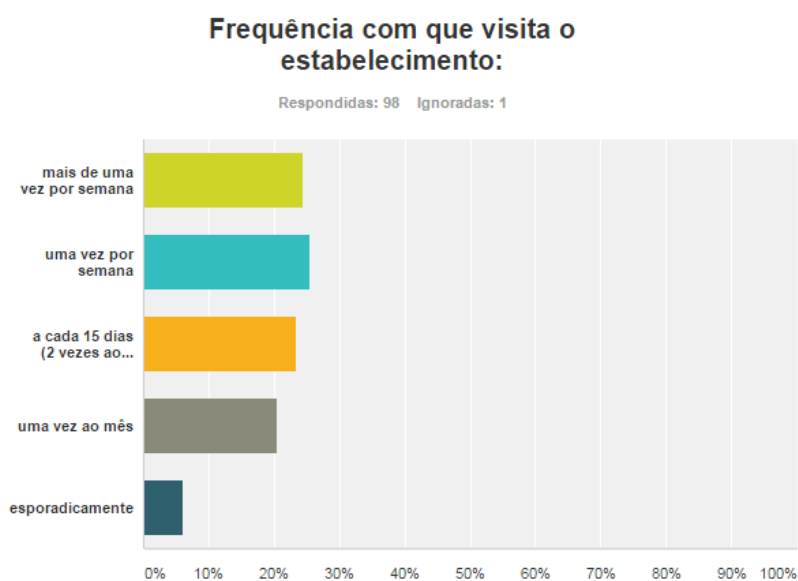
Mapa 17 – Uberlândia-MG: Área de influência – Mart Minas Leste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Já no que diz respeito à frequência das visitas ao estabelecimento nota-se uma distribuição mais homogênea entre as categorias, com exceção daqueles que vão à loja esporadicamente, os quais são minoria representando apenas 6,12%. Os que vão à loja mais de uma vez por semana somam 24,49%, já os que vão uma vez por semana correspondem a 25,51%, enquanto que 23,47% visitam o estabelecimento quinzenalmente e outros 20,41% se dirigem mensalmente ao Mart Minas, como é possível observar no gráfico 9.

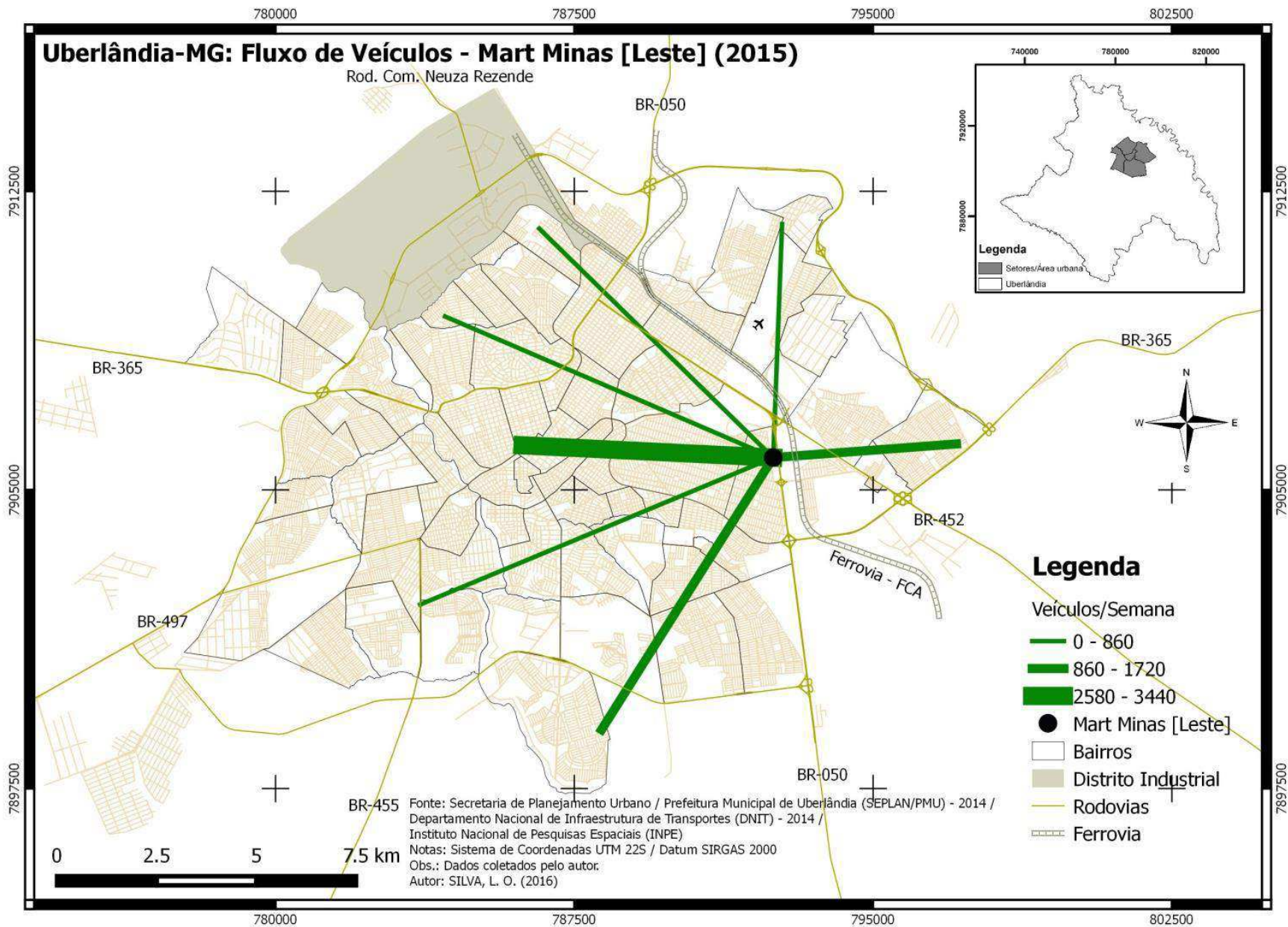
Gráfico 9 – Frequência das visitas ao Mart Minas – Leste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

A distribuição pelos eixos de deslocamento, embasada no cruzamento da contagem volumétrica de veículos com a OD apresenta também uma maior interação com o Setor Leste e áreas adjacentes (ver mapa 18). O principal eixo de deslocamento, que segue na direção oeste até o Setor Central, passando pelo bairro Santa Mônica tem um volume que varia entre 2580 e 3440 veículos por semana se dirigindo até o estabelecimento. Serve-se, principalmente, das Avenidas Segismundo Pereira, Anselmo Alves dos Santos e João Naves de Ávila. Dois outros eixos, um na direção leste, passando pelos bairros Nova Alvorada, Alvorada e Morumbi, principalmente – o qual tem como via de acesso basicamente a Avenida Segismundo Pereira –, e o outro que vai na direção sudoeste e passa pelos bairros Santa Luzia, Gravatás, Laranjeiras, São Jorge e Shopping Park – passa pelas avenidas Jaime de Barros, Seme Simão, Vereador Carlito Cordeiro e Anel Viário Ayrton Senna –, acumulam cada um de 860 a 1720 veículos por semana.

Mapa 18 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Mart Minas Leste (2015)



Outros quatro eixos com um volume que vai de 0 a 860 veículos por semana, um na direção norte, passando pelas Mansões Aeroporto, Jardim Ipanema e Aclimação, por meio das avenidas Anselmo Alves dos Santos, Zulma Costa Abdala e Sideral, outros dois a noroeste e oeste-noroeste respectivamente, compreendem principalmente os bairros Custódio Pereira, Tibery (parte), Brasil, Umuarama, Marta Helena e Nossa Senhora das Graças, utilizando a BR-050, o primeiro; e Tibery (parte), Nossa Senhora Aparecida, Bom Jesus e Presidente Roosevelt, pelas avenidas Anselmo Alves dos Santos, João Naves de Ávila, João Pessoa e Rua México. O último a oeste-noroeste vai em direção aos bairros Carajás, Saraiva, Vigilato Pereira, Jardim Karaíba e Morada da Colina, que tem como principal rota a rua João Balbino, a Avenida João Naves de Ávila, rua São Francisco de Assis e a Avenida Nicomedes Alves dos Santos.

3.1.2.5 Mart Minas – Oeste

O Mart Minas do Setor Oeste fica também à margem da rodovia, a BR-365 no caso, na saída para Monte Alegre de Minas. Todavia, este até agosto de 2016, não dispunha de uma entrada diretamente pela rodovia como a outra loja da rede apresentada acima. A entrada/saída até então era realizada somente na face da loja voltada para o bairro Jardim Patrícia, no qual se encontra. Apesar de estar no outro extremo da cidade as características do local são bastante semelhantes à do local onde se encontra a outra loja, como pode ser visto nas fotos 9 e 10.



Foto 9 – Mart Minas – Oeste (vista da BR-365) **Foto 10** – Mart Minas – Oeste (vista da Rua Diamante)
Autor: SILVA, L. O. (2016)

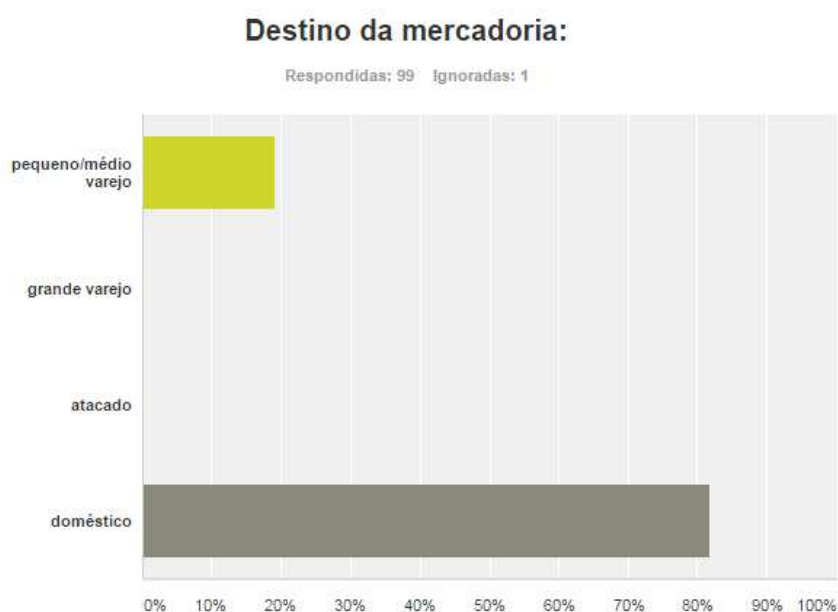
A área adjacente é composta por uma gleba vazia e algumas oficinas no entorno. O bairro, por sua vez, apesar de ter um comércio forte com a presença de supermercados e hipermercados, no entorno da loja é predominantemente residencial. O estabelecimento se beneficia desta dinâmica, além da travessia para outros bairros, pela

Avenida dos Eucaliptos (a poucos metros da loja), que dá acesso à BR-365. Outra importante via de acesso é a Avenida Aspirante Mega que conecta a loja às avenidas Brigadeiro Sampaio e Getúlio Vargas, importantes vias de ligação entre os setores Oeste e Central.

Os dados da contagem volumétrica de veículos realizada no local demonstram que 90,10% dos clientes que acessam a loja por meio de veículos automotores, vão em veículos de passageiro. Os veículos de carga leve correspondem a 9,77%, sendo que o número de veículos de carga pesado é praticamente nulo. Na foto 10 percebe-se a presença de caminhões estacionados em frente à loja. Todavia este fluxo diz respeito ao abastecimento e não ao fluxo de clientes.

Como já observado nos casos anteriores a predominância de veículos de passageiro indica o maior número de clientes finais, que realizam compras para uso doméstico. No caso do Mart Minas (Oeste) este número é bastante superior ao das outras lojas, sendo que 81,82% das mercadorias destinam-se para o uso doméstico e 19,18% para pequeno e médio varejo, como é possível ver no gráfico 10. Nota-se que não há a presença de grandes varejistas e atacadistas realizando compras na loja, mas que apesar do número alto clientes finais, há uma porcentagem significativa de pequenos e médios varejistas.

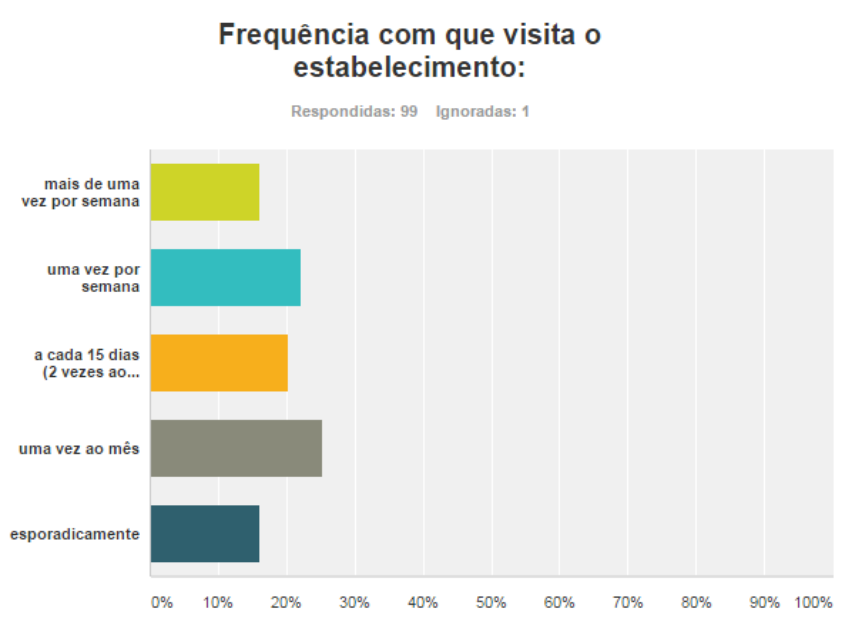
Gráfico 10 – Uberlândia-MG: Destino da mercadoria – Mart Minas – Oeste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Este número bastante superior de clientes finais na composição da clientela da loja explica o outro dado levantado, qual seja: a frequência das visitas ao estabelecimento. Como se pôde notar no caso do Atacadão e Makro, principalmente, onde há um volume maior de compras para fins comerciais, o número de visitas em intervalos menores é superior às que ocorrem quinzenal e mensalmente. No Mart Minas (Oeste) observou-se que 25,25% das visitas ocorrem mensalmente, enquanto que 20,20% ocorrem quinzenalmente. Já 22,22% das visitas se repetem uma vez por semana e 16,16% ocorrem mais de uma vez por semana. Outros 16,16% dirigem-se à loja esporadicamente (ver gráfico 11).

Gráfico 11 – Uberlândia-MG: Frequência das visitas ao Mart Minas – Oeste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

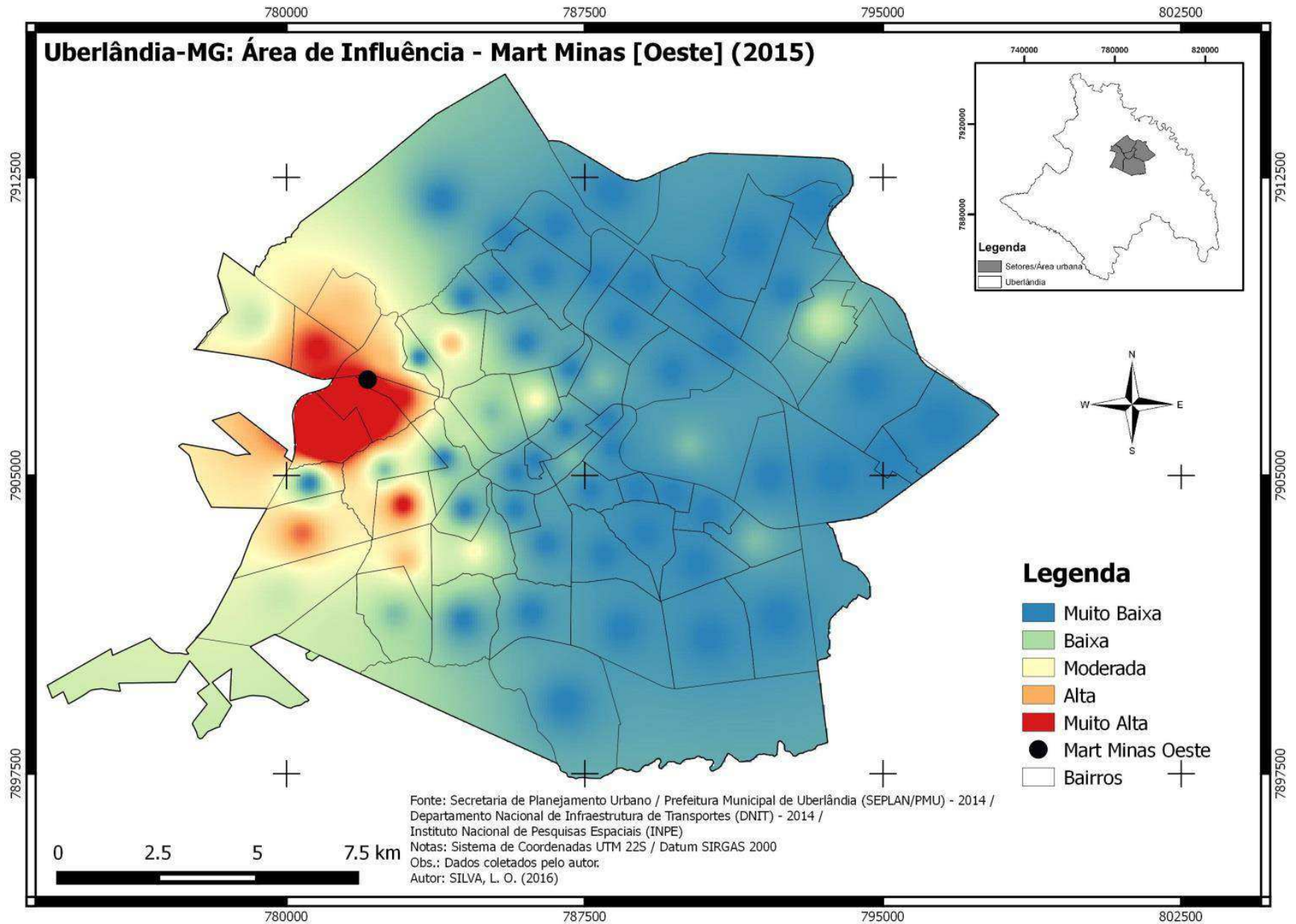
Com relação à área em que o estabelecimento exerce maior influência, nota-se que ela não ultrapassa em muito o limite do Setor Oeste (ver mapa 19). Isto, por um lado, não significa um volume pequeno de clientes, uma vez que o setor é bastante populoso¹⁰, sendo historicamente constituído como *locus* da moradia da classe trabalhadora de baixo e médio rendimentos, com extensas áreas ocupadas por moradias populares¹¹.

Percebe-se que a maior concentração se dá nos bairros Jardim Patrícia, Luizote de Freitas, Dona Zulmira, Planalto, Tocantins e Taiaman. O bairro Luizote de Freitas é

¹⁰ População do Setor Oeste: 140.539 habitantes (IBGE, 2010).

¹¹ Sobre esse assunto ver SOARES (1995), MOURA & SOARES (2009) e SILVA & GUERRA (2015).

Mapa 19 – Uberlândia-MG: Área de influência – Mart Minas Oeste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

um importante subcentro e o mais populoso do setor, além disso, faz divisa com o Jardim Patrícia, no qual o estabelecimento está instalado. Para além do limite do setor há maior interação com alguns bairros do Setor Central, quais sejam: Daniel Fonseca, Oswaldo Rezende e Martins, além do Jardim Brasília no Setor Norte e Cidade Jardim no Setor Oeste.

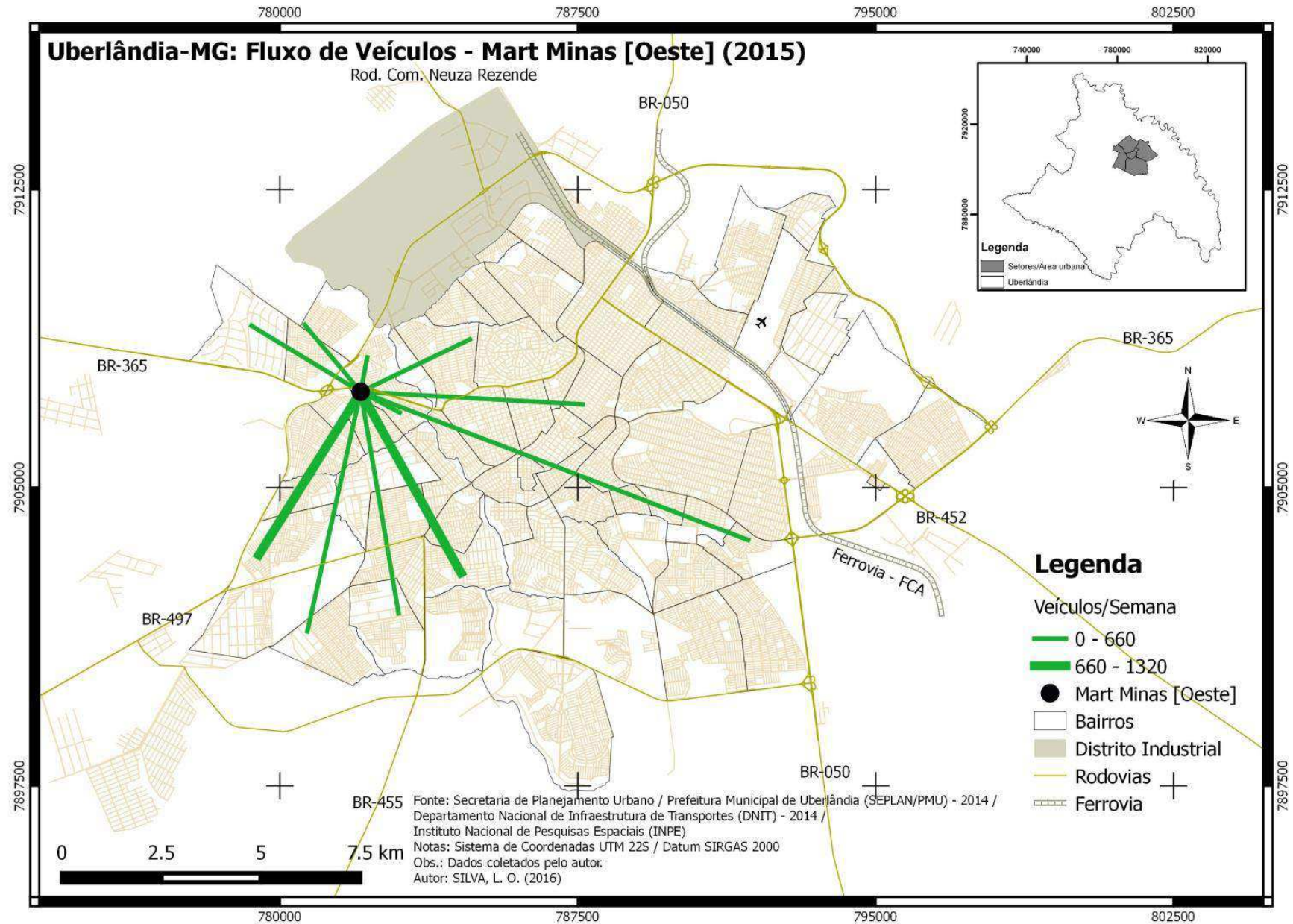
No mapa 20, que apresenta os eixos de deslocamento, é possível visualizar as direções que concentram maior volume de veículos por semana. Dois eixos concentram, cada um deles, entre 660 e 1320 veículos por semana. Um vai em direção ao bairro Luizote Freitas, já mencionado, passando pelo bairro Mansour até o Jardim Europa. A Avenida José Fonseca e Silva, a ruas do Diamante e Luciano Fonseca (paralela ao Anel Viário) e a Avenida dos Eucaliptos são as principais vias de acesso nessa direção. O segundo passa pelo bairro Chácaras Tubalina, Planalto, Jaraguá e chega até os bairros Tubalina, Cidade Jardim e Nova Uberlândia, que tem como principal rota a Avenida Aspirante Mega e trechos das avenidas Getúlio Vargas e Imbaúbas.

Existem outros 9 eixos que concentram cada um, entre 0 e 660 veículos por semana. Três deles vão em direção ao norte e noroeste onde encontram-se os bairros Taiman, Tocantins, Guarani e Morada do Sol. As principais vias de acesso nessas direções são as Avenidas Tairós e Taylor Silva, além da BR-365. Um deles vai na direção nordeste e conecta principalmente ao bairro Jardim Brasília, por meio da BR-365 e da rua do Níquel.

Em direção aos setores Central e Leste existem outros dois eixos que atendem, principalmente, os bairros mencionados no parágrafo anterior e chega até os bairros Lídice, Santa Mônica e Santa Luzia, sendo duas as principais rotas, a primeira, na direção do Setor Central, passa pela BR-365 e avenidas Marcos Freitas Costas, Fernando Vilela (centro-bairro), Vasconcelos Costa e Araguari (bairro-centro), além de trechos das avenidas José Fonseca e Silva e Aspirante Mega; a segunda, na direção do Setor Leste, passa pelas avenidas João Naves de Ávila, Rondon Pacheco e Aspirante Mega.

Na direção sul outros dois eixos que fazem a ligação com os bairros Chácaras Tubalina, Planalto, Jardim das Palmeiras, Jardim Holanda, Canaã e Panorama, principalmente. Sendo que a principal rota passa por trecho da Avenida Getúlio Vargas e rua do advogado, no bairro Jardim das Palmeiras, Avenidas Indaiá (trecho) e Dimas Machado no Planalto, Avenida Joaquim Leal de Camargos, no Chácaras Tubalina, além da rua Genarino Cazanbona, avenidas José Fonseca e Silva e dos Eucaliptos nos bairros

Mapa 20 – Uberlândia-MG: Fluxo de veículos – Mart Minas Oeste (2015)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Luizote de Freitas e Jardim Patrícia, respectivamente.

O último eixo é bem menor que os demais e vai em direção aos bairros Dona Zulmira e Vale, tendo por rota basicamente a Avenida Aspirante Mega e um trecho da Avenida José Fonseca e Silva. Assim, observa-se que o Mart Minas Oeste, apesar de ter uma área de influência mais restrita ao Setor Oeste, atende à demanda deste setor pela compra de produtos em lote e suas vantagens, uma vez que as demais lojas da modalidade com mesmo *mix* encontram-se concentradas no lado oposto da cidade, com exceção do Atacadão que, como pôde ser visto, também atende a boa parte da população do setor.

Diante de toda esta dinâmica espacial engendrada pelos fluxos de veículos (incluindo pessoas e mercadorias) que se direcionam aos atacadistas de autosserviço, observou-se alterações morfológicas no espaço da cidade, algumas já apresentadas no que diz respeito às obras de infraestrutura viárias na escala urbana e outras em escala local, que serão apresentadas à diante.

Antes disso, será apresentada a organização funcional e a relação que o sistema viário tem no conjunto da cidade, analisando a acessibilidade por meio da medida de integração e, a conectividade, esta última em âmbito local, como poderá ser visto a seguir.

3.2 Estrutura configuracional da malha urbana e o novo padrão espacial

Antes de tratar especificamente das alterações morfológicas em âmbito local, destacadas acima, serão apresentadas algumas características do *layout* da cidade de Uberlândia, partindo-se da teoria da sintaxe espacial, ou, *space syntax*¹² em inglês. O método aplicado para alcançar os resultados que serão apresentados a seguir encontra-se no tópico “Discussão do Método”.

Cabe, no entanto, mais algumas considerações acerca desta análise: a teoria aborda diferentes relações socioespaciais, tais como: a relação entre os espaços abertos e fechados com a estrutura viária, padrões de acessibilidade (global), conectividade (local), controle que as vias exercem na estrutura viária, inteligibilidade (relação entre a medida global e a local), que mede capacidade de apreensão global a partir de um local, mede também os espaços convexos, economia da malha, dentre outras (HOLANDA, 2002; RAMOS, 2012).

¹² A teoria da *space syntax* foi elaborada por Bill Hillier e Julienne Hanson, da Universidade de Londres.

Neste estudo, dada a natureza da análise pretendida, foram priorizadas algumas destas categorias, quais sejam: a integração (para avaliar a acessibilidade no contexto da cidade [global]), a conectividade e o controle, para avaliar o papel local das vias, bem como, a inteligibilidade e o Raio 3 para relacionar estas duas medidas e avaliar qual o percentual de correlação existentes entre elas. Também foi gerado um mapa de raios concêntricos a partir de cada um dos cinco atacadistas de autosserviço pesquisados, por meio das distâncias topológicas médias para alcançá-los na malha urbana, a fim de estabelecer uma comparação com os mapas da área de influência apresentados acima.

Assim, é apresentada a relação entre a estrutura viária existente na cidade de Uberlândia com a dispersão dos fluxos observada. Cabe salientar que “This is the case both in terms of the determination of spatial form, in that movement largely dictates the configuring of space in the city, and in terms of the effects of spatial form, in that movement is largely determined by spatial configuration” (HILLIER, 2007, p. 113).

Ademais, faz-se necessário recordar que para a análise das categorias pretendidas parte-se do mapa de linhas axiais, que “correspondem aos vértices do grafo, sendo que dois vértices são adjacentes se, e somente se, as linhas correspondentes se intersectarem”, a partir de onde são realizadas as medidas (RAMOS, 2012, p. 81). Outro destaque a ser feito é que a medida sintática independe dos objetos no espaço e de propriedades métricas, uma vez que estabelece uma hierarquia espacial da malha urbana por sua estrutura configuracional (RAMOS, 2012).

A seguir serão apresentados os resultados da análise sintática – em forma de mapas e gráficos – e tecidas as considerações acerca das categorias analisadas e da sua relação com a dinâmica espacial observada na pesquisa de OD.

3.2.1 **Inteligibilidade**

Com base no mapa de linhas axiais da malha urbana de Uberlândia de 2016, vetorizado por meio da base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia e do Google Imagens, através do *software* QGIS, foram mensuradas as categorias acima descritas. As análises foram realizadas no *software* Dephtmap, criado pelos pesquisadores de Universidade de Londres, que desenvolvem pesquisas no campo da *space syntax*. A arte final foi realizada no *software* Inkscape.

Destaca-se que os mapas são representados por escalas de cores, bem como, os gráficos. O mapa de integração e os gráficos são representados em escala de cinza, em que os valores mais altos correspondem ao branco e vão assumindo cores mais escuras à

medida que se tornam mais baixos. Nos demais mapas: conectividade, controle, Raio 3 e no mapa de raios de distância topológica dos estabelecimentos, a representação se dá numa escala que vai do vermelho (mais alto), passando pelo laranja, verde e azul até chegar ao roxo (mais baixo).

Os gráficos apresentados fazem a correlação dos resultados com base no Coeficiente de Pearson, que apresenta no eixo Y uma variável dependente da variável do eixo X, ou seja, à medida que a variável do eixo X é alterada, altera-se também a variável do eixo Y. A correlação é realizada com o auxílio da reta de regressão linear, por meio da qual se estabelece o *coeficiente de correlação*. Os elementos acima da reta apresentam desvio positivo e aqueles que se encontram abaixo apresentam desvio negativo. Por fim, obtém-se o coeficiente de determinação obtido pelo quadrado do coeficiente de correlação (r^2), que “indica a proporção da associação entre as variáveis, explicada pela linha de regressão”, que pode ser expressa em unidades percentuais (FERREIRA, 2014, p. 99).

O mapa de integração da malha urbana de Uberlândia (mapa 21) destaca algumas características interessantes sobre a estrutura sintática desta. A integração, enquanto medida global estabelece uma relação de cada linha com todos os demais espaços do sistema (RAMOS, 2012). Assim, observando o mapa de integração de Uberlândia vê-se que de modo geral o Setor Central e parte considerável dos setores Leste e Norte são bastante integrados ao sistema, sendo que algumas vias se destacam. Ao todo o mapa de integração possui 6.385 espaços, sendo que 55% apresenta valores entre 0.858 e 1.181; 20,60% varia entre 0.534 e 0.858; 20,70% entre 1.181 e 1.505; enquanto que 1,8% tem valores menores que 0.534 e outros 1,8% ente 1.505 e 1.829. Um longo trecho do eixo analisado que começa da BR-452 entronca com a BR-050 e segue até a Avenida Antônio Tomaz Rezende apresenta um alto índice de integração (1.664) ao sistema viário da cidade. Cabe destacar que neste trecho encontra-se a loja do Makro, além de estarem próximas a ele as lojas do Mart Minas e Bahamas Mix situadas no Setor Leste.

Da mesma forma, as vias que passam pelo bairro Brasil ligando o centro da cidade aos bairros na direção nordeste apresentam forte integração ao sistema (João Pinheiro – 1.664 e Afonso Pena – 1.692). A característica ortogonal do traçado do bairro proporciona esta forte integração. Já a Avenida João Pessoa, que conecta o centro ao bairro Presidente Roosevelt, por meio do viaduto ao lado do Atacadão, tem uma integração de 1.634.

Mapa 21 – Uberlândia-MG: Integração (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

O trecho da BR-050 que passa pela loja do Mart Minas (Leste), por sua vez, apresenta um índice um pouco mais baixo (1.542). Enquanto que o trecho da BR-365 próximo ao Mart Minas (Oeste) tem o índice 1.492. Estes valores apresentados pelos trechos destacados sobressaem bastante na malha urbana de Uberlândia, o que reforça novamente a relação entre a estrutura do sistema viário e o padrão de localização adotado pelos atacadistas de autosserviço.

No que diz respeito à conectividade foram contabilizados 6.390 espaços, sendo que os valores vão de 1 a 62. Destes 79,43% têm valor menor que 6,5; 13,83% entre 6,5 e 13; 4,22% entre 13 e 19,5. Já os que variam entre 19,5 e 26 representam 1,28%. As demais classes representam 1,22%, indo de 26 até 65. Destaca-se que apenas 6 espaços tem o valor acima 58,5. No mapa 22 é possível observar esta distribuição.

Interessante destacar que cinco dos espaços que apresentam os maiores valores de integração aparecem também com altos valores de conectividade. Um deles é o trecho da BR-050 onde está o Makro, que tem valor de conectividade 62. Os outros quatro encontram-se entre os que cruzam o bairro Brasil sentido centro-bairro (NE), sendo que dois deles têm valor de conectividade igual a 59 e os outros dois igual a 62 e 65. Estes dois últimos correspondem, respectivamente, às avenidas Afonso Pena e João Pinheiro. Uma terceira via paralela a estas apresenta também o valor 55.

O último entre os que possuem maior conectividade corresponde a um longo trecho da Avenida Segismundo Pereira, no bairro Santa Mônica, com valor de 62. Esta avenida como foi destacado no item anterior tem uma importante função na estrutura viária do Setor Leste e é uma das principais rotas para acessar o Mart Minas (Leste). Merece destaque ainda que o trecho correspondente à Avenida Belarmino Cotta Pacheco, paralela à anterior, tem o valor de 54, demonstrando uma importante função no sistema viário do bairro. A inteligibilidade (correlação entre a integração e a conectividade) é apresentada no gráfico 12. Observou-se, por meio do coeficiente de determinação $R^2 = 0.173012$, que apenas 17,30% dos espaços apresentam correlação direta entre as duas variáveis analisadas.

No que diz respeito ao controle, que mede a importância de um espaço enquanto destino dentre os espaços vizinhos, observou-se que os valores vão de 0.016 a 15.814, sendo que os menores indicam um fraco controle e os maiores indicam um forte controle do espaço. Nesta análise foram contabilizados 6.387 espaços. Identificou-se que 85,01% têm valores menores que 1.595, outros 10,50% apresentam valores entre

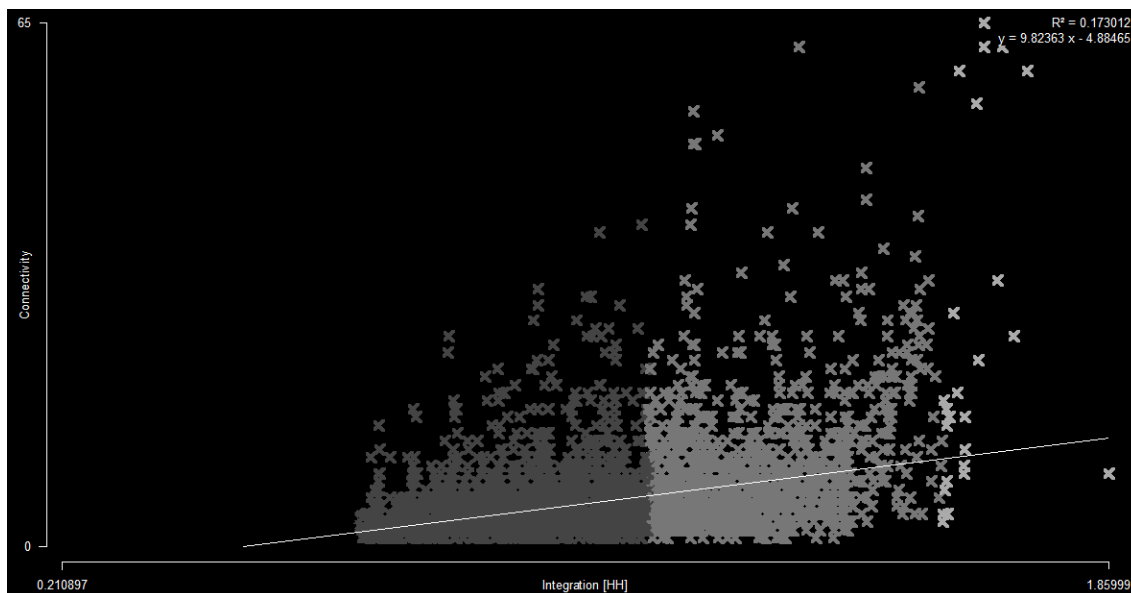
Mapa 22 – Uberlândia-MG: Conectividade (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

1.595 e 3.175. Os outros 4,49% dividem-se entre os demais valores; apenas 10 espaços compõem as três últimas classes – acima de 11.075 – e somente 2 ultrapassam 14.234.

Gráfico 12 – Uberlândia-MG: Inteligibilidade (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Estes espaços que exercem maior controle, como é possível observar no mapa 23 estão mais concentrados nos bairros dos setores Oeste e Norte. Já os espaços mencionados anteriormente – nas proximidades dos atacadistas de autosserviço –, apresentam baixos valores de controle, o que, por sua vez, não afeta o desenvolvimento da atividade por eles realizada. Pelo contrário, pois como já foi dito o controle diz respeito somente aos espaços vizinhos, diferentemente das medidas de conectividade e integração, esta última sendo a mais importante em relação à localização das lojas.

Esses baixos valores de controle podem ser observados pelo coeficiente de determinação, entre o controle (Y) a integração (X) em que $R^2 = 0.0105151$, ou seja, apenas 1,05% dos espaços apresenta associação entre as duas variáveis (ver gráfico 13).

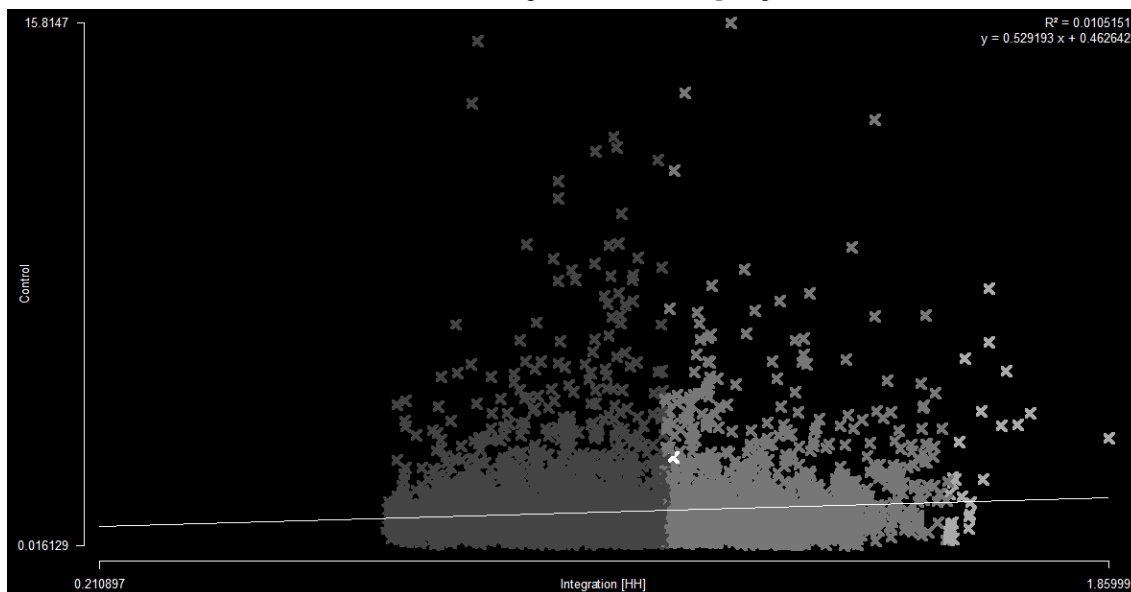
Todavia, cabe ressaltar que com relação à conectividade o coeficiente de determinação apresenta uma forte associação entre as variáveis. Como pode ser visto no gráfico 14 o coeficiente de determinação $R^2 = 0.552922$. Em termos percentuais significa que 55,29% das variáveis estão associadas. Dizendo de outro modo, a variável controle (Y) está em mais da metade dos casos associada à variável conectividade (X).

Uma quarta variável considerada para a análise da estrutura configuracional da malha urbana de Uberlândia, foi a Integração R3, ou, Raio 3 (R3), que mede a “integração entre os espaços que estão a uma profundidade igual ou menor que 3 espa-



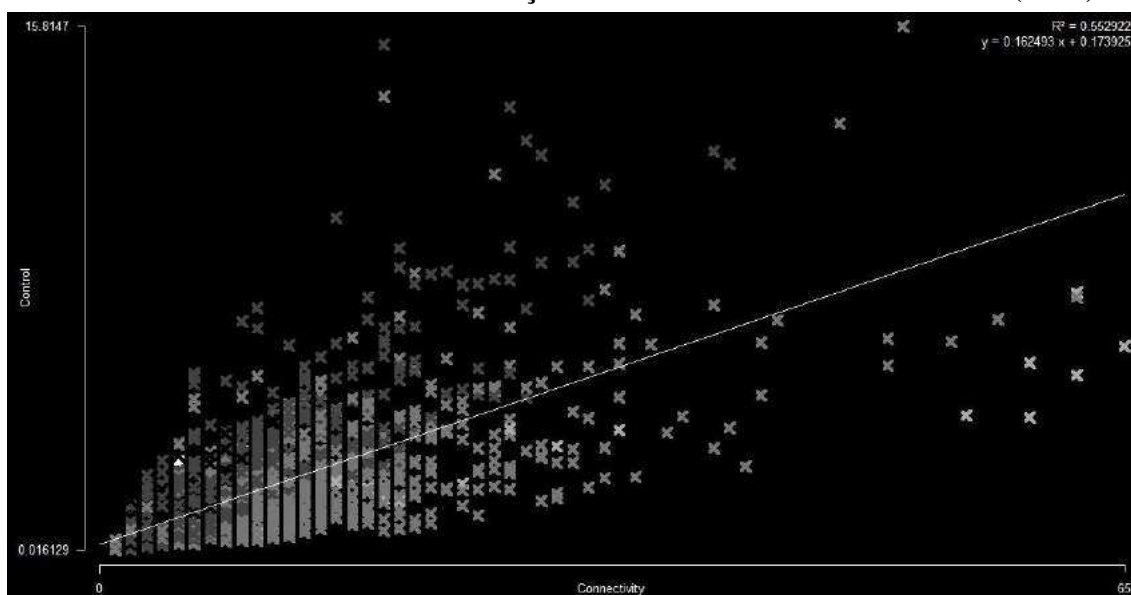
-ços em relação ao de origem” (RAMOS, 2012, p.83). O resultado desta medida pode ser observado no mapa 24.

Gráfico 13 – Uberlândia-MG: Correlação entre Integração e Controle (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

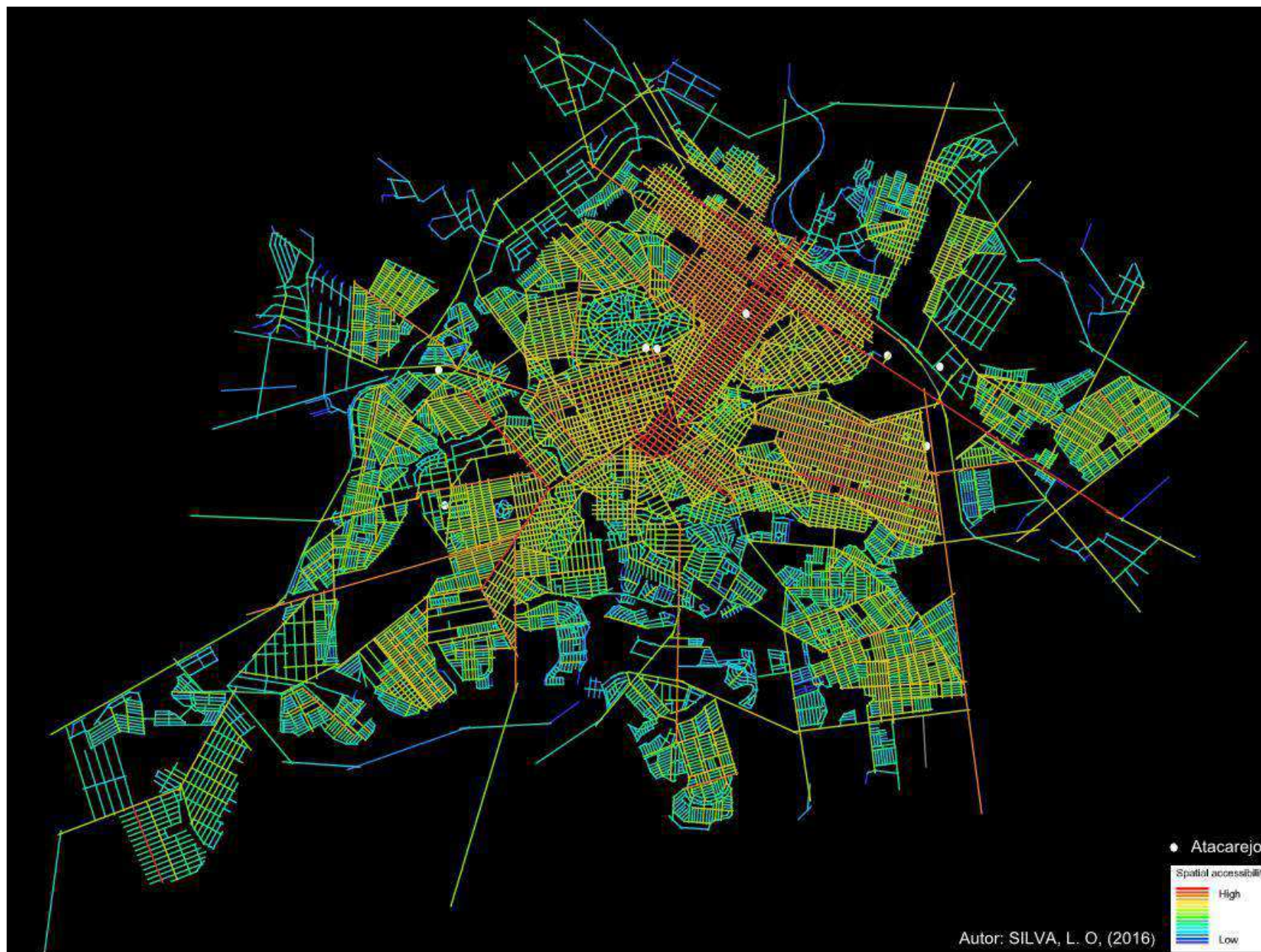
Gráfico 14 – Uberlândia-MG: Correlação entre Conectividade e Controle (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

A partir da comparação do mapa de Raio 3 com os mapas de integração e conectividade pode-se perceber a correlação entre as vias de maiores índices novamente. Para a elaboração deste mapa foram analisados 6.385 espaços, sendo que os valores vão de 0,210 a 4,724. Destes 88,78% encontra-se nas classes que vão de 1,113 e 3,370. Acima de 4,273 até o limite máximo (4,724) foram identificados doze espaços,

Mapa 24 – Uberlândia-MG: Raio 3 (2016)



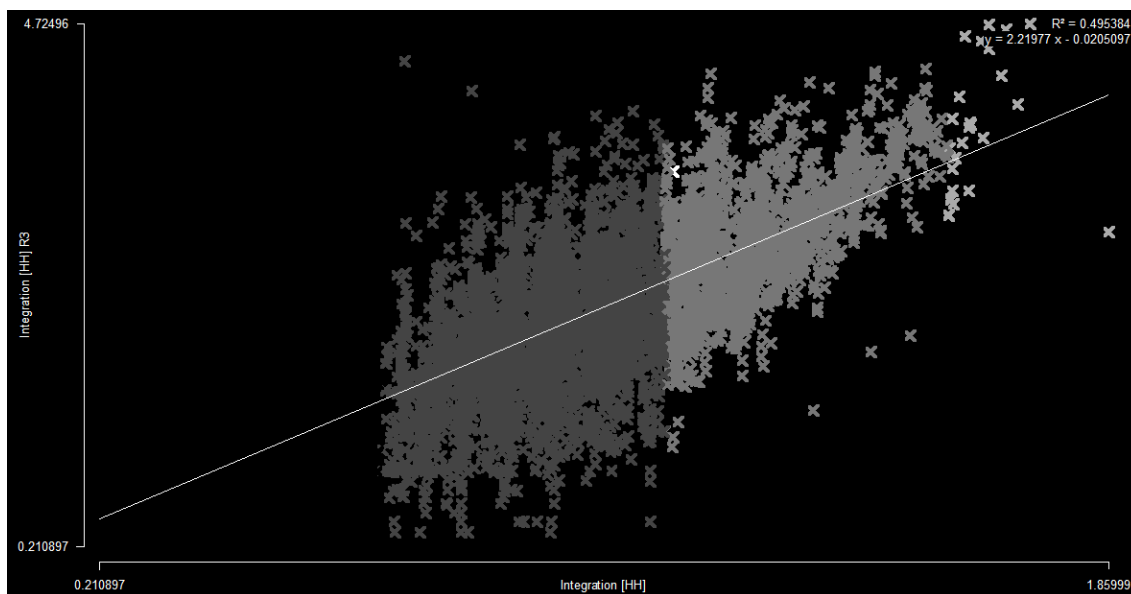
Org.: SILVA, L. O. (2016)

que coincidem, em grande parte, com aqueles onde estão situados os atacadistas de autosserviço, quais sejam: trecho da BR-050 (4,504) e avenidas João Pinheiro e Afonso Pena (4,711 e 4,674, respectivamente), principalmente.

Essa associação entre as variáveis é percebida também nos gráficos que estabelecem a correlação entre o Raio 3 e as demais variáveis apresentadas (integração, conectividade e controle). A correlação estabelecida entre o R3 (Y) e a Integração (X) apresenta uma forte associação, como é possível perceber por meio do coeficiente de determinação $R^2 = 0.495384$, significando que 49,53% dos espaços encontrados na variável R3 dependem da variável Integração (ver gráfico 15).

Em se tratando da correlação com a conectividade percebe-se também uma associação relativamente forte, uma vez que, de acordo com o coeficiente de determinação ($R^2 = 0.431453$), 43,14% dos valores encontrados por meio da variável R3 (Y) estão relacionados aos valores encontrados na variável Conectividade (X), o que pode ser visto no gráfico 16.

Gráfico 15 – Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Integração (2016)

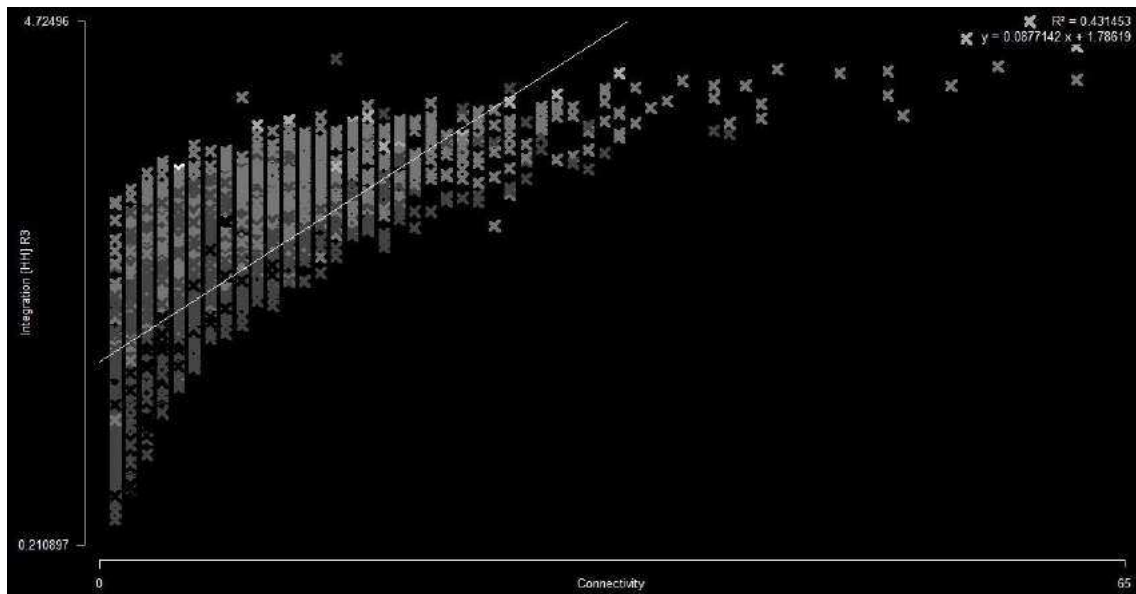


Org.: SILVA, L. O. (2016)

Diferentemente, ao estabelecer a mesma comparação entre as variáveis R3 (Y) e Controle (X), percebe um índice de correlação bastante inferior ao encontrado nas duas anteriores. Por meio do coeficiente de determinação $R^2 = 0.109125$, ou seja, 10,91% dos valores encontrados em R3 dependem daqueles encontrados na variável Controle, evidenciando a baixa correlação entre essas duas variáveis. O gráfico 17 mostra a correlação entre R3 e Controle realizada por meio do Coeficiente de Pearson.

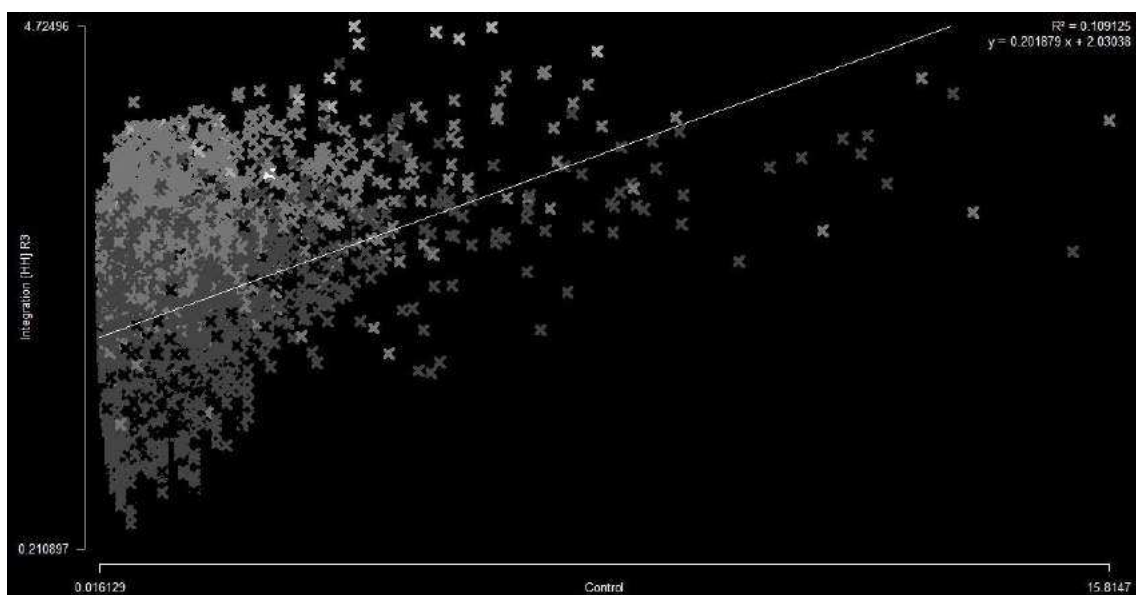
Sendo o Raio 3 uma medida de integração (global) mensurada em escala local vê-se que o resultado do coeficiente de correlação realizado por meio do cruzamento destas diferentes variáveis, reforça o papel dos eixos viários destacados acima no conjunto da malha urbana de Uberlândia. Isso demonstra os altos níveis de acessibilidade que estes espaços possuem no sistema viário, para além dos usos e funções presentes neles, uma vez que estas, como se pôde perceber até aqui se favorecem desta estrutura configuracional da cidade e destes espaços em particular.

Gráfico 16 – Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Conectividade (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Gráfico 17 – Uberlândia-MG: Correlação entre Raio 3 e Controle (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Outra análise da estrutura viária realizada também por meio da sintaxe espacial é a chamada *metric step depth*, que estabelece raios concêntricos a partir de um espaço selecionado. Para a medida aqui apresentada foram estabelecidos os raios de 400, 800, 1200, 2000, 5000, 10000 e n metros a partir de cada espaço. Os espaços selecionados são aqueles adjacentes aos atacadistas de autosserviço, a fim de estabelecer uma comparação com as áreas de influência identificadas por meio da análise dos fluxos gerados na pesquisa de OD e contagem volumétrica de veículos.

Observou-se que em grande parte dos casos há uma proximidade entre as áreas de maior influência das lojas analisadas que foram apresentadas no item anterior, com o raio das distâncias topológicas estabelecido por meio da medida das profundidades das linhas axiais. O que mais destoou demonstrando extrapolar em grande medida sua área de influência com relação às distâncias topológicas foi o Atacadão (mapa 25), que, como pôde ser visto, está alocado no Setor Norte e exerce grande influência no Setor Oeste da cidade. A seguir são apresentados os mapas dos raios com as distâncias topológicas de cada uma das cinco lojas analisadas. No mapa as menores distâncias correspondem ao vermelho (maior acessibilidade) e as maiores ao roxo (menor acessibilidade).

Os demais *atacarejos* apresentam suas áreas de maior influência (com base nos fluxos levantados) mais restrita à distância topológica estabelecida por meio da estrutura viária. No caso do Bahamas Mix observa-se que as áreas classificadas no mapa da área de influência (mapa 13) são em grande parte coincidentes com as distâncias mais próximas destacadas no mapa 26. Sendo que a área cobre, além do bairro Brasil, parte dos bairros Nossa Senhora Aparecida, Santa Mônica, Tibery, Marta Helena e Roosevelt.

No caso do Makro (mapa 27) observa-se que as áreas de influência tida como alta e muito alta mensurada em campo (mapa 15) está em sua maior parte contida nas menores distâncias topológicas (raios de 400 e 800 metros). Há um avanço em direção ao extremo leste da cidade, onde encontra-se o bairro Morumbi, o que, todavia, pode ser explicado pelo fato de o Makro ser um dos atacadistas de autosserviço mais próximo a esse bairro.

A situação observada no Mart Minas (Leste) é bastante semelhante à do Makro, o que tem relação com a proximidade dos dois estabelecimentos. Nesta loja, assim como no Makro, os raios definidos pelas menores distâncias (400 e 800 metros), que podem ser vistas no mapa 28, coincidem basicamente com as áreas identificadas no

mapa 16 caracterizadas por sofrer alta ou muito alta influência deste estabelecimento no que tange aos deslocamentos para compras.

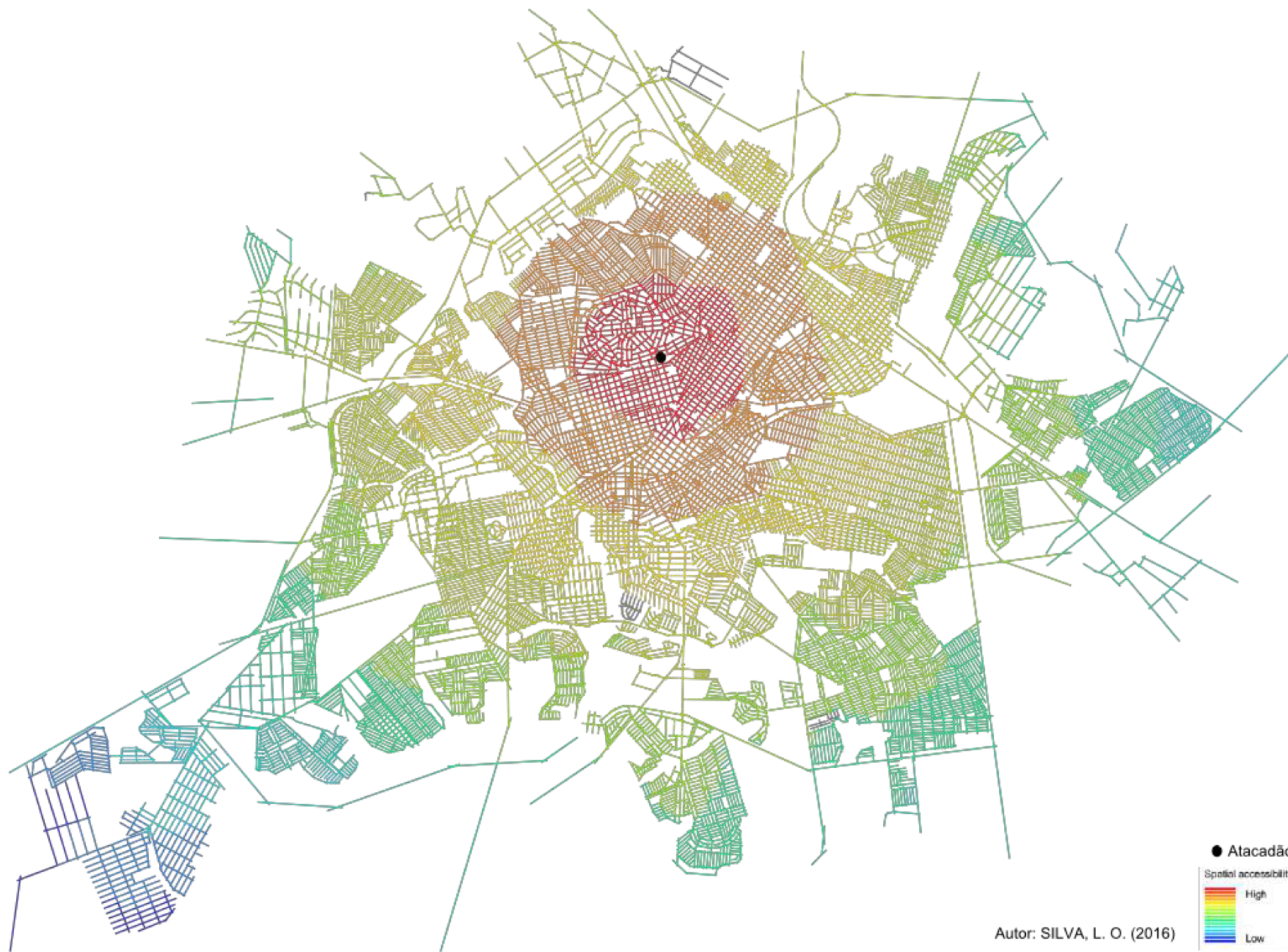
Por último, reforçando a tendência já assinalada, a outra loja da rede Mart Minas, no Setor Oeste (mapa 29), apresenta também estreita relação entre os raios das distâncias topológicas e as áreas onde exercem maior influência nos deslocamentos para compras. Vê-se que as áreas que sofrem alta ou muito alta influência destes estabelecimento (mapa 19), também coincidem com os raios de 400 e 800 metros, que definem, por sua vez, os níveis de acessibilidade com base nas distâncias topológicas.

A partir desta comparação fica mais uma vez evidente a forte relação existente entre espaço e sociedade, a qual nos permite afirmar, com base novamente na citação de Hillier (2007) mencionada no início deste item, que os movimentos no espaço são largamente influenciados pela forma da cidade e, ao mesmo tempo, passam a determinar novas formas, por meio das demandas oriundas dos novos usos e relações que estes engendram no espaço, ou ainda, por meio dos quais são gerados.

Desta relação entre forma e movimento surgem mudanças no espaço da cidade que são, como já foi dito, resultado destes deslocamentos no espaço. Esta nova dinâmica espacial observada neste capítulo vem produzindo um novo padrão espacial na cidade de Uberlândia, relacionado num primeiro momento à própria especialização funcional apresentada, assim como, pelas alterações morfológicas concomitantes a esse primeiro processo, algumas delas resultado do intenso fluxo de veículos que estas geram no interior das cidades.

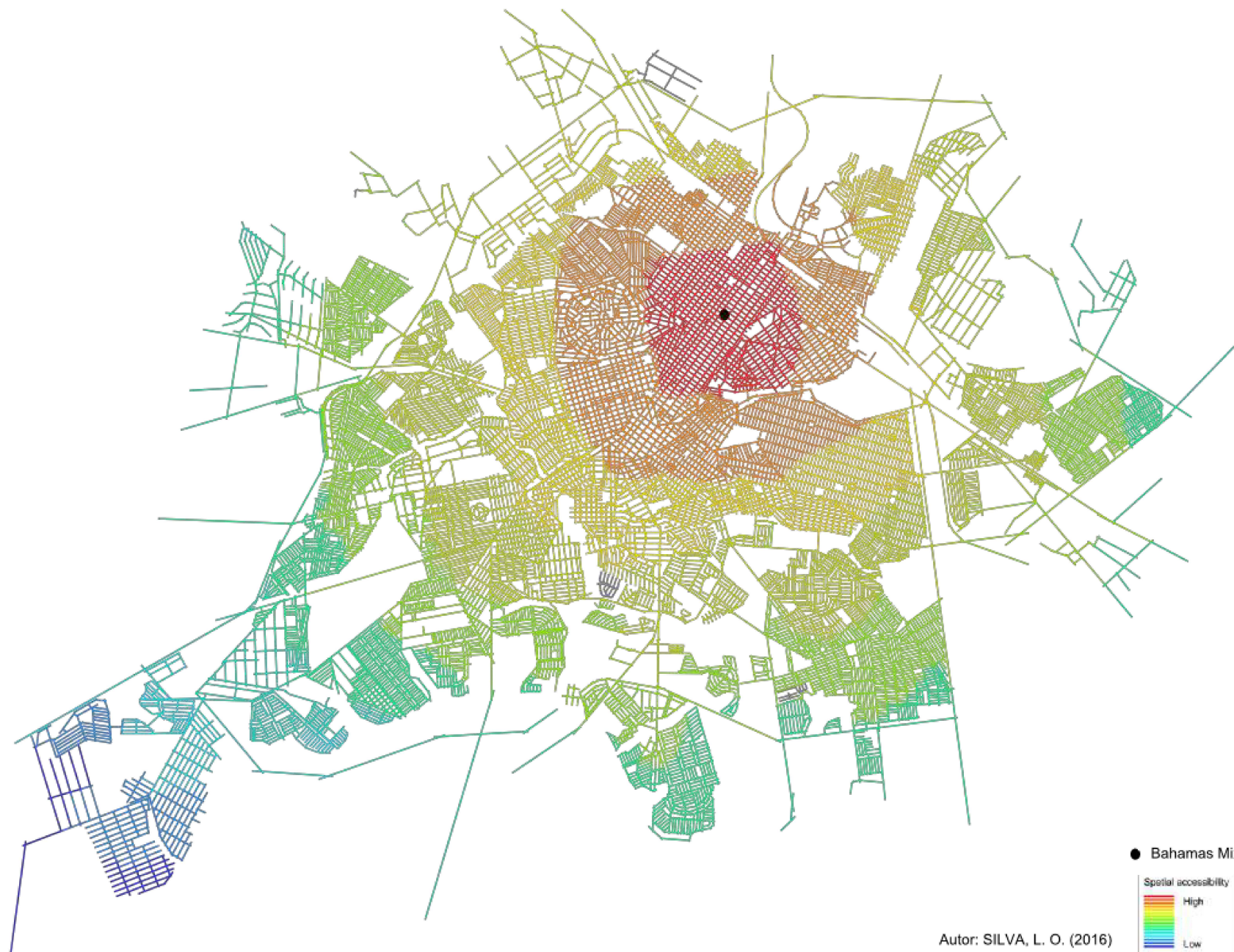
Diante disso, considerando que os processos espaciais até aqui observados promovem também mudanças no cotidiano e na vida de relações dos cidadãos, no próximo capítulo serão abordadas as alterações morfológicas encontradas na pequena escala, que envolvem um novo padrão de uso e ocupação dessas áreas, em alguns casos, e a relação dos indivíduos com esses espaços.

Mapa 25 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Atacadão (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

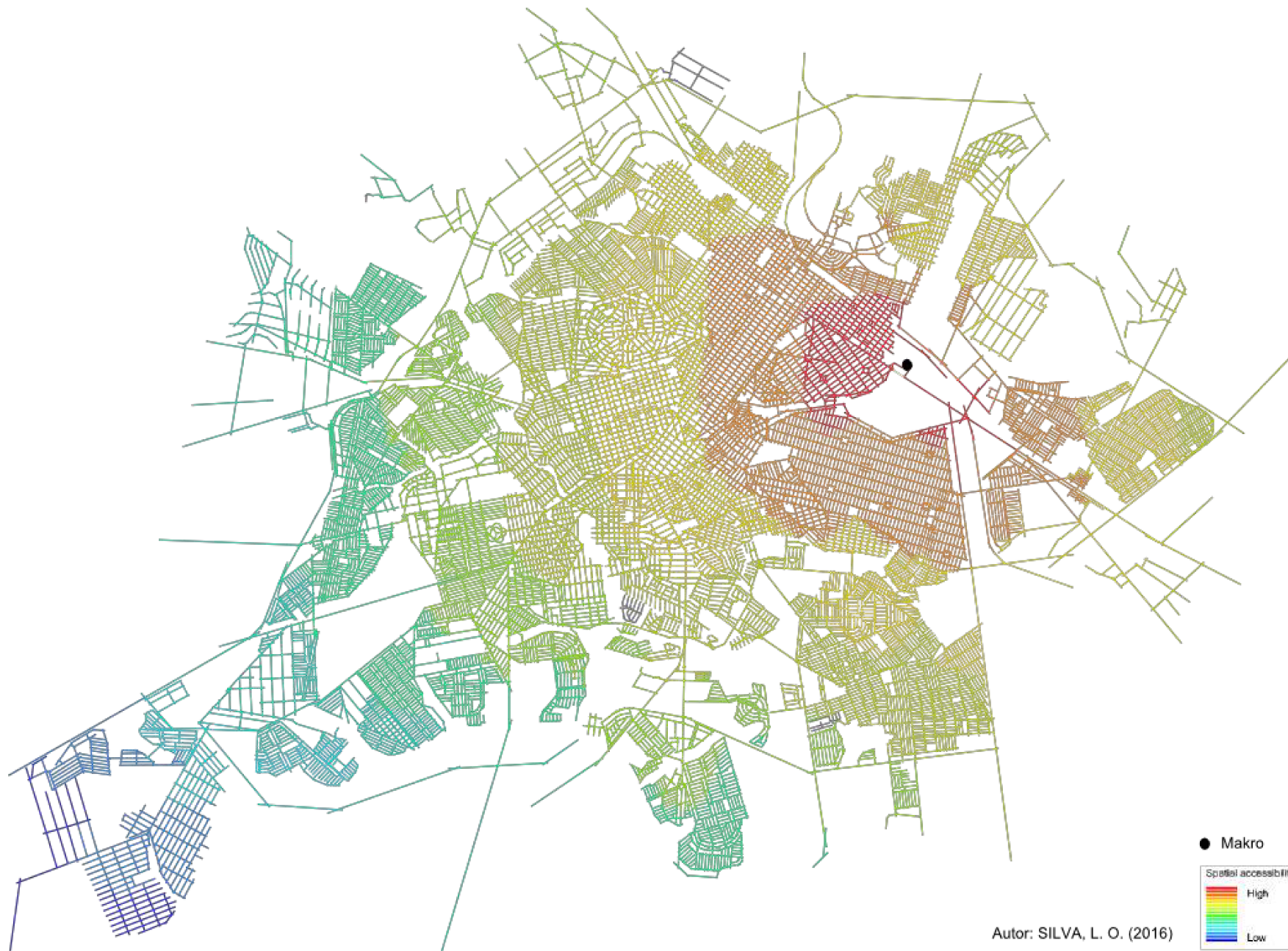
Mapa 26 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Autor: SILVA, L. O. (2016)

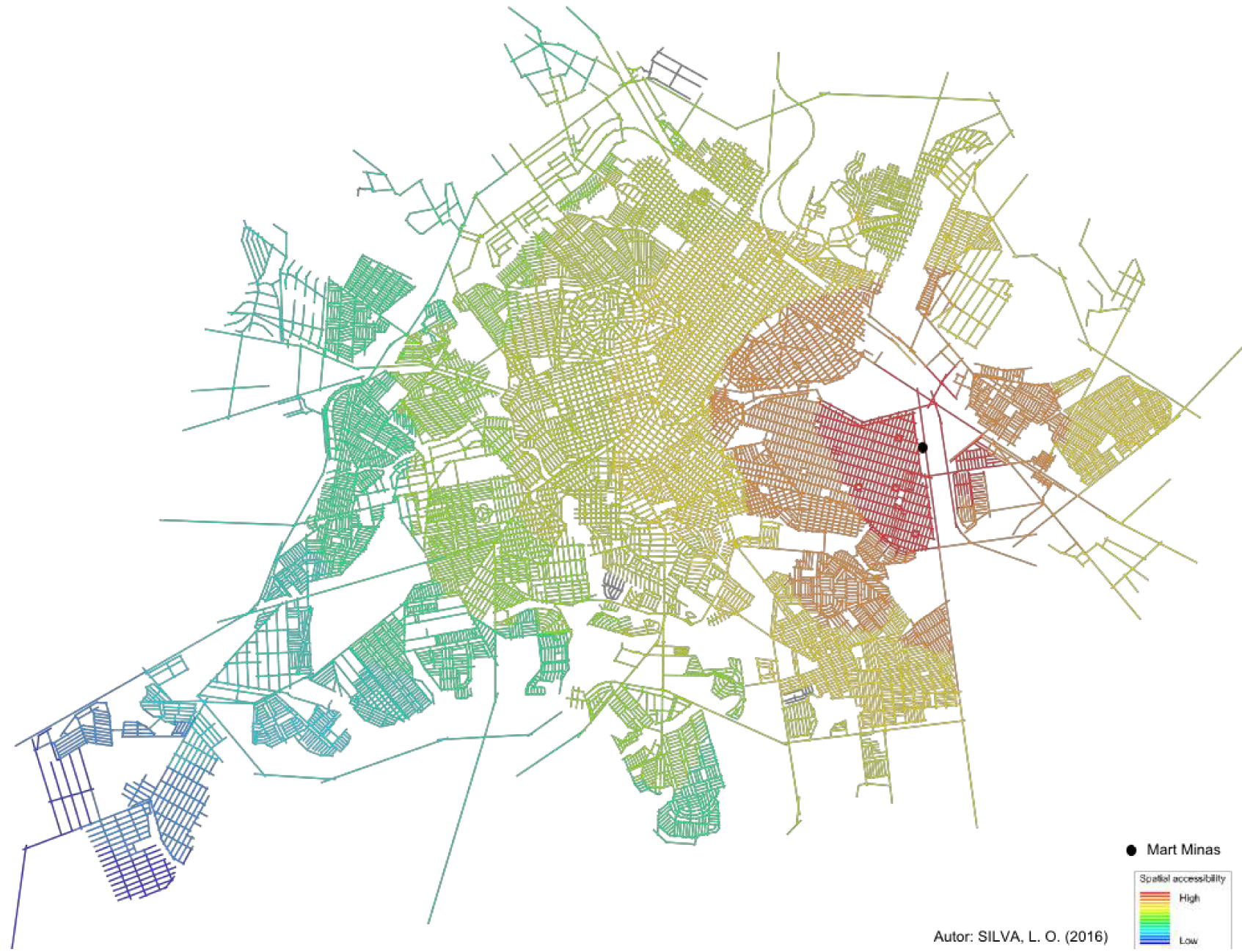
Mapa 27 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Makro (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

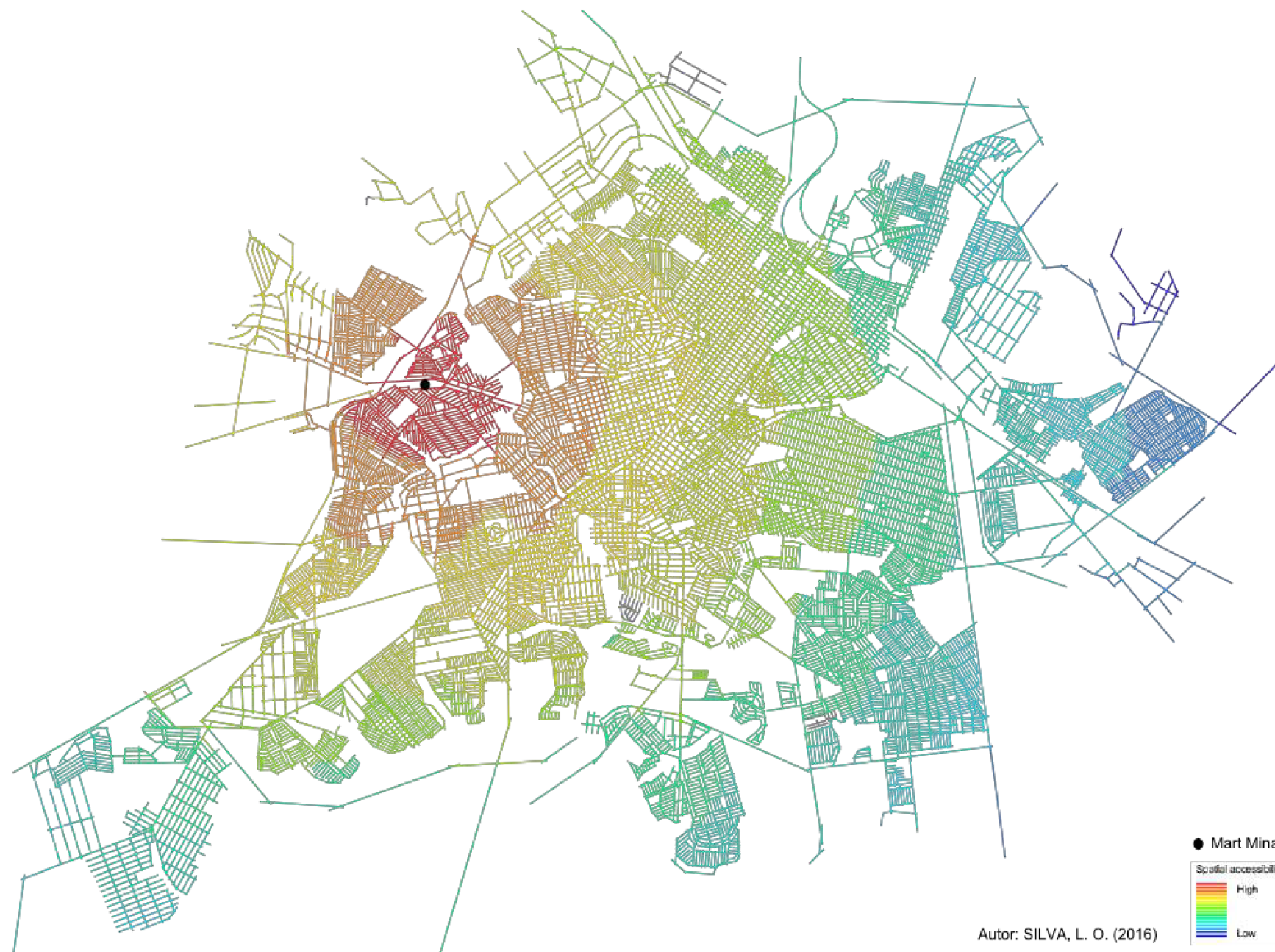
Autor: SILVA, L. O. (2016)

Mapa 28 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Mart Minas Leste (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Mapa 29 – Uberlândia-MG: Raio das distâncias topológicas – Mart Minas Oeste (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Autor: SILVA, L. O. (2016)

CAPÍTULO 4

O impacto da *fluidez* no conteúdo, na forma e na vida de relações da cidade

Concomitante aos processos observados acima no âmbito da malha urbana e da estrutura configuracional da cidade de Uberlândia-MG, dentre os quais se destacam: os novos padrões de deslocamentos e a dinamização das áreas em que os atacadistas de autosserviço estão alocados, além das obras de infraestrutura viária. Observou-se, também, alterações na pequena escala, nas proximidades dos estabelecimentos. Alterações nos usos, na forma e nas relações dos indivíduos com estes espaços.

Em algumas destas áreas foi possível notar o maior adensamento, com a substituição de áreas livres para a implantação de estabelecimentos comerciais, áreas logísticas (grandes oficinas, distribuidores, etc.), ou mesmo, áreas residenciais. Isto resulta num espaço mais dinâmico e atrativo, dado às novas funções atribuídas pelos novos usos, dentre os quais: o comércio e distribuição de mercadorias.

Esta constatação inicial corrobora para a materialização de uma paisagem também em contínua transformação, ao que Milton Santos (1997, p. 69) se referiu como uma mudança estrutural que “dá-se também pela mudança das formas”. Esse processo está associado a estas constantes alterações realizadas no espaço da cidade no atual contexto da economia de mercado, como já observado.

A cidade no contexto assinalado é dirigida, como observam diversos autores (DUARTE, 2006; SEGUÍ PONS & MARTÍÍNEZ REYNÉS, 2004; GEHL, 2013), para o automóvel, sendo que a rua passa a ser um espaço de circulação tão somente, dificultando, quando não impossibilitando as diversas práticas cotidianas outrora realizadas neste espaço. Este espaço torna-se, então, especializado para a circulação de automóveis. Sob esta perspectiva, Panerai *et al* (2013, p. 203) assevera que “a relação que temos com o automóvel é esquizofrênica”.

Todavia, ainda que se considerem os prejuízos que surgem de um planejamento urbano voltado para a fluidez dos automóveis, cabe lembrar a importância do sistema viário enquanto suporte do tecido urbano, estabelecendo a sintaxe espacial, articulando-se com o parcelamento (quadras) e as parcelas (lotes), bem como, com o sistema de espaços livres, como observam Duarte (2006), Martins (2012) e Panerai *et al* (2013). Isto proporciona a permeabilidade e acessibilidade das áreas (bairros) com os demais pontos da cidade.

A respeito da inserção dos *atacarejos* no tecido urbano ressalta-se também a perspectiva apresentada por Krafta (2012) ao explorar medidas de *urbanidade da forma*, que parte do princípio de que a urbanidade seria estabelecida justamente pela *auto-organização* da cidade, produto da ação conjunta e acumulada de diferentes agentes e em tempos distintos – chegando-se, *a posteriori*, à urbanidade como *ethos* do convívio, possibilitando a integração social (NETTO, 2012). Esta concepção contrasta, a princípio, com a organização do espaço da cidade apresentada em determinados planos e projetos urbanos – por meio do zoneamento, por exemplo – mas apresenta-se bastante plausível pelo fato de que é justamente a auto-organização que proporciona o intercâmbio entre diferentes atores sociais.

No entanto, observa-se que há nestas áreas, sobretudo, as que margeiam as rodovias, a interferência também do planejamento, por meio da Lei de Zoneamento do Uso e Ocupação do Solo do Município de Uberlândia – Lei 525, de 14 de abril de 2011. As áreas compreendidas pelas rodovias correspondem nesta legislação ao *Setor de vias de Serviços*, “que compreendem áreas lindeiras ao anel viário e às rodovias, adequadas às atividades industriais, comerciais e de serviços”, de acordo com o Artigo 4º, inciso XXV, da mesma.

A Lei 525 define também uma *Zona de Transição*, entre estas áreas lindeiras às rodovias e anel viário e os usos encontrados no interior dos bairros (zona residencial). Apenas o Bahamas Mix, dentre as lojas analisadas, encontra-se em uma zona com classificação diferente: *Zona Mista*. Definida pelo Artigo 4º, inciso XLV como “a região onde predominam as atividades de habitação, comércio, serviços, com expressiva densidade habitacional”.

Já a Lei complementar 535, de 21 de outubro de 2011, que adota a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE no zoneamento do uso e ocupação do solo do Município de Uberlândia define como Comércio Atacadista de Grande Porte, aquele em lotes com mais de 1.000 m², sendo que, de acordo com a mesma lei, estes são adequados à Zona de Transição e proibidos na Zona Mista.

Assim, diante desta relação entre os usos e a forma urbana, veremos a seguir como tem se organizado os espaços no entorno dos atacadistas de autosserviço a partir da comparação dos usos e da forma do espaço encontrada nestes, em dois períodos distintos: antes da instalação (2007) e depois da instalação (2016) dos estabelecimentos supracitados.

4.1 Modificações no uso e na forma do espaço no entorno dos *atacarejos*

As alterações no uso do solo e na forma do entorno dos estabelecimentos estudados serão apresentadas com base nos mapas de uso e ocupação das quadras adjacentes e em imagens do entorno imediato das áreas onde se localizam cada um deles. Esta etapa do trabalho se deu por meio da observação em campo e também do auxílio da ferramenta “série histórica” do Google Earth, do Google Street View, bem como, do *plugin* “Open Layer”, no *software*, Quantum GIS, por meio do qual é possível acessar as imagens do Google Satélite.

Com base no mapeamento das áreas mencionadas foi possível observar a predominância dos usos em períodos distintos (2007 e 2016) e mensurar as áreas correspondentes aos espaços construídos (áreas logísticas, residencial, terciário e misto) e livres. Os quadros 3 e 4 apresentam, respectivamente, a quantidade de área ocupada no entorno dos *atacarejos* por cada uso mencionado, em 2007 e 2016. O entorno do Makro foi o que sofreu menor alteração no uso e na forma, como poderá ser visto mais adiante. Isto se deve, em certa medida, à sua localização isolada em uma extensa área vazia. Já o entorno do Bahamas Mix apresentou a substituição de áreas logísticas por atividades terciárias, o que está relacionado ao fato de estar numa área bastante adensada devido à centralidade no tecido urbano e à data de sua criação e ocupação, já destacadas.

Quadro 3 – Uberlândia-MG: Uso e ocupação do solo - entorno dos atacarejos (2007)

USO / LOJA	Atacadão		Bahamas Mix		Makro		Mart Minas (L)		Mart Minas (O)	
	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%
Áreas Logísticas	23.789,40	15,48	37.892,15	38,12	76.234,82	1,56	25.227,02	3,23	16.559,28	6,46
Espaços Livres	65.338,71	42,53	6.137,92	6,17	4.794.596,23	98,17	714.495,30	91,57	219.688,48	85,72
Misto	5.935,01	3,86	9.009,41	9,06	-	-	298,00	0,04	373,64	0,14
Residencial	40.124,29	26,12	28.949,81	29,12	10.046,15	0,26	26.148,73	3,35	18.789,50	7,33
Terciário	15.078,22	9,81	17.396,72	17,5	-	-	14.038,06	1,79	501,10	0,19
Outros	3.338,83	2,17	-	-	-	-	-	-	359,85	0,14
TOTAL	153.604,46	100	99.386,01	100	4.880.877,20	100	780.207,11	100	256.271,85	100

Notas:

Dados mensurados por meio do *software* Quantum GIS.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Quadro 4 – Uberlândia-MG: Uso e ocupação do solo - entorno dos atacarejos (2016)

USO / LOJA	Atacadão		Bahamas Mix		Makro		Mart Minas (L)		Mart Minas (O)	
	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%	m ²	%
Áreas Logísticas	60.081,06	39,14	28.516,99	28,72	81.461,69	1,92	103.206,38	13,6	52.329,00	20,51
Espaços Livres	25.593,27	16,67	7.719,48	7,77	4.004.132,97	94,47	535.815,90	70,61	169.915,27	66,6
Misto	5.918,18	3,85	4.578,06	4,61	-	-	298,00	0,4	300,63	0,11
Residencial	41.947,15	27,33	29.775,69	29,99	14.831,14	0,34	35.598,25	4,69	30.920,34	12,12
Terciário	17.504,43	11,4	24.293,64	24,46	138.041,79	3,25	15.979,69	2,1	1.044,39	0,4
Outros	2.439,86	1,59	4.400,90	4,43	-	-	67.893,79	8,94	604,05	0,23
TOTAL	153.483,95	100	99.284,76	100	4.238.467,59	100	758.792,01	100	255.113,68	100

Notas:

Dados mensurados por meio do *software* Quantum GIS.

A discrepância entre os valores totais de 2007 e 2016 se deve, tanto a distorções geométricas, como à modificação de áreas para abertura de vias. A área das vias não foi contabilizada.

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Ainda que estas áreas apresentem alterações que destoam daquelas predominantes no entorno das demais lojas, quais sejam: incremento significativo de áreas logísticas e adensamento habitacional em substituição aos espaços livres, faz-se mister ressaltar que os próprios estabelecimentos são parte integrante deste processo de reestruturação da malha urbana de Uberlândia. Além disso, as obras de infraestrutura viária são bastante expressivas no entorno do Makro.

Com relação à área onde foi instalado o Atacadão foi possível notar que parte considerável do entorno imediato (somando-se a área onde a loja foi instalada) era composta, em 2007, por espaços livres. Sendo que dos 153.604 metros quadrados das oito quadras mapeadas, 65.339 correspondiam a espaços livres, ou seja, 42,53% da área. Com relação aos demais usos nesse mesmo período observou-se que 26,19% correspondiam a uso residencial, somando aproximadamente 40.124 m², enquanto que o terciário ocupava uma área de 15.078 m², 9,82% do total. As áreas logísticas tinham uma área correspondente a 23.789 m², o equivalente a 15,49%, já o uso misto e outros que não foram identificados somavam juntos aproximadamente 6% (9.273 m²) da área.

No período seguinte, 2016, vê-se uma expressiva modificação na predominância dos usos na área. Verificou-se que os espaços livres foram reduzidos a 16,67% da área total, somando em torno de 25.593 metros quadrados. Enquanto que o espaço destinado ao uso das áreas logísticas aumentou para 39,14% da área total, o que corresponde a aproximadamente 60.081 m². Já o uso residencial permaneceu quase inalterado, representando 27,33% (~ 41.947 m²); o terciário, por sua vez, passou a ocupar uma área que mede em torno de 17.504 m², o que representa 11,40% do total. Os locais de uso misto continuaram representando a menor parcela (3,8%), aproximadamente 5.918 m² e outros 1,58% correspondem a usos não identificados.

Nota-se também que a área ocupada pela loja do Atacadão, somando-se as áreas destinadas a estacionamento e escritório, corresponde a praticamente metade das áreas destinadas a atividades logísticas, com aproximadamente 29.193 m², quase três hectares. Por meio dos mapas 30 e 31 e, das imagens 1 e 2 é possível observar as alterações no uso e ocupação do solo no entorno da loja do Atacadão.

Mapas 30; 31 – Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Atacadão (2007/2016)

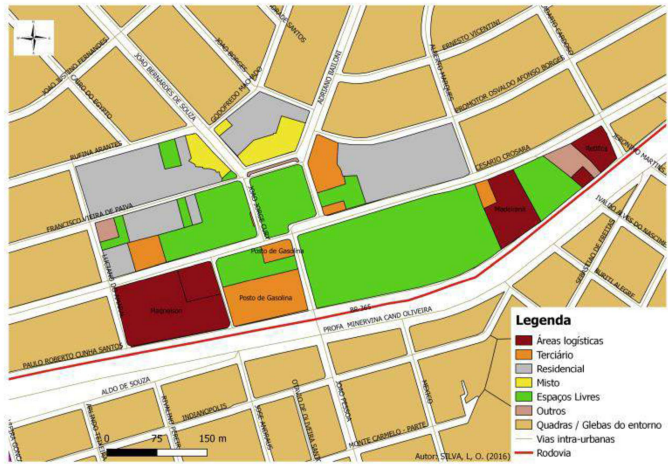


Imagem 1 - Uso do solo no entorno do Atacadão - 2007

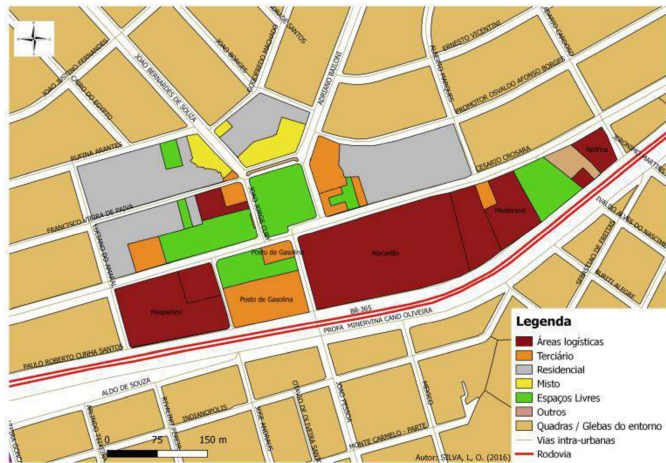


Imagem 2 - Uso do solo no entorno do Atacadão - 2016

Org.: SILVA, L. O. (2016)

No caso do Bahamas Mix¹³, já apresentado acima, observou-se a substituição de usos e até mesmo de imóveis, principalmente aqueles que eram destinados a atividades logísticas, por outros usos. A maior parte dessas áreas recebeu estabelecimentos do terciário, como comércio (drogarias), além de *business centers* (centros de negócios), como o Neo Office.

Destaca-se também a presença expressiva de estabelecimentos voltados para o comércio e manutenção de veículos (concessionárias, garagens e oficinas), que caracterizam a área. Foi possível notar também que alguns edifícios encontram-se em desuso, alguns bastante degradados e até demolidos em parte. Notou-se também um incremento de espaços livres em algumas quadras devido à demolição de antigos galpões e edifícios voltados à atividade logística.

Essas características demonstram uma tendência da modificação dos usos na área, devido à sua posição no tecido urbano de Uberlândia, hoje bastante distinta daquela correspondente ao período da construção do bairro – 1936 – em que este ocupava uma posição periférica (MOURA & SOARES, 2009). A área correspondia naquele período ao eixo de deslocamento das atividades industriais e de comércio e distribuição de mercadorias, bem como, pelas vilas operárias, cenário fortalecido com a transferência da estação ferroviária na década de 1970 para o atual Setor Leste.

No entanto, toda a expansão urbana observada, a implantação do Distrito Industrial também na década de 1970, bem como a implantação recente dos Centros Empresariais, já comentada, contribuíram para a transição dos usos na área, o que implica consequentemente numa mudança na forma do espaço. Por outro lado, a permanência de atividades logísticas e a degradação de edifícios antigos em situação de abandono, configuram uma área, que embora não possa ser qualificada como degradada, gera em parte considerável da população a sensação de insegurança, apesar de densamente habitada, como poderá ser visto mais adiante.

Por meio do mapa de uso e ocupação da área, nos anos de 2007 e 2016 (mapas 32 e 33) é possível observar as alterações no entorno da loja do Bahamas Mix. Observou-se por meio das quadras mapeadas que as áreas logísticas que correspondiam a 38,12% da área (37.892 m²), foram reduzidas para 28,72% (28.517 m²). Já as áreas destinadas a atividades do terciário foram ampliadas de 17,50% (17.396 m²) para 24,46% (24.293 m²). O uso residencial permaneceu praticamente inalterado, sendo que

¹³ A área ocupada pelo Bahamas Mix soma aproximadamente 12.420 m².

Mapas 32; 33 - Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Bahamas Mix (2007/2016)

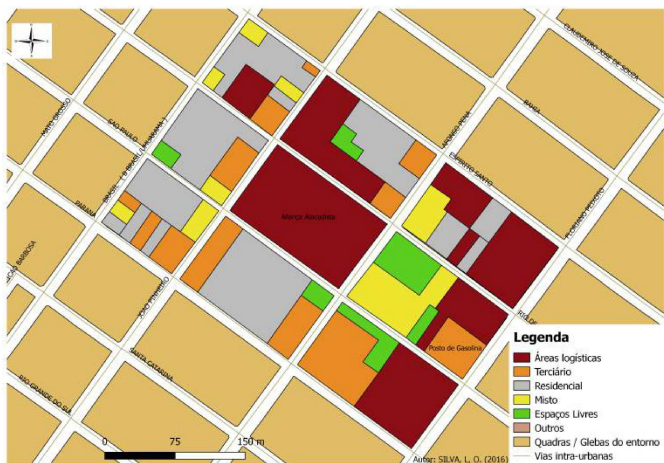


Imagem 3 - Uso do solo no entorno do Bahamas Mix - 2007

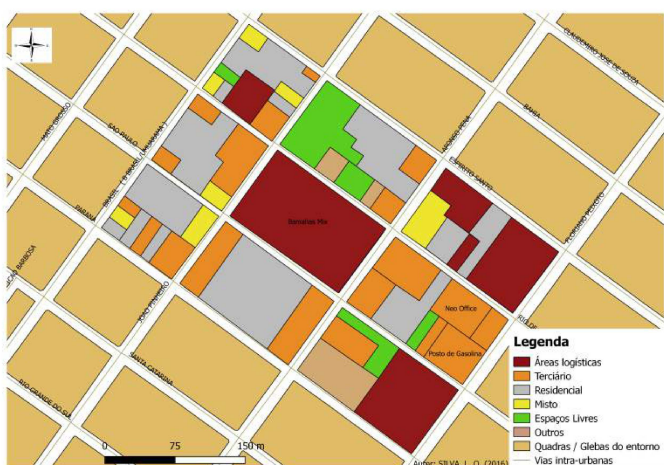


Imagem 4 - Uso do solo no entorno do Bahamas Mix - 2016

Org.: SILVA, L. O. (2016)

ocupava uma área de aproximadamente 28.950 m², cerca de 29,12% do total, e passou para 29.775 m² (29,99%).

Os espaços de uso misto¹⁴ também tiveram sua área reduzida de 9,06%, aproximadamente 9.000 m², para 4,61%, algo em torno de 4.580 m². Já as áreas de espaços livres tiveram um acréscimo, passando de 6,18% (6.138 m²), para 7,77% (7.719 m²). Além disso, algumas áreas citadas anteriormente como espaços degradados passaram a ocupar em torno de 4.400 m², 4,43% da área mapeada.

O entorno do Makro como já foi destacado é composto por extensas áreas vazias, que juntamente com o Parque do Sabiá, que fica em frente ao estabelecimento, do outro lado da rodovia, compõe um extenso sistema de espaços livres. Interessante destacar, como pode ser observado nos mapas 34 e 35, que a área em que o Makro está instalado é cortada a noroeste pela Ferrovia Centro Atlântica, que caracteriza um limite com forte interferência na estrutura configuracional da cidade. O Makro ocupa a maior área entre as lojas de *atacarejo* em Uberlândia, em torno de 32.956 m².

A representação da área em que se localiza a loja do Makro exigiu uma escala mais ampla, a fim de situa-lo no tecido urbano, sendo possível assim apresentar o limite dos espaços livres ao seu redor com o bairro Custódio Pereira e, do outro lado da rodovia, do bairro Tibery. Foram mapeadas algumas das quadras próximas desse limite, que por estarem no Setor de Vias de Serviços e na Zona de Transição apresentam porcentagem significativa de áreas logísticas, assim como espaços livres e residenciais.

Observou-se também que as alterações mais significativas se deram no parcelamento do solo. Na gleba em que se encontra o Makro foi implantada uma nova via de acesso para a loja, que passa por uma trincheira e a conecta diretamente ao bairro Tibery. Na porção além da ferrovia foram criadas outras vias, reordenando o parcelamento do solo naquele local. Nesta área houve a implantação do Praça Shopping *Outlet*, o qual contém, como já destacado anteriormente, a segunda loja da rede Bahamas Mix.

Da área mapeada (4.880.877 m²), observou-se que 98,17% correspondia em 2007 a espaços livres, o que corresponde a 4.794.596,23 m². Do restante 1,56% (76.234,82) da área era ocupada por atividades logísticas, enquanto os outros 0,26% (10.046 m²) era composto por uso residencial. Neste período não foram encontrados usos misto e terciário na área analisada.

¹⁴ Parte da área identificada com uso misto no ano de 2007 é composta por edifícios com características predominantes de uso residencial.

Mapas 34; 35 - Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Makro (2007/2016)



Imagem 5 - Uso do solo no entorno do Makro - 2007

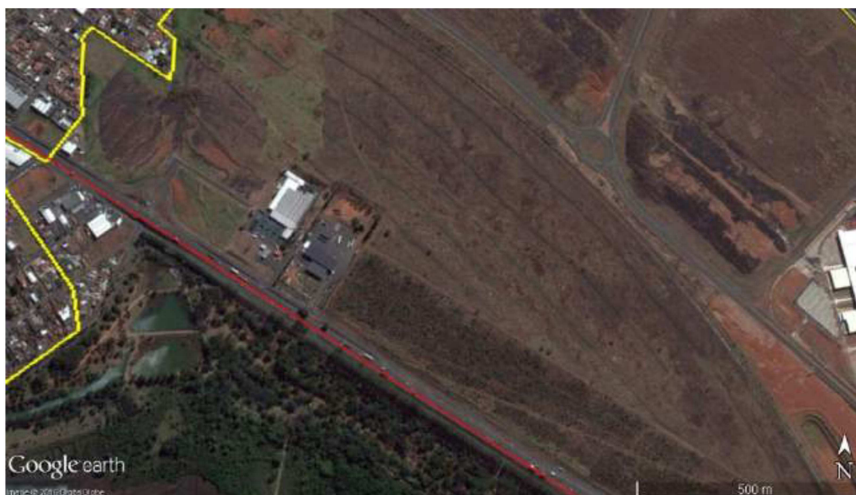


Imagem 6 - Uso do solo no entorno do Makro - 2016

Org.: SILVA, L. O. (2016)

Já no ano de 2016, os espaços livres foram reduzidos para aproximadamente 94,5% da área total (4.004.133 m²), excetuando-se as áreas abertas para a implantação das vias¹⁵ observadas no mapa 34, que corresponde a 642.409 m². As áreas logísticas, por sua vez, foram ampliadas para aproximadamente 81.461 m², o que equivale a 1,92%; já a área destinada ao uso residencial passou, em 2016, para aproximadamente 14.830 m² (0,34%) do total. E a área onde está instalado o Praça Shopping *Outlet* é de 138.042 m², a única correspondente ao terciário, que representa 3,25% da área do entorno do Makro.

No caso da loja do Mart Minas Leste observa-se que ocorreram alterações bastante significativas nos padrões de uso e ocupação de seu entorno. A própria construção do prédio onde funciona a loja, assim como no caso do Atacadão e da outra loja da rede Mart Minas, situa-se no âmbito das transformações observadas neste espaço. A loja localiza-se a aproximadamente dois quilômetros de distância da loja do Makro, por meio da BR-050. Desta forma, as características do entorno de ambas guardam semelhanças, dentre as quais, destaca-se a predominância de espaços livres formados por extensas glebas vazias.

Todavia, na área do Mart Minas Leste foram observadas alterações mais expressivas no uso e ocupação do solo. Os espaços livres que em 2007 correspondiam a 91,57% (714.495,3 m²) da área analisada, que mede 780.265 m², foi reduzida em 2016 a 70,61% (535.816 m²). Parte significativa destes espaços foi ocupada por áreas logísticas, que em 2007 somavam 3,23% (25.227 m²) e em 2016 ocupam uma área de 103.206 m², ou, 13,60% do total analisado, sendo que desta área 21.795 m² correspondem à área onde está instalado o Mart Minas.

O uso residencial em 2007 correspondia a 3,35% (26.149 m²) da área e em 2016 passou a ocupar 4,69% (35.598 m²). Os espaços destinados a equipamentos do terciário, que em 2007 ocupavam o equivalente a 1,79% da área (14.038 m²), passaram em 2016 a ocupar 15.980 m², o que corresponde a cerca de 2,1% do entorno da loja. Os espaços destinados ao uso misto, não sofreram alteração, sendo que em 2007 correspondiam a 0,04% (298 m²) da área, permanecendo com 298 m² em 2016, os mesmos 0,04%. Outra alteração relevante no entorno observado foi a implantação do Cemitério Parque dos Buritis, que ocupa uma área de 8,94% do entorno, ou seja, 67.894 m². Os mapas 36 e 37 apresentam as alterações no uso e ocupação do solo no entorno do Mart Minas Leste.

¹⁵ Nesta análise foram considerados espaços livres somente as áreas dos lotes e glebas vazios. A área das vias não foi computada nesta categoria.

Mapas 36; 37 - Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Mart Minas Leste (2007/2016)



Imagem 7 - Uso do solo no entorno do Mart Minas Leste - 2007



Imagem 8 - Uso do solo no entorno do Mart Minas Leste - 2016

Org.: SILVA, L. O. (2016)

A situação observada no entorno da outra loja da rede não difere muito desta. A área que constitui o entorno da loja do Mart Minas Oeste também é composta por espaços livres, que são formados por grandes glebas vazias, além de lotes vagos em meio às áreas residenciais. Observou-se, assim como no caso anteriormente retratado, a tendência à substituição destes espaços, principalmente, por áreas logísticas nos grandes vazios urbanos, e o adensamento do espaço destinado à área residencial.

Os espaços livres no entorno da área no ano de 2007 correspondiam a 85,72% da área total, o que corresponde a 219.688 m². Já as áreas logísticas somavam aproximadamente 16.560 m² (6,49%). O uso residencial nesse período ocupava uma área de 18.789 m² (7,33%), enquanto que o terciário correspondia a 501 m² (0,19%). O uso misto e outros não identificados não somavam 0,3% juntos, ocupando aproximadamente 365 m² cada categoria.

No ano de 2016 observam-se alterações expressivas, sobretudo, nos espaços livres e áreas logísticas. O primeiro foi reduzido para 66,60% da área, o equivalente a 169.915 m², enquanto que as áreas logísticas passaram a somar 52.329 m² de área (20, 51%). Neste percentual correspondente às áreas logísticas, 22.876 m² dizem respeito ao espaço ocupado pelo Mart Minas (loja, estacionamento, depósito, etc.).

A área destinada ao uso residencial também apresentou um incremento significativo, passando a ocupar aproximadamente 30.920 m² (12,12%). O terciário sofreu um pequeno acréscimo em área, ocupando em 2016, cerca de 1.044 m² (0,40%). O uso misto permaneceu inalterado. Enquanto a área com outros usos passou a ocupar 600 m², ou seja, 0,23% da área analisada. A partir dos mapas 38 e 39 é possível observar as mudanças no uso e ocupação do solo no entorno do Mart Minas Oeste.

Estas alterações no uso e ocupação do solo no entorno das áreas onde estão instalados os atacadistas de autosserviço na cidade de Uberlândia, tornam possível observar que estes estabelecimentos compõem um conjunto de transformações na forma de organização da sociedade e do espaço. Sua disposição nestas áreas está relacionada à questão das *estratégias locacionais*, mas configuram-se também como resultado do planejamento urbano, por meio do zoneamento das atividades segundo critérios econômicos explícitos na legislação vigente, como pôde ser visto.

Interessante observar também que as áreas no entorno dos *atacarejo*, com efeito no Setor de Vias de Serviços e na Zona de Transição, tendem a um adensamento do ambiente construído, atraindo, inclusive, usos semelhantes como nos casos já destacados: do Bahamas Mix (Setor Leste) e do Biz Super Atacado (Setor Norte),

Mapas 38; 39 - Uberlândia-MG: Uso do solo no entorno do Mart Minas Oeste (2007/2016)



Imagem 9 - Uso do solo no entorno do Mart Minas Oeste - 2007



Imagem 10 - Uso do solo no entorno do Mart Minas Oeste - 2016

Org.: SILVA, L. O. (2016)

próximos às lojas do Makro e Atacadão, respectivamente. Todas estas alterações aliadas à atração de fluxo de diversos pontos da cidade tornam possível afirmar que os atacadistas de autosserviço dinamizam o espaço da cidade em diferentes escalas.

Isto se dá pela atribuição de novas funções a esses espaços, que em grande medida, configuram espaços periféricos, com predominância de grandes áreas vazias e usos pouco atrativos, como as áreas logísticas, por exemplo. Os *atacarejos* apesar de se enquadrarem nesta categoria têm grande poder de atração devido à natureza da modalidade, que ao atrair a população de modo geral (consumidores finais e comerciais) produz um espaço intensamente utilizado e com tendência ao adensamento da ocupação.

Assim, observa-se também que a população é afetada por tais transformações no entorno dos estabelecimentos. Essa afirmação é verdadeira, sobretudo, para aqueles que têm uma relação mais próxima com o lugar – moradores e pessoas que trabalham no local. Na sequência são apresentadas algumas das consequências destas alterações no cotidiano e na vida de relações da cidade.

4.2 A imagem ambiental e o sentido do lugar na *periferia urbana* de Uberlândia

Acerca da relação dos indivíduos com o espaço é interessante observar que a morfologia e os usos presentes em determinado local tendem a torna-lo mais ou menos atraente e/ou agradável. Desse modo, a imagem ambiental surge como um elemento de suma importância nesta relação que os indivíduos realizam com o espaço no seu cotidiano. Lynch (1997, p. 4) ressalta que a imagem ambiental enquanto “quadro mental generalizado do meio físico externo de que cada indivíduo é portador” é algo estratégico nesta relação.

Esta imagem, por sua vez, é construída com base na estrutura espacial da cidade, a qual fornece os elementos necessários para a elaboração deste quadro mental. Gehl (2013, p. 9) também chama a atenção para o fato de “que as estruturas urbanas e o planejamento influenciam o comportamento humano e a formas de funcionamento das cidades”. Importante destacar que a imagem ambiental pode ser também decomposta em: identidade, *estrutura* e significado (LYNCH, 1997).

Disto resulta também uma relação *topofílica*, que está relacionada ao sentido do lugar (TUAN, 1980). O tipo de relação que a pessoa estabelece com um dado lugar está ligado tanto à sua percepção, quanto à natureza da relação em si, que irá se alterar entre um morador e um visitante em uma mesma área, por exemplo. Observa-se, também, que a paisagem constitui-se como elemento essencial das práticas cotidianas dos indivíduos

e grupos sociais. Gehl (2013, p. 22) associa também a qualidade do espaço público ao caráter e à gama da *vida urbana*.

Com base nessas concepções foram realizadas análises desta relação indivíduos/espaço no entorno dos estabelecimentos de atacado de autosserviço apresentados no item anterior. A partir das alterações no uso e na forma do espaço apresentadas e da observação do entorno dos estabelecimentos, bem como, da aplicação de um questionário¹⁶ junto a uma amostra dos usuários destes espaços foi possível verificar alguns aspectos que caracterizam a relação dos indivíduos com tais espaços.

Apesar de apresentarem algumas características semelhantes, como pôde ser observado, percebeu-se que aspectos peculiares a cada uma dessas áreas influenciaram bastante na percepção da população e até mesmo na composição dos grupos de indivíduos que circula por cada uma das áreas – moradores, trabalhadores e visitantes; faixa etária e sexo.

No entorno do Atacadão foram percebidas diversas mudanças, além daquelas já mencionadas, sobretudo, na organização e sinalização do trânsito. Após a instalação da loja o sentido do trânsito na Avenida Cesário Crosara no cruzamento com o Viaduto Elias Simão, em frente à Praça João Jorge Coury foi alterado duas vezes, devido à intensificação do fluxo de veículos e pedestres após a instalação da loja e demais áreas logísticas e do terciário. Por meio das fotos 11 e 12 é possível observar como ficou a configuração do trânsito após a primeira alteração; nas fotos 13 e 14 pode-se observar a configuração com a semaforização implantada em junho de 2016.

As alterações assistidas neste local têm como objetivo solucionar o problema do intenso trânsito de veículos que o local atrai, pois além do fluxo dos estabelecimentos ali instalados há também aquele gerado pela conexão entre o Setor Norte e Setor Central, que se dá pelo Viaduto Elias Simão e da Avenida João Pessoa. Como pôde ser visto na análise da estrutura configuracional da cidade, esta avenida tem um importante papel na integração e conectividade na malha urbana, com efeito, enquanto conexão entre os setores mencionados.

Por meio das imagens é possível notar a presença da sinalização para pedestres, tanto horizontal, as faixas e travessias elevadas, como vertical, as placas que sinalizam a presença das faixas e travessias. Todavia, em campo observou-se que a sinalização

¹⁶ O questionário de percepção ambiental foi aplicado a uma amostra de 50 usuários no entorno de cada uma das lojas analisadas: Atacadão, Bahamas Mix (Setor Central), Mart Minas (Setor Leste) e Mart Minas (Setor Oeste). O entorno da loja do Makro devido às características já destacadas, não apresentou número de usuários (pedestres) suficiente para a aplicação do questionário.

muitas das vezes é ignorada pelos condutores de veículos automotores, quadro que talvez seja amenizado com a recente implantação dos semáforos.



Fotos 11 e 12 – Avenida Cesário Crosara em frente à Praça João Jorge Coury (até junho de 2016)



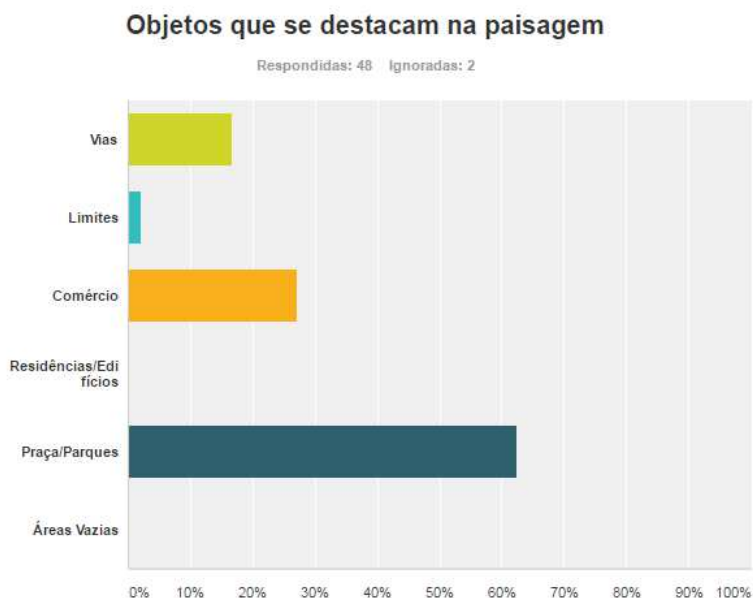
Fotos 13 e 14 – Avenida Cesário Crosara e Viaduto Elias Simão (após junho de 2016)

Com relação à percepção dos pedestres no entorno do Atacadão viu-se que alguns aspectos relacionados ao trânsito chamam bastante atenção. No que diz respeito aos objetos que mais se destacam na paisagem do entorno para os usuários do espaço, observou-se que a praça para 62,50% dos entrevistados é o elemento de maior destaque; o comércio para 27,50% dos usuários é o elemento que mais chama atenção, destes aproximadamente 70% se referiram diretamente ao Atacadão; já 16,67% se referiu às vias enquanto elementos de destaque da paisagem; e apenas 1% destacaram os limites (viaduto e rodovia). O gráfico 18 apresenta os objetos que mais se destacam na paisagem de acordo com a percepção dos usuários.

No que tange à acessibilidade e ao deslocamento no entorno do Atacadão 60% dos usuários disseram considerar o local de fácil deslocamento e boa acessibilidade, enquanto 40% se referiram a estas variáveis como difícil e ruim, respectivamente. Cabe destacar que em torno de 52% dos usuários do espaço são residentes (moram no próprio

bairro), aproximadamente 35% são visitantes (dentre estes, consumidores) e outros 13% são trabalhadores das empresas instaladas na área. Outro dado a ser considerado é o fato de que mais de 80% dos usuários tem idade superior a 35 anos, sendo que destes a maior parte tem acima 60 anos de idade.

Gráfico 18 – **Objetos de destaque na paisagem: entorno do Atacadão (2016)**



Org.: SILVA, L. O. (2016)

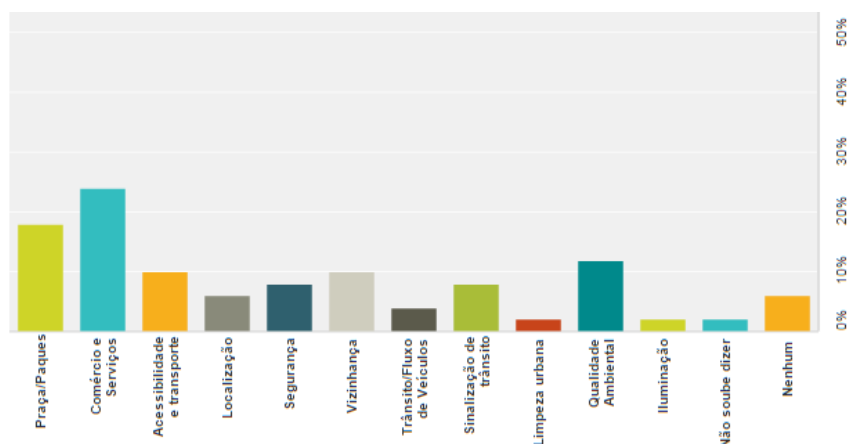
Os aspectos positivos e negativos do local também foram abordados a fim de obter por meio da percepção dos usuários parâmetros para verificar a qualidade ambiental e urbanística do local. Dentre os aspectos positivos foi destacada a expressiva presença de estabelecimentos do terciário (comércio e serviços) por 24% dos usuários, além da praça por 18%, seguidas pela própria qualidade ambiental por 12%, seguidos pela acessibilidade e transporte e, a vizinhança ambos com 10%. O gráfico 19 mostra a distribuição dos aspectos positivos destacados pelos usuários.

Os aspectos negativos evidenciaram a questão do trânsito, que para os pedestres caracteriza-se como um problema. Para 50% dos usuários o trânsito e fluxo de veículos são os principais aspectos negativos da área; 20,45% se referiram especificamente à sinalização de trânsito; 11,36% destacaram a limpeza urbana como um dos aspectos negativos do local; enquanto que para 9% dos usuários o local é inseguro, como é possível observar no gráfico 20.

No caso do entorno do Bahamas Mix não foram observadas alterações significativas no trânsito como no caso do Atacadão. Notou-se, todavia, que apesar das

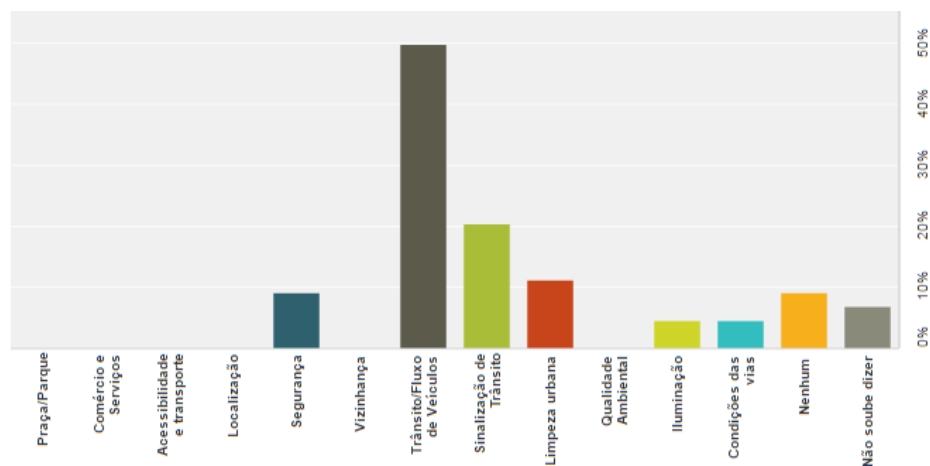
calçadas do terreno em que está instalada a loja do Bahamas Mix apresentarem boas condições de deslocamento aos pedestres (ver foto 15), em algumas quadras do entorno a situação muda bastante, apresentando calçadas danificadas, além da sinalização incipiente, uma vez que encontra-se bastante desgastada e com a ausência de equipamentos, tais como: rampas de acesso e travessias elevadas (ver foto 16).

Gráfico 19 – Aspectos positivos do entorno do Atacadão (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Gráfico 20 – Aspectos negativos do entorno do Atacadão (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

A expressiva presença de estabelecimentos do terciário (comércio e serviços) que caracteriza o uso do solo no local aparece como elemento de destaque da paisagem do entorno da loja na percepção dos usuários. Aproximadamente 68% dos usuários destacaram o comércio como elemento de destaque da paisagem – desta parcela parte significativa fez referência direta ao Bahamas Mix e outra ao comércio de veículos –,

enquanto 15% se referiram às vias como tendo maior destaque na paisagem e outros 15% aos edifícios e residências, como pode ser visto no gráfico 21.

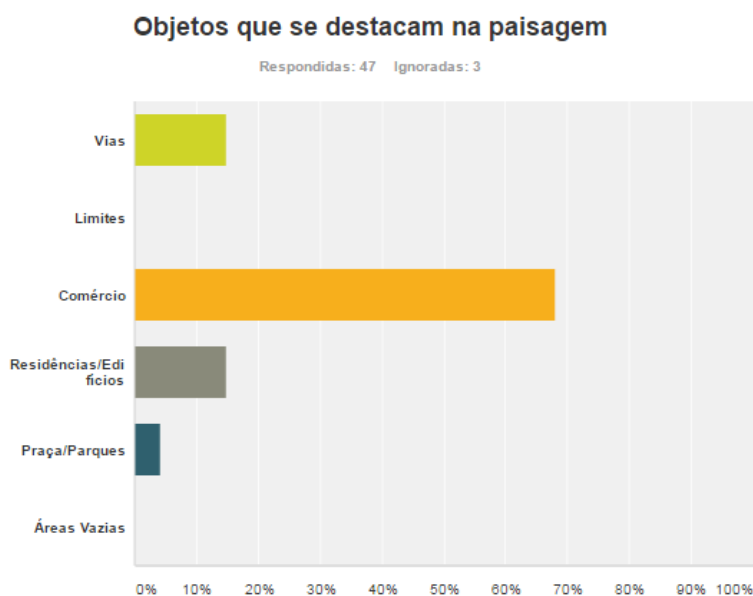


Foto 15 – Avenida João Pinheiro - Calçada da loja do Bahamas Mix (2016)



Foto 16 – Avenida João Pinheiro / Rua Rio de Janeiro – Calçada da quadra vizinha (2016)

Gráfico 21 – Objetos de destaque na paisagem: entorno do Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

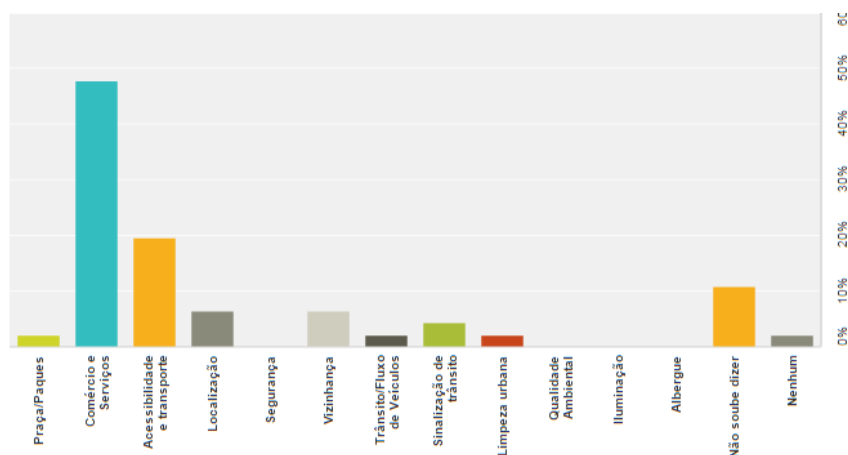
No entanto, mesmo contendo trechos que não oferecem conforto e segurança para a caminhada, aproximadamente 82% dos usuários qualificou a acessibilidade e o deslocamento como boa e fácil, respectivamente. Para os outros 18% o entorno não oferece boas condições de acesso e deslocamento. Salienta-se que aproximadamente 50% dos usuários tem entre 26 e 45 anos de idade; 35% tem acima de 46 anos e cerca de 15% tem menos de 25 anos de idade. No que diz respeito à relação com o lugar foi

possível notar que 44% são residentes, outros 36% se dirigem ao local a trabalho e 20% são visitantes.

Para 47,83% dos usuários a presença dos estabelecimentos de comércio e serviços está entre os aspectos positivos do local; aproximadamente 20% se referiu à acessibilidade e transporte como um aspecto positivo; localização e vizinhança também foram destacadas como uma qualidade positiva do entorno do Bahamas Mix, por 7% dos pedestres cada uma das categorias (ver gráfico 22).

Já com relação aos aspectos negativos a intensidade do fluxo de veículos e o trânsito são o principal para 24% dos usuários do espaço; 22% se referiram à questão da segurança e aproximadamente 12% fizeram referência direta ao albergue presente no bairro Brasil – o qual atrai grande quantidade de pessoas em situação de rua, que acabam por incomodar os usuários do espaço. Para 19% dos pedestres as más condições de manutenção das vias são também um aspecto negativo do local, o que pode ser visto por meio do gráfico 23.

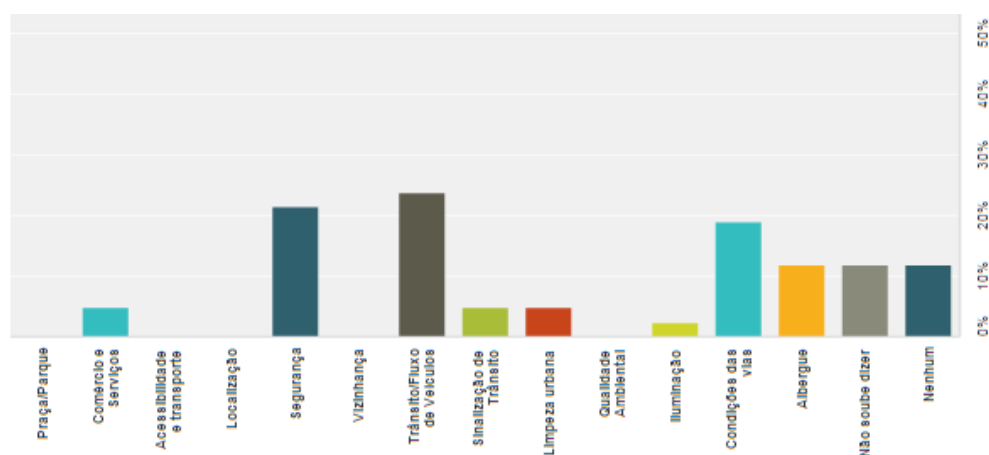
Gráfico 22 – Aspectos positivos do entorno do Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

O entorno do Mart Minas Leste como já foi observado sofreu alterações mais significativas nos usos do solo, porém, o traçado manteve-se praticamente da mesma forma. Destaca-se que a loja dispõe de duas entradas para veículos, uma voltada para a rodovia e outra voltada para o bairro Segismundo Pereira – a última contém também o acesso para pedestres. Interessante ressaltar que estas duas entradas/saídas de veículos formaram uma via de acesso entre a rodovia e o bairro. Durante a pesquisa de campo foi possível observar vários veículos acessando o estacionamento da loja somente para realizar a travessia de um ponto ao outro.

Gráfico 23 – Aspectos negativos do entorno do Bahamas Mix (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

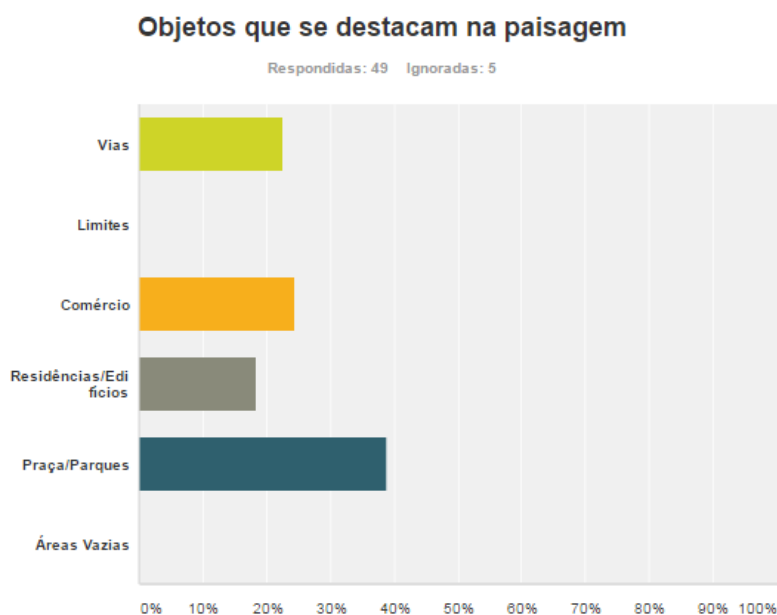
As condições das vias na face voltada para o bairro, a qual possibilita o acesso para os pedestres, caracterizam um complicador para a realização do trajeto em alguns trechos devido à falta de pavimentação e manutenção (ver fotos 17 e 18). A falta de pavimentação e a utilização indevida destes locais para a disposição de resíduos sólidos (entulho) acabam por causar problemas relacionados à limpeza urbana e à qualidade ambiental do local.



Fotos 17 e 18 – Rua Cleone Cairo Gomes em frente ao Mart Minas Leste (2016)

Na percepção dos usuários do espaço os elementos que mais se destacam na área são a praça a três quadras da loja e o Parque do Sabiá a aproximadamente 1 km de distância – 39% destacaram esses dois elementos. O comércio e de modo especial o Mart Minas foram destacados por 25% dos pedestres; as vias para 22,45%; e as residências e edifícios por 18% são os elementos de maior destaque na paisagem, como pode ser visto no gráfico 24.

Gráfico 24 – **Objetos que se destacam na paisagem: entorno do Mart Minas Leste (2016)**

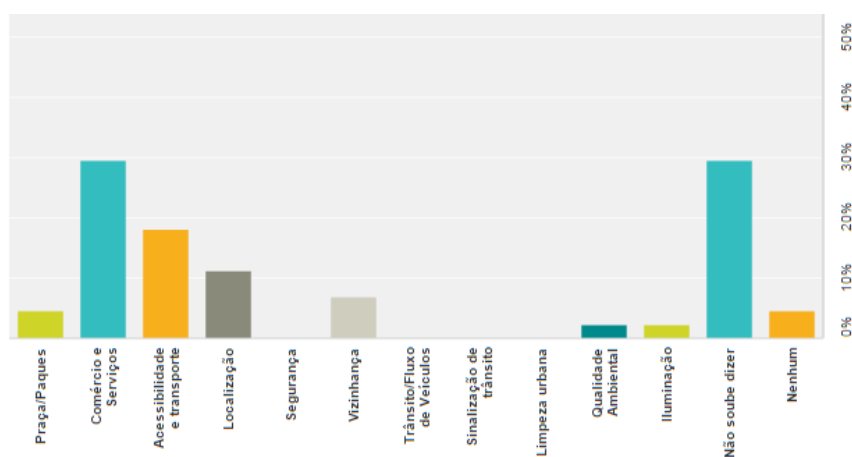


Org.: SILVA, L. O. (2016)

A composição dos usuários do espaço quanto à faixa etária é definida basicamente por pessoas com 46 anos de idade ou mais, que representam em torno de 68% deste grupo. Os demais estão concentrados na faixa etária que vai de 26 e a 45 anos de idade. São em sua maioria donas de casa e aposentados, sendo que 85% dos usuários são residentes, 11% visitantes e os 4% restantes trabalhadores. Para a maior parte dos pedestres (80%) o local tem boa acessibilidade e é fácil se deslocar por ele, somente 20% qualificaram a acessibilidade como ruim e disseram ser difícil se deslocar pelo espaço em questão.

Dentre os aspectos positivos do local o comércio e serviços surgem novamente com grande destaque – 29,55% dos usuários fizeram referência a estes elementos, sobretudo, à feira livre realizada ao lado da praça e ao Mart Minas; a acessibilidade e o transporte se destacam como algo positivo para 18% dos usuários do espaço; para 11% a localização da área no contexto da cidade é um dos fatores positivos. Cabe destacar que aproximadamente 30% dos usuários não soube identificar nenhum aspecto positivo no local. Isto se justifica em parte pela composição da população do bairro, que tem grande número de pessoas oriundas de outras cidades a pouco tempo morando em Uberlândia, como pôde ser observado. Os aspectos positivos do entorno do Mart Minas Leste podem ser vistos no gráfico 25.

Gráfico 25 – Aspectos positivos do entorno do Mart Minas Leste (2016)

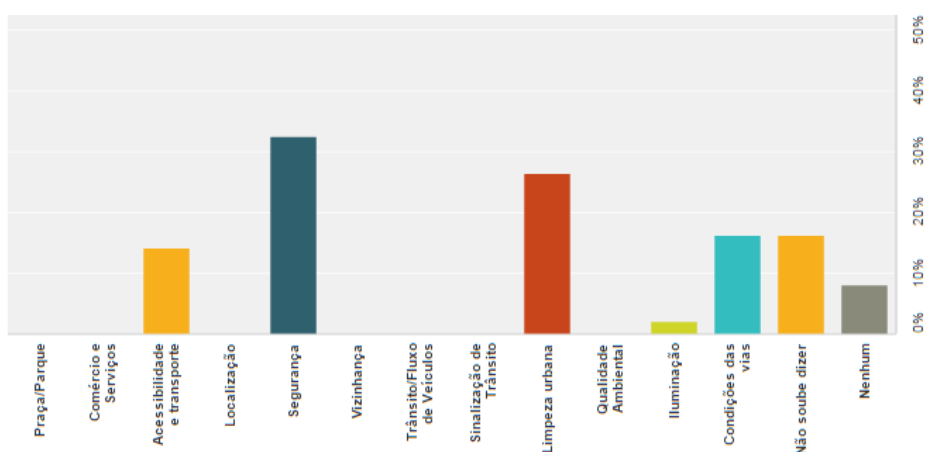


Org.: SILVA, L. O. (2016)

Os aspectos negativos que mais foram levantados pelos usuários são a questão da segurança e a limpeza urbana. O primeiro para 32,65% dos entrevistados é o principal aspecto negativo e está relacionado, principalmente, à ausência de pessoas e policiamento nas ruas. O segundo como já foi destacado se deve basicamente à falta de pavimentação e manutenção das vias e ao uso indevido dos espaços livres para a disposição inadequada de resíduos sólidos urbanos.

Além disso, contrastando com o dado apresentado nos aspectos positivos, para 14% dos usuários a acessibilidade e o transporte são aspectos negativos do local e estão relacionados às condições de manutenção das vias, que para 16% é um dos fatores negativos do espaço em questão, como pode ser visto por meio do gráfico 26.

Gráfico 26 – Aspectos negativos do entorno do Mart Minas Leste (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

No entorno do Mart Minas Oeste as alterações no uso e ocupação do solo resultaram, assim como no entorno do Atacadão, em alterações no sentido de algumas vias que dão acesso à loja. Destaca-se a Rua do Diamante na qual está localizado o acesso tanto de veículos, como de pedestres (ver fotos 19 e 20). Diferentemente da outra loja da rede comentada acima esta possuía, até agosto de 2016, acesso somente para a face da loja voltada para o bairro Jardim Patrícia. A Rua do Diamante, que antes era de mão dupla, agora tem seu trânsito orientado somente no sentido que possibilita o acesso da rodovia para a loja até o entroncamento com a Avenida Aspirante Mega, logo após o acesso dos veículos na área do estacionamento, a partir de onde a mesma passa a ter tráfego nos dois sentidos.



Foto 19 – Av. Aspirante Mega / Rua do Diamante – alteração do sentido do tráfego (março de 2016)

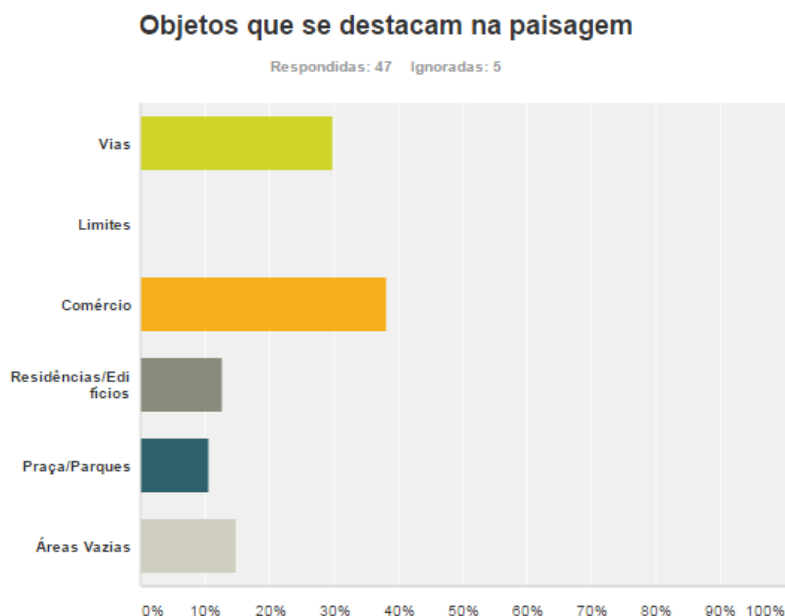
Foto 20 – Rua do Diamante – sinalização horizontal indicando sentido único (março de 2016)

No que diz respeito aos objetos que mais se destacam na paisagem de acordo com a percepção dos usuários é o terciário (comércio e serviços), tendo sido levantado por 38% dos entrevistados. Além do Mart Minas foram destacados o supermercado e o hipermercado presentes na Avenida dos Eucaliptos a poucos metros do estabelecimento analisado, além de agências bancárias e outros serviços de que o bairro dispõe. As vias foram destacadas por 30% – principalmente a BR-365; as áreas vazias (que podem ser vistas nas fotos 19 e 20) foram levantadas por 15% dos pedestres; 13% fizeram referência às residências e edifícios; enquanto os demais 10% destacaram a praça (ponto de origem da foto 20). O gráfico 27 apresenta os objetos que mais se destacam na paisagem na percepção dos usuários.

A maior parte dos usuários neste local tem idade entre 46 e 60 anos (39%), o grupo que tem 60 anos ou mais representa 16%, enquanto que 29% tem idade entre 25 e 45 anos de idade. Aproximadamente 16% tem até 25 anos, um número que difere do entorno das demais lojas devido à presença de uma escola no bairro Taiaman, próxima à

BR-365, que atrai número expressivo de jovens e crianças dos bairros vizinhos. Cerca de 64% dos usuários são moradores, outros 24% visitantes e 12% trabalhadores de empresas do entorno.

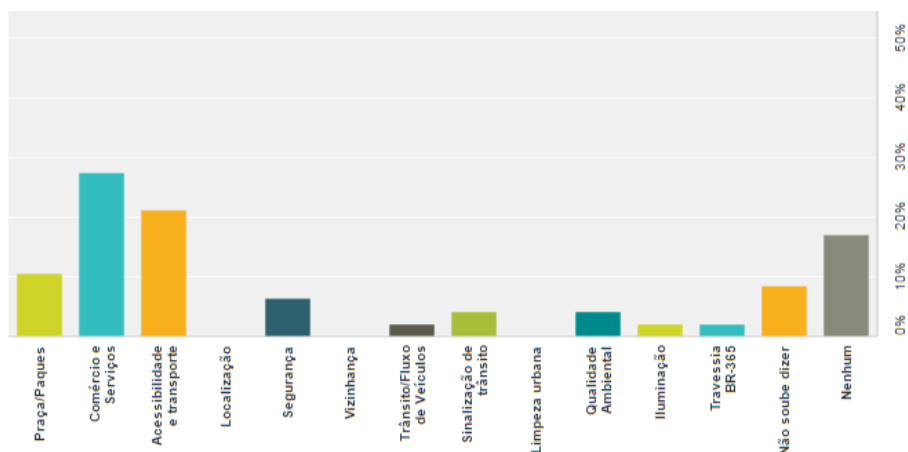
Gráfico 27 – **Objetos que se destacam na paisagem: entorno do Mart Minas Oeste (2016)**



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Para 28% dos pedestres entrevistados o comércio e os serviços são um dos aspectos positivos do local; 21% destacaram a acessibilidade e transporte; enquanto que 10,50% se referiram à praça; aproximadamente 6,5% destacaram a segurança; 17% disseram não encontrar nenhum aspecto positivo no local. O gráfico 28 apresenta os aspectos positivos destacados pelos pedestres no entorno do Mart Minas Oeste.

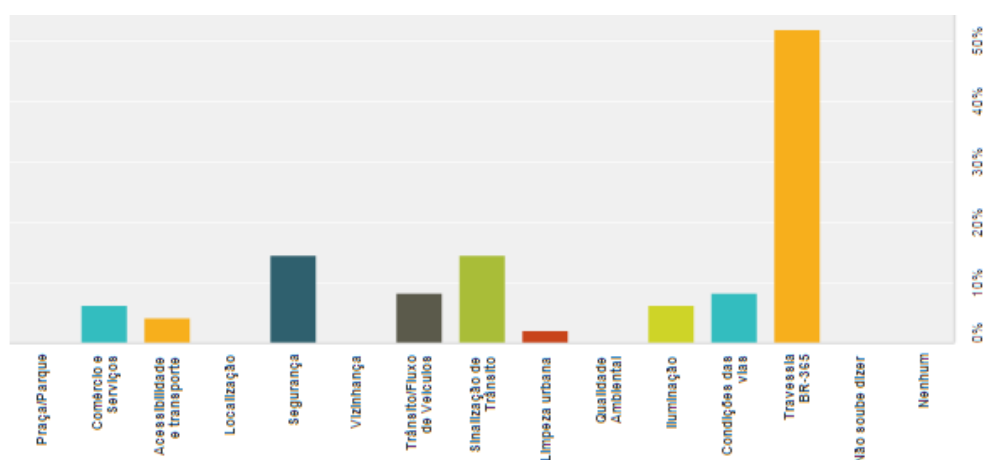
Gráfico 28 – **Aspectos positivos no entorno do Mart Minas Oeste (2016)**



Org.: SILVA, L. O. (2016)

Dentre os aspectos negativos a travessia da BR-365 foi destacada por aproximadamente 52% dos pedestres. Outros 15% ressaltaram a sinalização de trânsito, precária, quando não inexistente para o trânsito de pedestres. Também relacionado aos dois fatores já elencados 8,33% chamaram a atenção para a o intenso fluxo de veículos na área. E aproximadamente 15% se referiram à questão da segurança enquanto aspecto negativo do local, como pode ser visto no gráfico 29.

Gráfico 29 – Aspectos negativos no entorno do Mart Minas Oeste (2016)



Org.: SILVA, L. O. (2016)

A questão da travessia da BR-365 apresenta-se como um problema para os moradores do entorno devido à necessidade que estes têm de realiza-la diariamente para desenvolver suas atividades escolares, de trabalho e consumo. Como já foi destacado muitas crianças, adolescentes e jovens têm que realizar o cruzamento para acessar a escola e as donas de casas e trabalhadores também o fazem para ter acesso aos estabelecimentos do terciário presentes no bairro Jardim Patrícia, dentre eles o Mart Minas.

A população reivindica a construção de uma passarela no local, em substituição à obra da trincheira que encerrou-se com a retirada da iluminação do local para a construção da mesma no final de 2013 – o que não ocorreu – e não foi repostada, como destaca reportagem do *Correio de Uberlândia*, de 21 de agosto de 2015 e, também, como relataram alguns pedestres entrevistados. No local foram implantados redutores de velocidades, que, todavia, não resolveram o conflito entre pedestres e veículos (ver foto 21).



Foto 21 – BR-365: travessia de pedestres sem sinalização (2016)

Diante disso, ficam evidentes questões anteriormente expostas que estão presentes no planejamento das cidades e na produção do espaço urbano, que são a priorização do fluxo de veículos em detrimento da circulação de pedestres. Nas áreas apresentadas pôde-se perceber por meio das análises da sintaxe do espaço e, também, da percepção dos usuários do espaço que a cidade é planejada e construída para os automóveis. Isto justifica mais uma vez a afirmação de Panerai *et al* (2013), de que a nossa relação com o automóvel é *esquizofrênica*.

Sobretudo nas áreas lindeiras às rodovias e nas Zonas de Transição, onde estão instaladas quatro das cinco lojas analisadas, observa-se que a circulação de veículos é a prioridade, senão, a exclusividade no planejamento. Estas vias por estabelecerem a conexão entre vários pontos do território, assim como pelos os usos instalados em seu entorno demandam esta *fluidez*. No entanto, elas fraturam a cidade e submetem os pedestres a condições muitas das vezes intransitáveis, quando não oferecem risco à sua integridade física, pois caminhar por entre essas *máquinas* torna-se uma verdadeira aventura.

Observa-se, pois, que os atacadistas de autosserviço corroboram para esta relação conflituosa, uma vez que aumentam demasiadamente o volume de veículos automotores circulando nessas áreas, como pôde ser observado no capítulo 3. Viu-se, porém, que as intervenções viárias na pequena escala aqui apresentadas, na maioria dos

casos, busca soluções para o trânsito de veículos, ou, no máximo amenizar o conflito entre pedestres e veículos, mas nem de perto indicam uma possível solução.

As atividades terciárias e logísticas são parte fundamental da cidade e a sua alocação neste espaço garante também a referida *urbanidade da forma*, dinamizando esses espaços. É preciso, porém, pensar formas de inserção desses equipamentos no espaço da cidade que além de contribuir para a economia e facilitar o acesso da população aos bens e serviços oferecidos, proporcionem uma relação mais harmoniosa entre os usuários e o espaço.

Desta forma, entende-se que a produção do espaço urbano é um fator determinante na vida de relações da cidade e no cotidiano dos cidadãos, seja por meio da forma, ou, do uso e ocupação do solo, que em certa medida também estão relacionados. Daí a importância de se realizar um planejamento urbano que permita a coexistência dessas diferentes atividades com a redução dos conflitos e a construção de cidades mais humanas – planejadas e construídas para as pessoas e não para os automóveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A estruturação do espaço das cidades tem estreita relação com o comércio, sobretudo após o surgimento do capitalismo, como é sabido. Todavia, o comércio assume diferentes formas de acordo com as atividades realizadas em determinado local, o que gera também uma diferenciação entre os espaços – por meio da *especialização funcional*. Neste contexto, observa-se que os espaços vão assumindo formas distintas de acordo com as *funções* ali presentes.

O comércio e distribuição de mercadorias e as operações logísticas constituem uma parcela significativa das atividades do Terciário na *periferia urbana*. Estas atividades demandam espaço e *fluides* para o transporte e armazenamento de mercadorias. Assim, exigem para sua realização, uma série de infraestruturas que garantam a eficiência e a eficácia do *Supply Chain Management* (Gerenciamento da Cadeia de Suprimento).

O município de Uberlândia-MG, que surge como entreposto comercial na Via do Anhanguera (século XIX) teve seu desenvolvimento econômico e urbano atrelado às atividades de comércio e distribuição de mercadorias. Estas atividades assumem maior importância na estruturação da cidade da década de 1950 em diante, com a abertura de grandes empresas locais especializadas no comércio e distribuição de mercadorias.

Com o desenvolvimento da atividade na cidade e devido à atuação de agentes locais, tanto na política, quanto na economia, uma série de equipamentos e infraestruturas foram instalados em Uberlândia, tais como: nova estação ferroviária, o Distrito Industrial na década de 1970 e as rodovias federais. Isto possibilitou a expansão das atividades logísticas neste espaço e resultou na atração de empresas do setor atacadista e na diversificação das modalidades do setor presentes na cidade. Empresas de atacado de autosserviço e operação logística passaram a se instalar no interior e nas bordas da malha urbana de Uberlândia – na *periferia urbana*.

A primeira delas foi o Makro no ano de 1989 e somente após vinte anos novas empresas da modalidade de atacado de autosserviço se instalaram também nas áreas lindeiras às rodovias federais que passam pela cidade. Entre 2010 e 2016 sete novas lojas de *atacarejo* são abertas na cidade. Uma da rede Atacadão, outras duas da rede Mart Minas, mais duas da rede Bahamas Mix, além de duas lojas de origem local e de operadores logísticos como o Entreposto da Zona Franca de Manaus.

Estes estabelecimentos engendraram uma nova dinâmica no espaço da cidade de Uberlândia, uma vez que têm grande potencial de atração de fluxos materiais. No caso dos estabelecimentos da modalidade de atacado de autosserviço esta relação é intensificada pela sua interação com os bairros, pelo fato de atender tanto clientes finais, como comerciais.

Esta interação se dá em maior ou menor medida com determinados pontos da cidade, como foi possível observar por meio da identificação das áreas de influência de cada uma das lojas analisadas. Uma vez identificadas as áreas de maior influência destas lojas no espaço da cidade observou-se por meio da sintaxe espacial, que há uma estreita relação entre os padrões de deslocamentos encontrados e a estrutura configuracional do tecido urbano. À exceção da loja do Atacadão que ocupa posição privilegiada do ponto de vista da centralidade neste tecido.

Sobre esta questão, destaca-se a importância do *layout* da cidade na definição da localização das lojas de *atacarejo* no espaço da cidade, sendo que estas instalam-se nas vias de maior acessibilidade do tecido urbano – ou próximo a elas. Observou-se, portanto, que a alocação destes equipamentos envolve *estratégias locacionais*, que visam extrair da localização vantagens para a realização da atividade.

Estas áreas além de apresentarem vantagem do ponto de vista da acessibilidade, dispõem também de área suficiente para o transbordo e armazenagem de mercadorias, fundamentais para o setor atacadista. Via de regra, as áreas escolhidas pelos atacadistas de autosserviço, se constituem como espaços periféricos no tecido urbano e, a princípio, carentes de viço e da *efervescência* peculiar à urbe, sendo, portanto, designadas aqui como *periferia urbana*.

A localização sofre também interferência do planejamento urbano, que por meio da definição de zonas, direciona o posicionamento de determinadas atividades no espaço da cidade, utilizando-se de critérios econômicos em detrimento de aspectos urbanísticos e ambientais, como pôde-se observar. Como consequência destes dois fatores – *estratégias locacionais* e planejamento urbano –, têm-se a *especialização funcional* de determinadas áreas, com efeito para esta atividade, aquelas lindeiras às rodovias federais, além de uma nova configuração no uso e ocupação do solo.

Devido a tais fatores foram observadas interações espaciais e alterações morfológicas associadas a esses estabelecimentos no espaço da cidade em diferentes escalas. Atração de fluxos de diversos pontos do tecido urbano e grande obras de infraestrutura viária; modificação no uso e ocupação do solo no entorno dos

estabelecimentos; bem como, alterações viárias na pequena escala (alteração do sentido do tráfego de vias, instalação de redutores de velocidade, dentre outras).

Viu-se, todavia, que a maior parte das intervenções realizadas no espaço visam à garantia da *fluidez* dos automóveis, ou, no máximo abrandar o conflito entre estes e os pedestres, potencializado pelos fluxos gerados pelos *atacarejos*. Nota-se, que tais espaços ao serem tratados no planejamento urbano como áreas periféricas – *zonas de transição* –, caracterizadas por usos que impactam e reconfiguram o lugar, geram uma tensão entre estas áreas e a vizinhança, que acaba por afetar também o cotidiano das pessoas e o *sentido do lugar*.

Isto foi constatado por meio da percepção dos usuários deste espaço, que destacaram, dentre outras coisas, a inserção dos *atacarejos* na paisagem dos bairros, além de aspectos qualitativos do entorno imediato a eles. Dentre estes, o intenso fluxo de veículos e o conflito entre pedestres e automóveis foram citados como aspectos negativos destas áreas.

Por outro lado, a presença das lojas de atacado de autosserviço constitui-se para os usuários do espaço, como um dos aspectos positivos. Além disso, parte significativa dos usuários frequenta tais espaços em função da presença dos *atacarejos*, o que acaba por gerar também a já referida *efervescência*, possibilitando o convívio, ainda que conflituoso, *a priori*, de diferentes grupos e classes sociais em espaços até então vazios e degradados.

Por fim, faz-se necessário destacar uma vez mais que a presença destas atividades na *periferia urbana*, muito embora gere conflitos, trazem consigo vitalidade econômica e urbana. No entanto, esse trabalho alerta aos cidadãos e gestores públicos para a necessidade de controle desses equipamentos e de melhor planejamento desta *periferia urbana*, de modo que se garanta, não somente a vitalidade econômica, mas também a qualidade do espaço urbano. Ou seja, que os interesses econômicos (circulação de mercadorias) não se sobreponham ao direito de uma cidade acessível e agradável para todos.

REFERÊNCIAS

- ALCALDE, T.; CHIESI, A. C. Muito Além de Baixo Preço. In: **No Varejo**. São Paulo: Padrão Editorial, 2013. p. 58-61
- AMORIM FILHO, O. B. Um modelo de Zoneamento Morfológico funcional do Espaço Intra-Urbano das Cidades Médias de Minas Gerais. In AMORIM FILHO, O.B. ; SENA FILHO, N. **A morfologia das cidades médias**. Goiânia: Ed. Vieira, 2005. p. 17-68
- ARCOM. Disponível em: <<http://arcom.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.
- ATACADÃO. Disponível em: <<http://atacaao.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.
- BAHAMAS MIX. Disponível em: <<http://bahamasmix.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.
- BELAFONTE, Cindhi. Obra de passagem da avenida Afonso Pena está atrasada sete meses. **Correio de Uberlândia**, 2014. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/obra-da-passagem-da-avenida-afonso-pena-esta-atrasada-sete-meses/>>. Acesso em: julho de 2014.
- BELAFONTE, Cindhi. Economia em atacarejos pode chegar a 20% em alguns itens em Uberlândia. **Correio de Uberlândia**. 2014. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/economia-em-atacarejos-pode-chegar-a-20-em-alguns-itens-em-uberlandia/>>. Acesso em: julho de 2015.
- BELAFONTE, Cindhi. Construção de quebra-molas deixa trânsito lento na rodovia BR-365. **Correio de Uberlândia**. 2015. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/construcao-de-quebra-molas-deixa-transito-lento-na-rodovia-br-365/>>. Acesso em: agosto de 2015.
- BESSA, Kelly. **A dinâmica da rede urbana no Triângulo Mineiro**: convergências e divergências entre Uberaba e Uberlândia. Uberlândia: Gráfica Composer Editora, 2007.
- BITOUN, Jan. MIRANDA, Livia. (Org.) **Tipologia das cidades brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra Capital: Observatório das Metrópoles, 2009.
- CAMARGO, Eduardo C. G.; FUCKS, Suzana D.; CÂMARA, Gilberto. Análise espacial de superfícies. In: Druck, S.; Carvalho, M.S.; Câmara, G.; Monteiro, A.V.M. (eds). **Análise Espacial de Dados Geográficos**. Brasília: EMBRAPA, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **O Espaço dos Fluxos**. In: _____. **A sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 8 ed. 1992.
- CASTRO, Newton de. Privatização e Regulação dos Transportes no Brasil. In: CAIXETA-FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. (Org.) **Gestão logística do transporte de cargas**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 32-59
- CANO, Wilson. Novas determinações sobre as questões regional e urbana após 1980. **R. B. Estudos Urbanos e Regionais**. Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p.27-53, 2011.
- CLEPS, G. D. G.; CARVALHO, P. F. O comércio e a produção do espaço urbano na cidade de Uberlândia-MG. In: GERARDI, Lucia Helena de Oliveira CARVALHO, Pompeu Figueiredo de. (Org.) **Geografia: ações e reflexões. Rio Claro: UNESP/IGCE : AGETEO, 2006. 434 p.**

- CORONADO, Osmar. **Logística Integrada**: modelo de gestão. São Paulo: Atlas, 2007.
- DEL RIO, Vicente. Uma proposta metodológica. In: _____. **Introdução ao desenho urbano no processo de planejamento**. São Paulo: Pini, 1990. p. 67-106.
- IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <www.ibge.gov.br> Acesso em: julho de 2013.
- DUARTE, C. F. **Forma e Movimento**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley : Ed. PROURB, 2006. 140 p.
- DUARTE, F. **Planejamento Urbano**. Curitiba: Ibpex, 2007.
- FELGUEIRAS, Carlos Aberto; CÂMARA, Gilberto. Modelagem numérica de terreno. In: CÂMARA, G.; DAVIS, C.; MONTEIRO, A. M. V. (Org.). **Introdução à Ciência da Geoinformação**. Disponível em: <<http://www.dpi.inpe.br/gilberto/livro/introd/cap7-mnt.pdf>>. Acesso em: junho de 2016.
- FERREIRA, M. C. **Iniciação à análise geoespacial**: teoria, técnicas e exemplos para geoprocessamento. São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- FREIRE, A. L. O. O desenvolvimento do comércio e a produção do espaço urbano. In: **GeoTextos**. Salvador, v. 6, n. 2, p. 11-32, dez. 2010.
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **PRODUTO INTERNO BRUTO DOS MUNICÍPIOS | 2010-2013 NOVA SÉRIE – METODOLOGIA SNA/2008**. Disponível em: <www.fjp.mg.gov.br/index.php/docman/cei/pib/pib-municipais/593-informativo-pib-dos-municipios-2010-2013/file>. Acesso em: junho de 2016.
- GEHL, Jan. **Cidades Para Pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- GODOI, C. N. Os circuitos de produção e os círculos de cooperação em Uberlândia-MG, Brasil. **Brazilian Geographical Journal: Geosciences and Humanities research medium**, Uberlândia, v. 1, n. 2, p. 243-287, jul./dez. 2010.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.
- _____. **O enigma do capital**: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.
- HILLIER, Bill. Cities as movement economies. In: **Space is the machine: A configurational theory of architecture**. Londres: Cambridge University Press, 2007.
- HILLIER, B.; LEAMAN, A.; STANSALL, P.; BEDFORD; M. Sintaxe do espaço. **Thésis**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 45-103, jan/jun. 2016.
- HOLANDA, Frederico de. **O Espaço de exceção**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. 466 p.
- _____. Uma ponte para a urbanidade. In: **R. B. Estudos Urbanos e Regionais**. Rio de Janeiro, n. 5, p.59-76, 2002.
- HUERTAS, Daniel Monteiro. **Território e Circulação**: Transporte Rodoviário de Cargas no Brasil. Tese (Doutorado em Geografia). 2013. 443 f. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

JEREMIAS, Joaquim. O Comércio. In: _____. **Jerusalém no tempo de Jesus:** pesquisa de história econômico-social no período neotestamentário. São Paulo: Paulus, 2010. p. 47-84

KRAFTA, R. Impressões Digitais da Urbanidade. In: AGUIAR, D.; NETTO, V. N. (Org.). **Urbanidades**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2012, p. 115-133

LAMAS, J. M. R. G. A Morfologia Urbana. In: LAMAS, J. M. R. G. **Morfologia Urbana e Desenho da Cidade**. Porto: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

LEFEBVRE, Henri. **A cidade do Capital**. Rio de Janeiro: DP&A, 2 ed., 2011.

_____. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LEMOS, Vinicius. Atacarejos ganham espaço e cliente muda comportamento. **Correio de Uberlândia**. 2015. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/atacarejos-ganham-espaco-e-cliente-muda-comportamento/>>. Acesso em: julho de 2015.

LIBRA LOGÍSTICA. Disponível em: <<http://www.grupolibra.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

LOZANO, Lina P. G. ; SPOSITO, Eliseu S. Cidades médias e distribuição espacial do comércio de eletrodomésticos no Brasil. In: BELLET, Carmen; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; MELLAZO, Everaldo Santos; LLOP, José Maria (Org.). **Urbanización, producción y consumo en ciudades medias/intermedias**. 1ed. Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida, 2015, v. 1, p. 79-106.

LOGWEB. **Desenvolvimento:** Uberlândia ganha destaque em tecnologia e logística. São Paulo: Logweb Editora, n. 113, julho 2011. p. 6.

MACHADO, Diogo. União Atacado encerra atividades em Uberlândia e fecha filiais. **Correio de Uberlândia**. 2016. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/uniao-atacado-encerra-atividades-em-uberlandia-e-fecha-filiais/>>. Acesso em: junho de 2016.

MAKRO. Disponível em: <<http://makro.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

MARTINS, A. A. C. **Transformação Urbana:** projetando novos bairros em antigas periferias. Brasília: Thesaurus, 2012. 184 p.

MARX, K. Introdução à crítica da Economia Política. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1974, v. XXXV. p. 280-287

MART MINAS. Disponível em: <<http://martminas.com.br/>>. Acesso em: junho de 2014.

MARTINS. **Martins Comércio e Serviços de Distribuição SA**. Disponível em: <<http://portal.martins.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

MEYER, Regina M. P. O urbanismo: entre a cidade e o território, In: **Revista Territórios**, São Paulo, 2006, p.38-41

MESQUITA, Adailson Pinheiro. **Dos fragmentos à totalidade?:** mobilidade e legibilidade urbana de Uberlândia-MG. 2008. 373 f. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

MITCHELL, W. J. Fronteiras / redes. In: SYKES, Krista. A. (org.) *O campo ampliado da arquitetura*. Antologia Teórica 1993-2009. São Paulo: Cosac Naif. 2013, p. 172 -187

MONTEIRO, Carolina. Trecho Urbano da BR-050 passa por recapeamento em Uberlândia. **Correio de Uberlândia**. 2014. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/trecho-urbano-da-br-050-passa-por-recapeamento/>>. Acesso em: julho de 2014.

MOURA, G. G.; SOARES, B. R. A PERIFERIA DE UBERLÂNDIA/MG: da sua origem até a sua expansão nos anos 1990. **Caminhos de Geografia**. Uberlândia, v. 10, n. 32, p. 22-40, 2009.

NETTO, Vinicius M. A urbanidade como devir do urbano In: AGUIAR, D.; NETTO, V. N. (Org.). **Urbanidades**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2012, p. 33-59

OLIVEIRA, Tânia M. V. Amostragem não Probabilística: Adequação de Situações para uso e Limitações de amostras por Conveniência, Julgamento e Quotas. In: **Administração On Line**. São Paulo, v. 2, n. 3, 2001.

ORTIGOZA, S. A. G. **Paisagens do consumo**: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

PANERAI, Philippe; CASTEX, Jean; DEPAULE, Jean-Charles. Construir a cidade: 1975-1995. In: _____. **Formas urbanas**: a dissolução da quadra. Porto Alegre: Bookamn, 2013. p. 201-211

PEIXOTO. Disponível em: <<http://peixoto.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

PK CENTER. Disponível em: <<http://pkcenter.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

PINTAUDI, S. M. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, A. F. A. **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 2002.

RAMOS, T. L. B. **Bairros planejados e novos modos de vida** – Olivais e Telheiras: que contribuições para o desenho do habitar sustentável? Casal de Cambra: Caleidoscópio, 2012.

SABOYA, R. T. Análises espaciais em planejamento urbano. In: **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**. A.2, n.3. 2000. Recife: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional; Norma Lacerda: A Associação, 2000. p. 61-79.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003. 588 p.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 4 ed., 2006. 157 p.

_____. Paisagem e Espaço. In: **Metamorfoses do Espaço Habitado**. São Paulo: HUCITEC, 5 ed., 1997. p. 61-74.

SANTOS JUNIOR, W. R. Os projetos estratégicos e a reestruturação do território. Conflitos e potencialidades na Região Metropolitana de Campinas. In: **XIV Encontro Nacional da ANPUR**. Rio de Janeiro, 2011.

SEGUÍ PONS, Joana Maria, MARTÍNEZ REYNÉS, Maria Rosa. Los transportes y el espacio geográfico. In: _____. **Geografía de los Transportes**. Universitat de les illes Balears. Servei de Publicacions, 2004. p. 33-84

SEGUÍ PONS, Joana Maria, MARTÍNEZ REYNÉS, Maria Rosa. Los sistemas de transporte regionales. Problemas y soluciones del transporte urbano In: _____. **Geografía de los Transportes**. Universitat de les illes Balears. Servei de Publicacions, 2004. p. 271-306

SILVA, Frederico. Irmãos Kehdi terá nova sede até o fim do ano. **Correio de Uberlândia**. 2011. Disponível em: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/irmaos-kehdi-tera-nova-sede-ate-o-fim-do-ano/>>. Acesso em: junho de 2015.

SILVA, Leandro Oliveira.; GUERRA, Maria Eliza Alves. Ideologia e produção habitacional do Estado capitalista: moradias populares verticais produzidas no Setor Oeste da cidade de Uberlândia-MG. In: **Anais do XVI Encontro Nacional da ANPUR**. Belo Horizonte, 2015.

SILVA, Ricardo Azevedo. **Evolução Recente do Terciário (Serviços) no Brasil**. 2009. 146 f.. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

SOARES, Beatriz Ribeiro. **Habitação e Produção do Espaço Urbano em Uberlândia**. 1988. 236 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.

_____. **Uberlândia: da cidade jardim ao portal do cerrado** – imagens e representações no Triângulo Mineiro. 1995. 347 f.. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

_____. et al.. Uberlândia (MG): Leituras Geográficas de uma cidade média em transição. In: ELIAS, D.; SPOSITO, M. E. B.; SOARES, B. R. (Org.) **Tandil e Uberlândia: agentes econômicos e reestruturação urbana e regional**. São Paulo: Expressão Popular, 2010, p. 157-192

SOUZA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SPOSITO, M. Encarnação Beltrão. Novos conteúdos nas periferias urbanas das cidades médias do Estado de São Paulo, Brasil. **Investigaciones Geográficas**. México, v.54, 2004, p. 114-139.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O desafio metodológico da abordagem interescalar no estudo de cidades médias no mundo contemporâneo. **Cidades**. v. 3, n.5, 2006, p. 143-157.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SPOSITO, Eliseu Savério. Reestruturação Econômica, Reestruturação Urbana e Cidades Médias. **XII Seminário Internacional RII**. Belo Horizonte, 2012.

SUPORTE LOGÍSTICA INTEGRADA. Disponível em: <<http://www.supportelogistica.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: DIFEL, 1980. 288p.

UBERLÂNDIA. Secretaria Municipal de Planejamento Urbano. **Banco de Dados Integrados de Uberlândia**. Disponível em: <<http://uberlandia.mg.gov.br>>. Acesso em: janeiro de 2014.

UBERLÂNDIA. Secretaria Municipal de Planejamento Urbano. **Bairros Integrados**. Disponível em: <<http://uberlandia.mg.gov.br>>. Acesso em: julho de 2013.

UBERLÂNDIA. **Lei complementar nº 525, de 14 de maio de 2011**. Dispõe sobre o zoneamento e ocupação do solo do Município de Uberlândia e revoga a Lei complementar nº 245, de 30 de novembro de 2000. Uberlândia, 2011.

UBERLÂNDIA. **Lei complementar nº 535, de 21 de outubro de 2011**. Adota a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE no zoneamento do uso e ocupação do solo do Município de Uberlândia, promove alterações nos anexos III, V e VI da Lei complementar nº 525, de 14 de abril de 2011 e dá outras providências.

UBERLÂNDIA. **Projeto de expansão do aeroporto de Uberlândia é apresentado**. Disponível em: <<http://www.uberlandia.mg.gov.br>>. Acesso em: julho de 2013.

UNIÃO. **União Atacado Distribuidor**. Disponível em: <<http://uniaoatacado.com.br>>. Acesso em: junho de 2014.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário**: o lugar, arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Ed. SENAC, 2001.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001.

VIVALDINI, Mauro; PIRES, Sílvio. R. I. **Operadores Logísticos**: integrando operações em cadeia de suprimentos. São Paulo: Atlas, 2010.

WHITEHAND J. W. R. Morfologia urbana Britânica: a tradição Conzeniana. In: **Revista de Morfologia Urbana**. Porto: 2013, v. 1. p. 45-52.

YAMAMOTO, Jorge Kazuo; LANDIM, Paulo M. Barbosa. **Geoestatística**: conceitos e aplicações. São Paulo: Oficina de Textos, 2013.

YAZBEK, A. C. Especial Cash & Carry. **Giro News**. 2011. Disponível em: <<http://www.gironews.com/>>. Acesso em: julho 2014.

ZENTES, J., MORSCHET, D., SCHRAMM-KLEIN, H. Buying, Logistics and Performance Measurement. In: **Strategic Retail Management: Text and International Cases**. Wiesbaden: Glaber Verlag, 2 ed., 2011. p. 321-445

Apêndice A – Questionário – Fluxo volumétrico de veículos

Origem: _____ Destino: _____

Horário: __:__ Data: __/__/__ Tempo médio em trânsito: _____

Principais vias utilizadas: _____

Tipo de veículo:

- Passageiro (carro / motocicleta / utilitários / camioneta)
- Carga leve (utilitário /caminhonete / camioneta / furgão / VUC / motocicletas adaptadas)
- Carga pesado (caminhão / carreta)

Finalidade:

- compra trabalho outros

Destino da mercadoria:

- pequeno/médio varejo
- grande varejo
- atacado
- doméstico

Frequência com que visita o estabelecimento:

- mais de uma vez por semana
- uma vez por semana
- a cada 15 dias
- uma vez ao mês
- esporadicamente

Observações:

Apêndice B – Questionário – Percepção Ambiental

Horário: __:__ Data: __/__/__

Gênero: Masculino () Feminino ()

Local de residência: _____

Idade:

() Até 18 anos

() 36 a 45 anos

() 19 a 25 anos

() 46 a 60 anos

() 26 a 35 anos

() Acima de 60 anos

Objetos que se destacam na paisagem:

() vias () limites () comércio () residências () áreas vazias

() Praças/parques () Outros. Quais: _____

Acessibilidade / deslocamento:

() boa/fácil () ruim/difícil

Relação com o lugar:

() Residente () Visitante () Trabalho () Outra

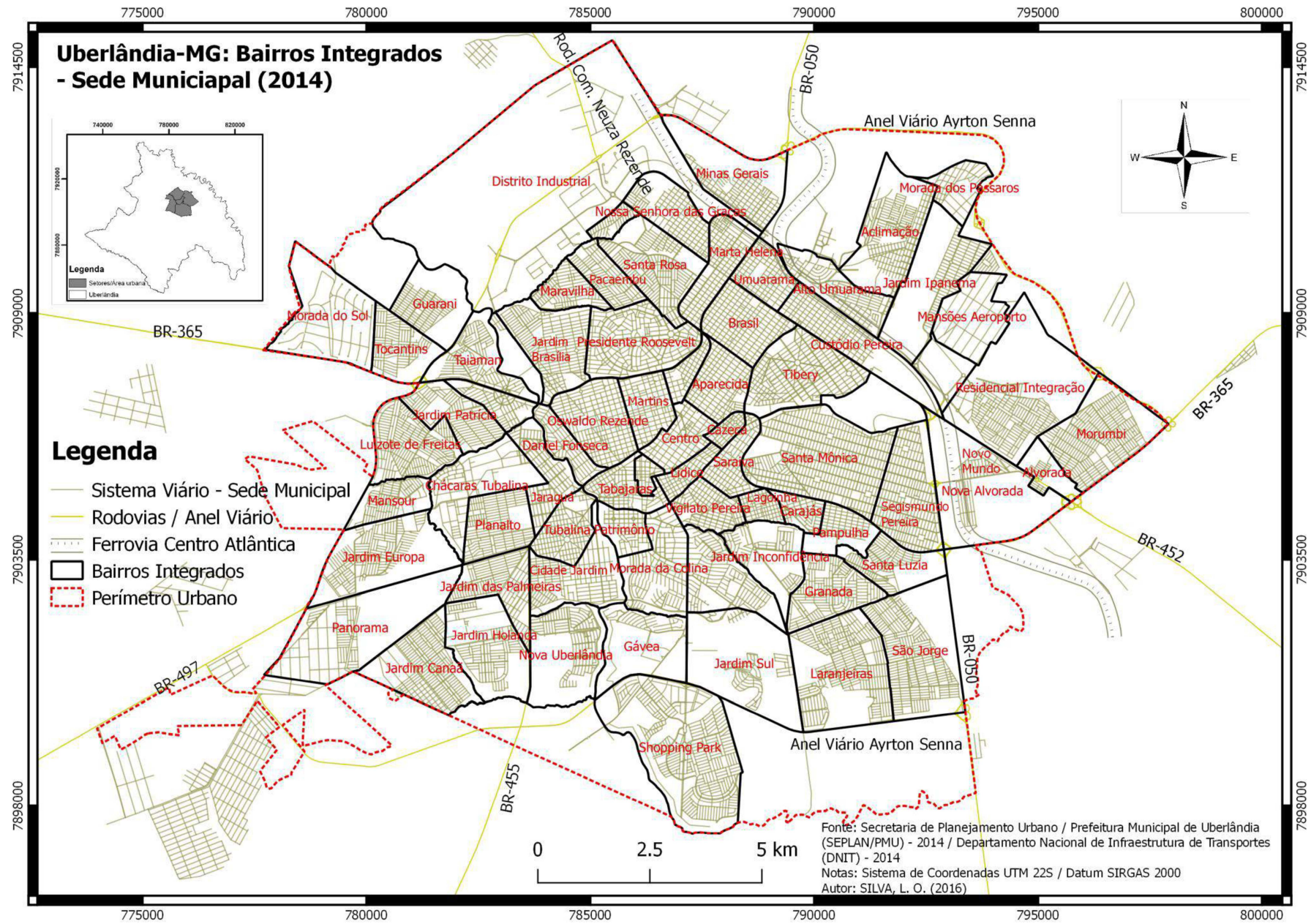
Percepção da paisagem:

Aspectos positivos: _____

Aspectos negativos: _____

Observações:

Apêndice C – Mapa: Uberlândia-MG – Bairros Integrados (2014)



Apêndice D – Mapa: Uberlândia-MG – Sistema Viário da Sede Municipal (2014)

