

A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO NA CIDADE DE VARZELÂNDIA – MG

THE GEOGRAPHY OF TRADE IN THE CITY OF VARZELÂNDIA, MINAS

GERAIS

LA GEOGRAFÍA DEL COMERCIO EN LA CIUDAD DE VARZELÂNDIA MG

Elisvânia Lopes dos Reis¹

Luiz Andrei Gonçalves Pereira²

Resumo: O comércio e a cidade estão inter-relacionados desde a Idade Antiga, relação que foi estreitada com a consolidação da estrutura capitalista na Idade Moderna. O comércio não é apenas um gerador de riquezas, mas também um agente ativo no processo de organização e configuração do espaço urbano. A dinâmica do comércio local em Varzelândia despertou o interesse em pesquisar essa temática, uma vez que promove interações espaciais entre os comerciantes e os compradores – consumidores. O objetivo deste artigo é analisar o processo de expansão do comércio em cidades e suas dinâmicas socioespaciais, focando nas atividades comerciais de Varzelândia no período de 2017 a 2022. A metodologia da pesquisa é composta por revisão bibliográfica para fundamentação teórica, abordando a história do comércio e seu processo de evolução e inovação na dinâmica socioeconômica. Na parte empírica, foi realizado trabalho de campo e, em seguida, a coleta dos pontos de localização de todos os comércios varejistas situados na área urbana, utilizando a plataforma do Google Earth. Os resultados indicam que o comércio desempenha um papel importante para a economia do município, por meio da circulação de produtos e de serviços, impulsionando a economia no espaço em que está inserido, como observado no comércio varejista em Varzelândia.

Palavras-chave: Comércio; Cidade; Relações socioeconômicas; Varzelândia.

Abstract: Commerce and the city have been interrelated since Ancient times a relationship that became stronger with the consolidation of the capitalist structure in the Modern Age. Commerce is not only a generator of wealth but also an active agent in the process of organizing and shaping urban space. The dynamics of local trade in the city of Varzelândia, in the state of Minas Gerais, Brazil, sparked interest in researching this topic, as it promotes spatial interactions between traders and buyers – consumers. The purpose of this article is to analyze the process of expansion of commerce in cities and their socio-spatial dynamics, focusing on commercial activities in Varzelândia in the period from 2017 to 2022. The research methodology consists of a literature review to establish its theoretical foundation, addressing the history of commerce and its process of evolution

¹Mestranda em Geografia pelo Programa de Pós - graduação da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Email: elisvanialopes17@gmail.com. Orcid iD: <https://orcid.org/0009-0009-2639-358X>

² Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia - UFU. Professor do Departamento de Geociências e do Programa de Pós-Graduação em Geografia - PPGEO, na Unimontes. Email: luiz.goncalves@unimontes.br. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-7857-6611>.

and innovation in socioeconomic dynamics. At the empirical level, fieldwork was carried out, followed by collection of the location points of all retail businesses located in the urban area, using the *Google Earth* platform. The results indicate that commerce plays an important role in the municipality's economy through the circulation of goods and services, boosting the economy in the space in which it is located, as observed in retail commerce in Varzelândia.

Keywords: Commerce; City; Socioeconomic relations; Varzelândia.

Resumen: El comercio y la ciudad han estado interrelacionados desde la Edad Antigua, relación que se estrechó con la consolidación de la estructura capitalista en la Edad Moderna. El comercio no es solo un generador de riquezas, sino también un agente activo en el proceso de organización y configuración del espacio urbano. La dinámica del comercio local en Varzelândia despertó el interés por investigar este tema, ya que promueve interacciones espaciales entre comerciantes y compradores – consumidores. El objetivo de este artículo es analizar el proceso de expansión del comercio en las ciudades y sus dinámicas socioespaciales, centrándose en las actividades comerciales de Varzelândia de 2017 a 2022. La metodología de la investigación se compone de una revisión bibliográfica para proporcionar una base teórica, abordando la historia del comercio y su proceso de evolución e innovación en la dinámica socioeconómica. Para la parte empírica, se realizó un trabajo de campo, seguido de la recogida de los puntos de localización de todos los comercios minoristas ubicados en el área urbana, utilizando la plataforma Google Earth. Los resultados indican que desempeña un papel importante en la economía del municipio a través de la circulación de productos y servicios, dinamizando la economía de la zona en la que opera, como se observa en el comercio minorista de Varzelândia.

Palabras clave: Comercio; Ciudad; Relaciones socioeconómicas; Varzelândia.

Introdução

Nas sociedades contemporâneas, o comércio está cada vez mais se apropriando do espaço urbano e se expandindo por meio de novas dinâmicas comerciais, assumindo diferentes funções socioespaciais diante das relações de troca de mercadorias e serviços. O comércio gera riquezas por meio do lucro, além de ser uma fonte importante de arrecadação de tributos e de geração de emprego e renda. Salienta-se que a atividade comercial contribui para a circulação do capital na economia capitalista por meio do oferecimento de bens de consumo duráveis, semiduráveis e não duráveis para atender a população consumidora.

Frente à necessidade de o capital se reproduzir, segundo Cleps (2006), o comércio faz parte desse processo e concentra-se nas cidades em um cenário de especialização da atividade varejista. Esse fenômeno se manifesta por meio da competição intensa, da centralização e da aglomeração de empresas, resultando na formação de redes de

estabelecimentos. Importante salientar que, nesse contexto de concentração do comércio nas cidades, além do comércio varejista, há o comércio atacadista.

Para Silveira (2011), no espaço urbano, o comércio busca locais estratégicos e centrais para se estabelecer, tendo em vista que a sua função é comercializar produtos visando obter um retorno financeiro. Assim, tende a se concentrar em áreas com maior densidade populacional. Em cidades pequenas, essa concentração ocorre, predominantemente, nas áreas centrais.

O comércio não contribui apenas para a geração de riquezas, sua atuação também exerce um papel estratégico na consolidação das relações socioespaciais, uma vez que não se limita ao deslocamento de mercadorias, mas atua como agente organizador do espaço geográfico, influenciando fluxos, fixos e formas de ocupação, tanto urbanas quanto rurais. Ao mesmo tempo, reconhece-se que esse setor enfrenta desafios e desigualdades que tornam necessária a adoção de estratégias que garantam sua competitividade e promovam um desenvolvimento mais equilibrado.

Nesse sentido, esta pesquisa é relevante por discutir a dinâmica do papel do comércio varejista no contexto de cidades de pequeno porte, podendo contribuir para o campo científico com os resultados obtidos por meio de métodos empíricos e geoespaciais, os quais evidenciam práticas econômicas nem sempre captadas pelas estatísticas oficiais, como a informalidade e a diferenciação espacial das atividades comerciais.

Para isso, toma-se como referência a cidade de Varzelândia, localizada no estado de Minas Gerais. Embora não apresente grandes transformações urbanas visíveis, o comércio local tem revelado indícios de expansão e reorganização territorial que merecem ser analisados com profundidade. Conforme dados da RAIS – Relação Anual de Informações Sociais (2025), no ano de 2022 foram registrados formalmente neste município 167 estabelecimentos, considerando o somatório de unidades de diversas naturezas. No entanto, o mapeamento realizado nesta pesquisa, por meio da plataforma *Google Earth* e da ferramenta Street View, identificou 220 unidades comerciais varejistas ativas na área urbana. Essa diferença evidencia uma significativa presença de informalidade ou subdeclaração desse segmento comercial, o que dificulta o conhecimento preciso da estrutura econômica local.

Ao voltar o olhar para Varzelândia, esta pesquisa contribui para a construção de uma base empírica sobre a atividade comercial em cidades de pequeno porte, permitindo

uma leitura do fenômeno a partir de suas especificidades territoriais. Vale ressaltar que a arquitetura comercial desses espaços se diferencia daquela observada nos grandes centros urbanos, revelando formas particulares de organização, distribuição e funcionamento do comércio local.

Diante disso, o trabalho se estrutura com base na seguinte questão norteadora: como ocorre a efervescência das atividades comerciais no espaço urbano de Varzelândia? Assim, tem-se como objetivo geral analisar o processo de expansão do comércio em cidades e suas dinâmicas socioespaciais, com foco nas atividades comerciais de Varzelândia, no período de 2017 a 2022.

O recorte temporal de 2017 a 2022 foi definido por se tratar de um período em que se observam indícios de reorganização espacial do comércio local, tanto nas imagens de satélite quanto nas dinâmicas do espaço urbano de Varzelândia. Além disso, nesse intervalo, com base nos dados da RAIS, há variações marcantes na quantidade de estabelecimentos ativos no município, em consonância com o que se verifica presencialmente. Outro fator que motivou a escolha desse recorte foi a intenção de contemplar o período da pandemia da COVID-19, que impactou significativamente o setor comercial.

Para compreender a organização e a expansão das atividades comerciais em Varzelândia, optou-se por uma abordagem metodológica qualitativa com apoio em técnicas quantitativas e cartográficas. Essa escolha se justifica pela natureza empírica do objeto de estudo — a espacialização do comércio varejista em uma cidade de pequeno porte - que exige, além da análise teórica, uma observação direta do espaço urbano e o mapeamento dos estabelecimentos comerciais. Como o município não possui mapas temáticos e registros detalhados de sua malha urbana, a utilização de recursos geotecnológicos e a coleta primária de dados tornaram-se essenciais para que a pesquisa fosse realizada. Dessa forma, cada etapa metodológica foi pensada para responder ao problema de pesquisa, visando oferecer uma leitura geográfica consistente.

Os procedimentos metodológicos foram estruturados em cinco etapas. Na primeira etapa, realizou-se uma revisão de literatura como forma de subsidiar as discussões acerca do processo de expansão do comércio nas cidades, com ênfase em Varzelândia – MG. Na segunda etapa, foi realizada uma pesquisa de campo presencial na cidade, com a finalidade de observar a dinâmica do comércio local, incluindo a localização e interação entre os diferentes estabelecimentos comerciais.

A terceira etapa consistiu em breves diálogos com funcionários de determinados comércios varejistas, durante a visita *in loco*, a fim de obter informações descritivas sobre a atuação e funcionamento do setor comercial na cidade de Varzelândia. Já a quarta etapa engloba a identificação e georreferenciamento dos estabelecimentos comerciais varejistas localizados na área urbana de Varzelândia, utilizando a plataforma *Google Earth Pro* em conjunto com a ferramenta *Street View*. Para isso, foi feito um mapeamento visual e sistemático das ruas da cidade, com o objetivo de localizar, nomear e posicionar espacialmente cada ponto comercial ativo. Cada "ponto" corresponde a um estabelecimento identificado visualmente na paisagem urbana, como mercearias, supermercados, lojas de roupas, farmácias, entre outros. Posteriormente foram coletados os dados de logradouros e vias do município de Varzelândia por meio da base do IBGE, disponibilizada no ano de 2022.

Na quinta e última etapa, os dados georreferenciados na plataforma *Google Earth Pro*, organizados em uma base de dados geográfica (com coordenadas), foram encaminhados para o software ArcGIS 10.8 para elaboração de mapa temático. Esse processo possibilitou a análise da distribuição espacial dos comércios, identificando sua concentração por setor e sua localização em relação à malha urbana. A seguir, a Figura 1 apresenta um fluxograma contendo a síntese das etapas da metodologia aplicada.

Figura 1: Procedimentos metodológicos



Fonte: Elaboração própria, 2025.

Essa metodologia mostrou-se adequada para o objetivo da pesquisa, pois contempla os elementos essenciais para o entendimento da dinâmica comercial local. Ademais, as etapas de georreferenciamento e cartografia contribuíram não apenas para a espacialização dos dados, mas também para a produção de um material cartográfico de valor social. Trata-se do primeiro mapa de distribuição dos comércios varejistas na área urbana de Varzelândia, suprindo uma lacuna significativa, já que o município não dispõe de mapa oficial da sua malha urbana e nem sobre a distribuição deste tipo de comércio. De acordo com informações locais, a cobrança do IPTU no município é realizada com base no conhecimento prévio que a gestão possui das ruas, já que, por se tratar de uma cidade pequena, é possível reconhecer todas as vias com facilidade.

A Geografia comercial das cidades: evolução e dinâmica das atividades comerciais

Na dinâmica socioeconômica, existe uma forte inter-relação entre o comércio e a cidade. Nesse cenário, segundo Pereira (2020, p. 97), a Geografia do comércio “busca explicar e/ou compreender o processo de organização e distribuição espacial dos fluxos de mercadorias através das atividades produtivas e comerciais”. Além disso, os estudos geográficos contribuem para uma análise da origem do comércio em um processo de entendimento acerca da sua evolução na sociedade.

Inicialmente, as relações humanas com o consumo estavam voltadas para a subsistência, baseadas na caça, na coleta e no uso direto dos recursos naturais. Mas ao longo do tempo novas necessidades foram surgindo e, conforme ressaltam Castanho e Teixeira (2017, p. 137), “diante das suas necessidades de estabelecer-se na terra, foi necessário desenvolver uma nova condição de esse obter alimentos, que não fossem apenas fornecidos de uma forma espontânea pela natureza, mas sim, cultivados pelos homens”. Dessa forma, iniciou-se o cultivo agrícola, viabilizando a oferta de alimentos e, por conseguinte, a geração de excedentes.

A partir dos excedentes, os grupos humanos passaram a perceber a possibilidade de realizar trocas, tanto para diversificar os alimentos que tinham disponíveis quanto para suprir outras necessidades. Dessa forma, tem início o escambo, a primeira forma de comércio praticada entre os povos. Entretanto, ao longo do tempo, essas trocas foram se aperfeiçoando conforme as sociedades se tornavam mais complexas, resultando em novos espaços e formas de comercialização.

Na Antiguidade, segundo Cleps (2006), destacam-se as Ágoras na Grécia e os Fóruns em Roma, que concentravam funções comerciais, políticas e religiosas. No Oriente Médio, os bazares se consolidaram como pontos centrais onde se negociavam diferentes produtos. Já na Idade Média, o comércio se manteve, ainda que de forma limitada, por meio dos mercados semanais e das feiras anuais, que funcionavam como grandes centros de circulação de mercadorias. Esses espaços permitiram que os produtos artesanais e agrícolas fossem comercializados, mesmo com as dificuldades impostas pelo sistema feudal. Huberman (1981) argumenta que o desenvolvimento das atividades comerciais nas feiras foi essencial para a intensificação da realização das transações financeiras.

Ao verificar as mudanças ocorridas na Idade Média com a atividade comercial, Lefebvre (1972, p. 306) destaca que:

A revolução medieval introduz o comércio na cidade e o instala no centro do espaço urbano transformado. A praça do mercado, diferente da ágora como do fórum, de acesso livre, se abre de todas as partes para o território circundante (que a cidade domina e explora) para a rede de rotas e caminhos. O mercado, invenção genial, diferente tanto do pórtico quanto da basílica, abriga as transações e permite às autoridades controlá-las.

Com o crescimento do comércio ao longo da história, diferentes sociedades criaram lugares específicos para as trocas comerciais, adaptando-se às suas necessidades e formas de organização. A partir da Idade Média, as cidades começaram a se reorganizar e a estruturar seu espaço urbano com base nas atividades comerciais. A respeito da expansão do comércio varejista, Vargas (2001, p. 103) ressalta que:

Na análise dos espaços varejistas, todo esse longo período, que termina nas últimas décadas do século XVIII, apresentou duas características básicas fundamentais. Quanto à inserção urbana dos grandes espaços de mercado, estes, em essência, assumiam a verdadeira condição de ser um espaço público por excelência. Quanto ao tipo de estabelecimento, esse período encontra na loja o seu maior representante. Isto é, aquele módulo mínimo destinado a comercializar as mercadorias, frequentemente utilizado com a própria produção: às vezes como espaços permanentes, às vezes em forma de tendas ou barracas.

Nessa conjuntura, o comércio sempre esteve intrinsecamente vinculado ao capitalismo. Inclusive, com a consolidação do capitalismo, principalmente a partir da Idade Moderna, o comércio passou a se desenvolver de forma mais sistemática e articulada no sistema produtivo, assumindo novas funções na expansão do capital. Sendo

um instrumento central para a circulação de mercadorias, marcado pela intensificação da concorrência, pela especialização produtiva e pela diversificação dos produtos.

Conforme aponta Cleps (2006), a partir do século XIX, com o avanço das revoluções industriais e, posteriormente, com a intensificação da globalização econômica, o comércio ampliou sua escala e complexidade. A modernização dos meios de transporte, a multiplicação de marcas e produtos, bem como as novas integrações dos mercados nacionais e internacionais, impulsionaram sua diversificação. Havendo a transformação no comércio, consequentemente há influência na cadeia produtiva por meio das interações entre os três setores da economia, ampliando as relações entre o comércio e a cidade, e agregando valor às áreas periféricas em vista da expansão comercial.

A estrutura e localização do comércio interferem diretamente na organização das cidades. Silva (2014, p. 161) ressalta que as formas comerciais:

[...] E sua localização, estrutura e funcionamento, interferem no processo de reprodução do espaço urbano porque o comércio contém e produz centralidade, que se expressa através da (re)valorização do espaço, por meio da constante incorporação de novas áreas para a expansão imobiliária, aumenta o fluxo de pessoas nas suas proximidades impulsionando a construção de infra-estruturas viárias e de acessibilidade, o que permite a união dos componentes que integram o processo geral de produção do espaço - produção, circulação, distribuição, troca e consumo.

Diante disso, é evidente a relação entre o comércio e a cidade, pois ele não é apenas um ponto de abastecimento dos anseios da população, mas produtor e reproduutor das relações capitalistas que moldam a cidade, concentrando fluxos, valorizando áreas específicas e contribuindo para a fragmentação socioespacial. Nesse sentido, Lima (1987) enfatiza que, no capitalismo, a cidade é constituída pela interação entre o pequeno e o grande comércio, estabelecendo relações socioeconômicas entre produção e circulação que sustentam o sistema de reprodução do capital. Essas relações se concretizam na espacialização das trocas de mercadorias, baseadas em estruturas financeiras e logísticas que garantem a continuidade do processo.

Entre as modalidades de comércio, o setor varejista se destaca, pertencendo ao setor terciário da economia, sua expansão contribuiu para a diversificação das atividades econômicas no espaço intraurbano e interurbano. As demandas dos consumidores estão atreladas às estruturas produtivas para viabilizar o sistema de trocas, na medida que o

comércio varejista corresponde à etapa final da cadeia de distribuição de produtos, buscando atender o consumidor final (Silva, 2012).

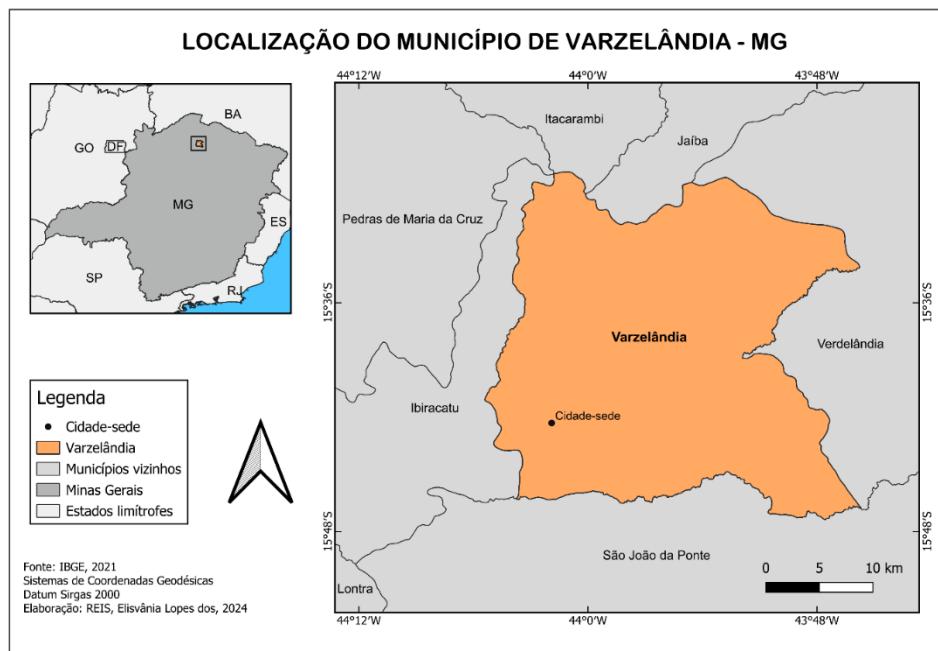
Os segmentos do varejo são classificados em conformidade com as categorias de produtos que são comercializados. Para Saab e Gimenez (2000), o comércio varejista possui as seguintes subdivisões: atividades comerciais de supermercados, hipermercados, farmácias, concessionárias de veículos, lojas de vestuário, de calçados e de tecidos, lojas de materiais de construção, lojas de móveis e decoração, postos de gasolina, lojas de eletroeletrônicos, livrarias, entre outras.

Ao considerar a atividade comercial em cidades pequenas, observam-se particularidades na forma de consumir, em razão de o comércio não ser muito especializado. Como o varejo atende diretamente o consumidor final, sua análise é pertinente para compreender a configuração comercial da cidade de Varzelândia, no norte de Minas Gerais, que, por ser de pequeno porte, volta-se principalmente para as necessidades locais.

Varzelândia: locaização e dinâmica socioespacial do comércio varejista

O município de Varzelândia, localizado no estado de Minas Gerais, situa-se na região intermediária e imediata de Montes Claros, tendo como limites territoriais os municípios de Verdelândia, São João da Ponte, Ibiracatu e Jaíba. Sua extensão territorial é de aproximadamente 815 km². A seguir, a Figura 2 ilustra a localização do município e da cidade-sede de Varzelândia no território mineiro.

Figura 2: Localização do município de Varzelândia – MG



Fonte: IBGE, 2021. Org. Reis, E. L, 2024.

Segundo o último Censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2023), realizado em 2022, o município de Varzelândia possui 18.840 habitantes, tendo uma densidade demográfica de 23,12 habitantes por quilômetro quadrado. De acordo com os dados do IBGE (2023), no ano de 2021 o Produto Interno Bruto (PIB) do município foi estimado em R\$ 9.704,8 milhões.

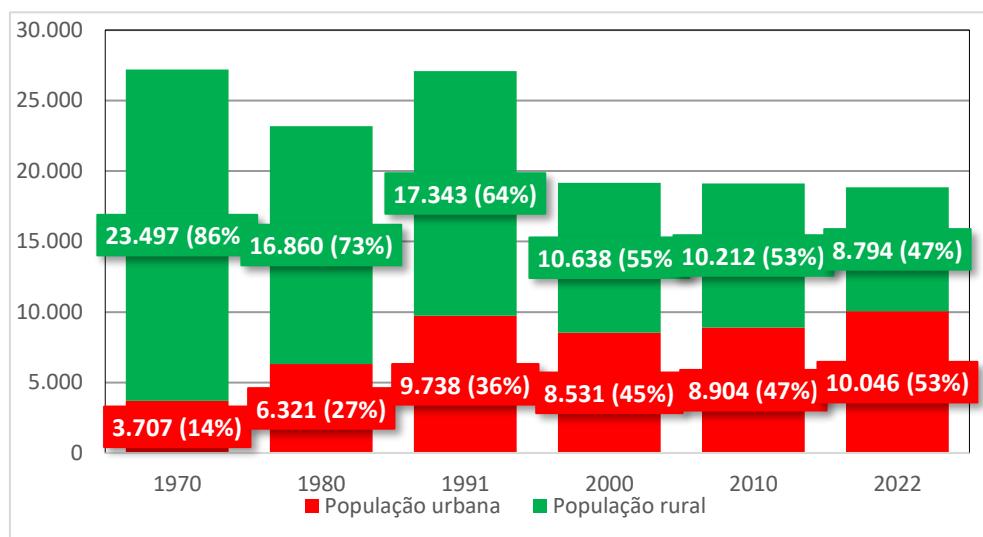
Conforme o IBGE (2023), na década de 1930, começaram a chegar os primeiros moradores no município de Varzelândia, iniciando o processo de ocupação da área onde a cidade se desenvolveu. Esses pioneiros fixaram suas residências e começaram a construir edificações. Com o passar do tempo, a população cresceu e o vilarejo se expandiu. Salienta-se que, nesse período, a agricultura foi a principal atividade econômica desenvolvida.

Na década de 1950, apresentando as características de povoado, passou a se chamar Várzea. Em 1955, com o envolvimento político da população, o povoado foi elevado à categoria de distrito com o nome de Varzelândia. Nesse contexto, desenvolveram-se as atividades agrícolas e a criação de bovinos, dinamizando a economia local. Em meio ao contexto de emancipação político-administrativa no Brasil,

no início da década de 1960, Varzelândia emancipou-se, ou seja, elevou-se a categoria de município, sendo o nome também do distrito sede Varzelândia (IBGE, 2023a).

Considerando o processo de emancipação, a Figura 3 mostra a evolução histórica do crescimento populacional no referido município, uma vez que, de 1970 a 1980, a população total diminuiu, enquanto de 1980 a 1991, a população aumentou, novamente reduzindo nos Censos de 2000 e 2010. Quando se comparam as populações urbana e rural, no período analisado, verifica-se que o percentual de população rural vem diminuindo e o percentual de população urbana está aumentando. Entretanto, o percentual de população rural superou o de população urbana, exceto no Censo de 2022, momento em que um pouco mais da metade da população reside em área urbana.

Figura 3: Município de Varzelândia: evolução da população urbana e rural
(quantidade e percentual)



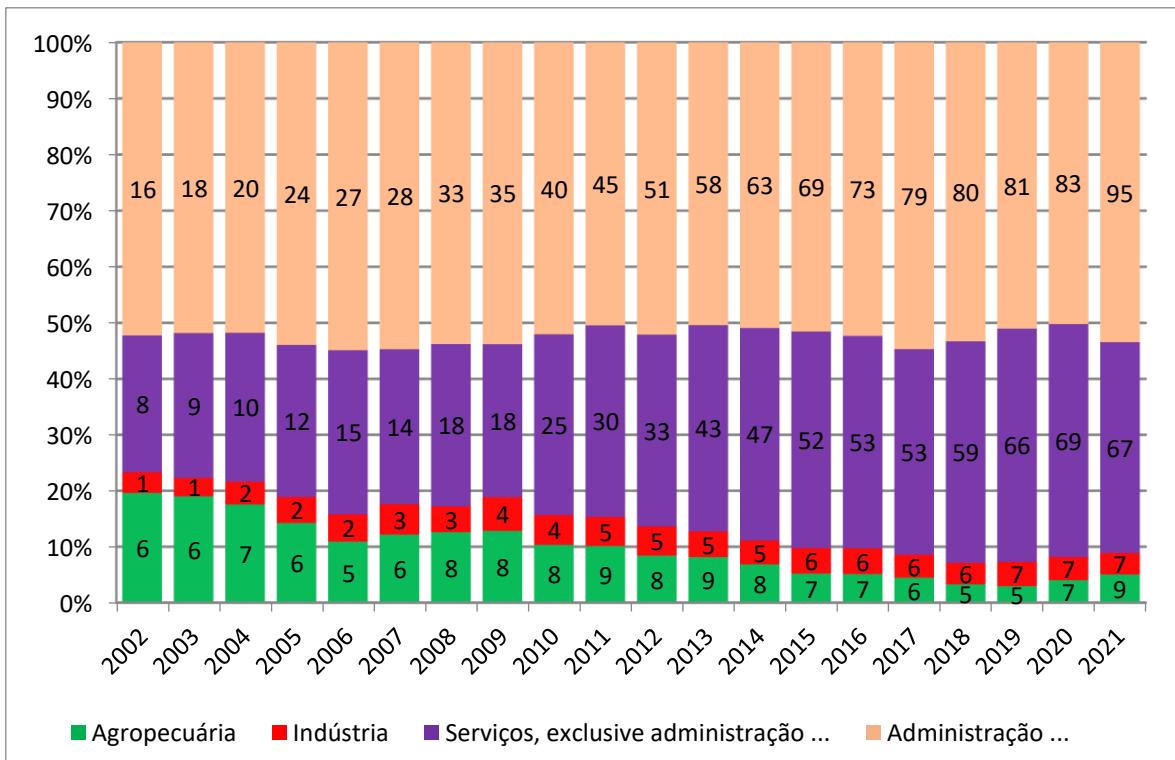
Fonte: IBGE, 2024. Org. Reis, E. L; PEREIRA, L. A. G., 2024.

A redução no número de habitantes no município de Varzelândia no Censo de 1980 pode ser explicada pela ocorrência das migrações. A diminuição populacional observada em 2000 e 2010 foi um reflexo da onda de emancipações de municípios na década de 1990 em Minas Gerais. Nesse contexto, do município de Varzelândia foram desmembrados dois municípios, sendo o município de Ibiracatu e parte do município de Verdelândia (Minas Gerais, 1995). Mesmo após essas emancipações, a queda no total da população permaneceu associada ao fluxo migratório contínuo.

Mesmo o município não vivenciando o processo de modernização econômica via industrialização de médio e de grande porte, a sua estrutura econômica é formada por

pequenas indústrias, atividades agropecuárias, atividades de serviços e atividades comerciais. Considerando o Valor Adicionado Bruto (VAB) por setores no município de Varzelândia, no período de 2002 a 2021, observa-se uma baixa participação do setor industrial e a redução da participação da agropecuária na composição do VAB. O setor de serviços (comércio) expandiu-se no período analisado e o setor da administração pública apresentou o melhor desempenho. A Figura 4 apresenta a sistematização dos dados.

Figura 4: Município de Varzelândia (MG): Evolução do Valor Adicionado Bruto por setores, no período de 2002 a 2021 (milhões/moeda corrente)



Fonte: IBGE, 2024. Org. Reis, E. L; Pereira, L. A. G., 2024. Nota: as quatro variáveis que compõem o Valor Adicionado Bruto (VAB) são: 1) agropecuária; 2) indústria; 3) serviços, exclusive administração [...]; 4) administração, defesa, educação, saúde pública e segurança social. Enquanto o PIB se dá pela soma das variáveis do VAB, acrescida dos impostos líquidos de subsídios sobre produtos (IBGE, 2024c).

Ao analisar o VAB por setores em Varzelândia, observa-se que mais da metade da composição do indicador está concentrada no setor da administração pública, o que evidencia a grande dependência do município nos repasses de recursos da União e do estado de Minas Gerais, em função da baixa dinâmica econômica que dificulta o sistema de arrecadação própria do município em estudo.

O setor de serviços, incluindo o comércio, apresentou o segundo melhor desempenho no período de 2002 a 2021, evidenciando um processo de expansão, apesar das quedas registradas em 2007 e 2021. Essa variação demonstra a dinâmica econômica do setor, pelo fato do comércio de Varzelândia assemelhar-se ao de cidades pequenas, atendendo a população local e as áreas circunvizinhas, com suas especificidades, em virtude da estrutura produtiva e social.

Os setores comércio e serviços atuam como elos essenciais no processo de reprodução do capital, pois absorvem e redistribuem os recursos que entram na cidade por meio dos repasses governamentais, como os salários pagos a servidores públicos, aposentadorias e programas de transferência de renda. Esse capital, ao chegar nos beneficiários é destinado principalmente ao consumo, sendo utilizado na aquisição de bens e serviços junto aos comércios locais. À medida que o setor comercial realiza suas vendas, ele arrecada esse capital e o utiliza para pagar fornecedores, funcionários, tributos, além de reinvestir no próprio negócio. Com isso, o dinheiro circula no território e realimenta o funcionamento da economia local. No entanto, grande parte dos produtos comercializados são adquiridos fora de Varzelândia, o que faz com que parte considerável desse capital seja direcionada para outras cidades, reduzindo a possibilidade de acumulação interna.

Essas relações econômicas refletem diretamente na produção do espaço urbano de Varzelândia, pois a circulação de capital, baseada principalmente em recursos públicos e no consumo local, determina a localização e a expansão dos estabelecimentos comerciais, que tendem a se concentrar em áreas centrais da cidade. Assim, a dinâmica econômica não apenas garante a reprodução do capital local, mas também molda a organização espacial da cidade ao estimular a concentração comercial em pontos estratégicos de encontro com o consumidor.

Salgueiro (1989) relata que no mercado local, o dinheiro gerado pelo comércio potencializa o ganho da população pelo recebimento direto e pela participação, direta ou indireta, na produção e na renda. Esse processo favorece a geração de empregos, o giro de capital, a expansão dos empreendimentos, além do fortalecimento da produção agrícola, pecuária e do artesanato.

De acordo com os estudos de Milton Santos (2004), municípios inseridos no circuito inferior da economia — como Varzelândia — tendem a desenvolver atividades de menor complexidade econômica, o que limita a atração de investimentos e o

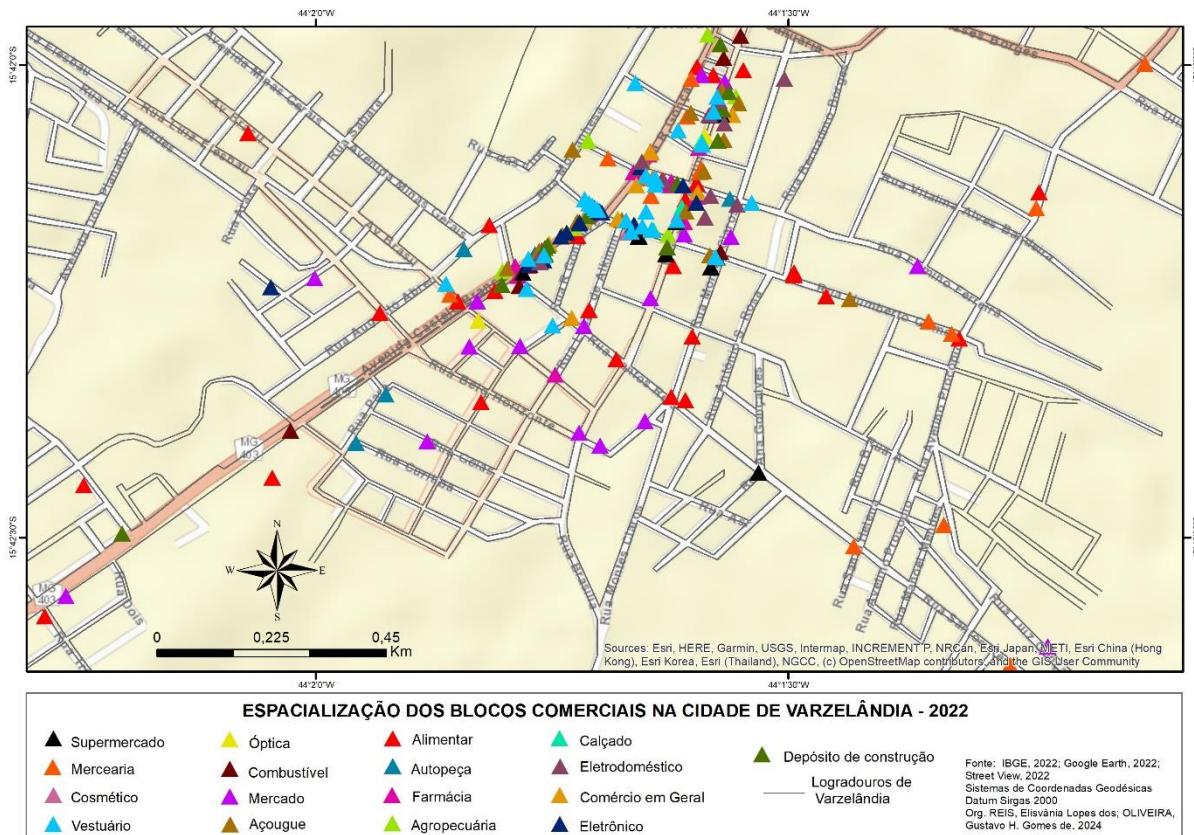
desenvolvimento mais significativo do espaço urbano. Além disso, Lima (1987) relata que na estrutura capitalista, o pequeno comércio está subordinado a um sistema maior formado por grandes corporações, concorrendo com limitações para acessar crédito e ampliar sua produção. Em Varzelândia, predominam as pequenas atividades comerciais, reflexo dessa realidade econômica.

O município de Varzelândia não possui um parque industrial, nem indústrias de médio e grande portes. As poucas indústrias que existem são predominantemente de pequeno porte, como alambiques (Casa da Cachaça Alambique do Zé Maria) e fábricas de farinha de mandioca. Dessa forma, as atividades industriais de pequeno porte associadas às atividades comerciais propiciam a circulação do capital local.

O comércio varejista na cidade de Varzelândia se concentra em supermercados, mercearias (minimercados), açouges, padarias, lojas de vestuário, de eletrônicos, de calçados, de móveis, depósitos de materiais de construção, postos de gasolina, entre outros. Além desses comércios, a cidade possui o Mercado Municipal, espaço onde os produtores locais se reúnem para comercializar os seus produtos.

A seguir, a Figura 5 apresenta a distribuição dos estabelecimentos varejistas em blocos comerciais, organizada conforme sua localização. Essa disposição espacial corresponde ao cenário do ano de 2022.

Figura 5: Espacialização dos blocos comerciais na cidade de Varzelândia - 2022



Fonte: IBGE, 2022; Google Earth, 2022; Street View, 2022. Org. Reis, E. L; Oliveira, G. H, 2024.

Ao analisar a espacialização dos blocos comerciais, observa-se de forma evidente a maior concentração na área central dessa cidade. Isso ocorre devido à acessibilidade e à infraestrutura consolidada que a área oferece, sendo fatores importantes que favorecem o desenvolvimento dos negócios. Conforme apontam os estudos de Corrêa (1994, p. 40), as atividades comerciais que se localizam na área central são “aqueles capazes de transformar custos locacionais elevados e ampla acessibilidade em lucros maximizados”.

A área central de uma cidade é o espaço onde a população local se direciona quando deseja realizar compras ou acessar algum serviço em específico, “pois ali tradicionalmente estão concentrados os setores de comércio, serviços bancários, administrativos (prefeituras), médicos e odontológicos, entre outros” (França, 2007, p. 54). Essa configuração também evidencia a centralidade urbana, a qual, conforme Corrêa (1994), está relacionada à concentração de atividades econômicas e sociais em determinadas áreas do espaço urbano, resultando em maior atratividade e acessibilidade. Ou seja, essa centralidade não se restringe ao centro da cidade, mas corresponde às áreas

que exercem maior poder de articulação, influência e atração no espaço urbano. Em Varzelândia sua centralidade e área central coexistem no mesmo local.

Diante desse contexto, verifica-se, na cidade de Varzelândia, uma intensa circulação de pessoas pelas vias centrais. Esse local expressa o espaço de maior consumo, atendendo as populações urbana e rural. O fluxo constante de consumidores torna essa área um ponto estratégico para a instalação de novos estabelecimentos comerciais, proporcionando maior visibilidade dos negócios. Além disso, a oferta e a procura dependem das demandas da população e do quanto os consumidores estão dispostos a se deslocar para adquirir os produtos.

Um fato importante a ser destacado é que os comércios de menor porte, como mercearias e padarias, sobrevivem disputando espaço com os supermercados sem perderem sua importância e capacidade de continuar existindo. Questões culturais, sociais e as relações de amizade e conhecimento, além dos hábitos e da conveniência de os moradores poderem efetuar compras próximo a suas residências sem grandes deslocamentos, fazem com que os comércios periféricos mantenham sua relevância e continuem a prestar serviços essenciais aos consumidores. Embora o supermercado, na área central, seja preferido para compras de maior volume, os comércios próximos de suas residências atendem as necessidades cotidianas da população.

Na Figura 5, nota-se a dispersão de alguns blocos comerciais, como mercearias, agropecuárias, mercados e estabelecimentos alimentares, pelas regiões periféricas varzelandenses, o que evidencia uma dinâmica comercial além da área central. Ademais, o desenvolvimento da cidade tem impulsionado o avanço da infraestrutura nessas áreas. Considerando que os terrenos nessas localidades são mais acessíveis em comparação com os da área central e que há um consumo significativo, essas regiões vêm se tornando cada vez mais atrativas para a inserção de alguns empreendimentos comerciais.

No total, estão concentrados 220 comércios varejistas, distribuídos entre os dezessete blocos comerciais. Entre os diferentes setores, o alimentar se destaca como o mais predominante, composto por padarias, bares, pizzarias, sorveterias, lanchonetes e restaurantes. Esse segmento varejista não se limita à comercialização de produtos, mas também inclui a oferta de serviços associados à alimentação. Em contrapartida, o setor de cosméticos apresenta a menor representatividade, que somando com o que possui no Calçadão, totaliza apenas dois estabelecimentos especializados na cidade. Contudo, observa-se que a comercialização de produtos cosméticos ocorre de maneira

complementar em farmácias e em determinadas lojas de vestuário, demonstrando a inserção desse segmento em outros ramos do comércio varejista.

Um outro exemplo de bloco comercial, o qual exerce uma grande importância na cidade, é o supermercado. De acordo com Bezerra (2020), “o supermercado é uma das principais atividades do setor terciário e da vida urbana, por oferecer inúmeros produtos de necessidade básica, bem como alimentos e itens de utilidade doméstica”.

Entre os seis supermercados atuantes em Varzelândia, destaca-se o Varejão Supermercado (nome fantasia), registrado com a razão social Cerealista Moreira Niz Ltda., um empreendimento comercial fundado há 35 anos. Ele iniciou suas atividades em Varzelândia por meio de uma simples banca de frutas e verduras. A banca de verduras evoluiu para uma rede varejista com três supermercados localizados em Varzelândia, São Romão e Ibiaí, os quais, em conjunto, empregam em torno de 150 funcionários, todos registrados. Além dos que trabalham de forma indireta, como no descarregamento de boa parte das mercadorias, efetuado uma vez por semana.

O supermercado adota a compra de seus produtos diretamente dos fabricantes para ter um preço com um melhor custo/benefício e assim revender a preços baixos, o que fortalece sua posição no mercado. O abastecimento de hortifrutí é realizado, em grande parte, por Jaíba, sendo a outra parte suprida pelo próprio município de Varzelândia. A compra desses produtos é efetuada com o cadastramento de notas fiscais. No que concerne à compra das demais mercadorias, essas provêm de várias cidades de Minas Gerais, enquanto, na região de Varzelândia, compram-se apenas itens básicos.

Com 2.000 clientes cadastrados, 500 ativos, além dos que compram à vista, a empresa valoriza a importância de um bom atendimento e tem os clientes como prioridade, reconhecendo que eles são fundamentais para o crescimento e expansão do negócio. Durante o período da pandemia, o Varejão Supermercado se mostrou capaz de se adaptar ao cenário do comércio eletrônico ao ter que aprender a trabalhar com redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, para divulgar ofertas e promoções dos seus produtos. Essa transição para o digital se consolida como uma estratégia de longo prazo, ampliando a base de consumidores e gerando mais comodidade para a sua clientela.

Diante do desenvolvimento das atividades comerciais, mesmo não sendo composto por grandes corporações, o comércio varzelandense, somando os esforços, assemelha-se a um sistema bem estruturado que atende todas as necessidades básicas da população, com a exposição dos produtos nas gôndolas e nos balcões das lojas.

Evidencia-se que há uma tradição no comércio na cidade de Varzelândia, uma prática comum em pequenos municípios do Brasil. Um cliente que já compra em uma mercearia, há muitos anos, que utiliza da caderneta de anotações, para poder pagar suas compras em datas futuras, ou que por consideração afetiva e mesmo de ‘compadres’ se mantenha como cliente (Silva, 2012).

Nessa cidade, o uso da caderneta de anotações ainda é observado em alguns comércios, prática baseada na relação de confiança entre as pessoas. Com a evolução dos tempos, desde as trocas de mercadorias e serviços, passando pelo uso do papel moeda, até os dias atuais, onde o dinheiro virtual (cartão de crédito, cartão de débito e PIX) e mesmo as compras virtuais, o *e-commerce*, têm-se tornado uma rotina, o que movimenta o comércio é a relação entre produtor e fornecedor, fornecedor e intermediário, intermediário e comerciantes, comerciantes e consumidor, não necessariamente nessa ordem, podendo ocorrer a supressão ou mesmo a inexistência de alguns desses atores no ciclo comercial.

Cabe destacar que na área central há um espaço denominado calçadão, no qual se concentram vários comércios, com os seguintes blocos comerciais predominantes: comercial alimentar – Bar e Churrascaria e Restaurante La Paz –; vestuário – Lojão do Binha, Carolla Closet, Luz da Luz, Mega Modas, Arlene Modas, Gabriela Cores e Poder da Sedução –; comércio geral – 2R&F Magazine, MV Papelaria, Lapidar Acessórios femininos e Perfumaria Queiroz –; calçado – Mega Modas Calçados –; e eletrônico – Loja 87. Além disso, o Calçadão abriga importantes serviços e instituições, como o Banco de Minas Gerais (BMG) S.A., a Caixa Lotérica e a Câmara Municipal de Varzelândia.

É importante salientar que, por se tratar de uma área exclusiva para pedestres e sem acesso por ruas convencionais, não foi possível coletar as localizações desses estabelecimentos comerciais pela plataforma *Google Earth*, usando a ferramenta *Street View*. Por essa razão, eles não foram incluídos na Figura 5, mas estão inseridos no somatório referente à totalidade de estabelecimentos varejistas predominantes nessa cidade. A seguir, na Figura 6, é possível visualizar o calçadão, um espaço dinâmico de grande fluxo de pessoas e de importância na configuração urbana local. Posteriormente, nas Figuras a seguir apresentam-se alguns comércios varejistas situados em Varzelândia.

Figura 6: Calçadão de Varzelândia, localizado na Rua Getúlio Vargas



Figura 7: Varejão Supermercado – localizado na Rua Humberto Gomes



Figura 8: Casa de Carnes Alvorada - localizado na Rua Coronel João Martins



Fonte: autores (2024).

Figura 9: Móveis Campos, Casa da Coxinha, Top Variedades, loja Tim do Lê Lê e A Criativa – localizadas na Rua Getúlio Vargas



Fonte: autores (2024).

Figura 10: Drogaria União – localizado na Rua Adalberto Rodrigues



Fonte: autores (2024).

Figura 11: Block – Materiais de Construção, loja Galaxy e a ótica Januária – localizados na Rua Bom Jesus



Fonte: autores (2024).

Figura 12: VET-AGRO - localizado na Rua Humberto Gomes



Fonte: autores (2024).

Os estabelecimentos comerciais presentes nas imagens representam formas espaciais que articulam funcionalidade econômica e vivência cotidiana. A localização estratégica, o formato das construções, a ergonomia dos espaços internos, a disposição das entradas, a visibilidade das fachadas e sua relação com a rua expressam uma tentativa clara de captar os fluxos, atrair o olhar do consumidor e despertar o interesse em consumir naquele local. Em Varzelândia, nota-se a predominância de edificações térreas, com pontos comerciais que utilizam toldos, calçadas ampliadas ou vitrines, algumas mais modestas, outras com um toque de sofisticação, buscando oferecer maior visibilidade dos produtos expostos.

Em ruas de maior fluxo, as fachadas são mais chamativas e a organização do espaço interno tende a ser mais voltada ao atendimento rápido e direto. Essas formas arquitetônicas não surgem de maneira aleatória: são construídas conforme o segmento de comercialização, os recursos disponíveis e os vínculos estabelecidos com o tecido urbano. Com base no estudo de Silva (2014), a arquitetura comercial interfere na produção do espaço urbano ao organizar fluxos, valorizar determinadas áreas e estimular novas dinâmicas de circulação e consumo através do visual. Em cidades pequenas como Varzelândia, esse processo é marcado por uma arquitetura mais simples em comparação com os grandes centros urbanos, porém, são funcionais.

Além do papel do comércio varejista na estrutura do espaço urbano, destacam-se também as instituições financeiras, que possuem uma atuação categórica na circulação do dinheiro e na economia da cidade. As agências bancárias e os correspondentes bancários são atores centrais nesse processo financeiro, sendo representadas pelo Banco do Brasil, BMG, Banco Brasileiro de Descontos (Bradesco), a Caixa Lotérica e o Sistema de Cooperativas Financeiras do Brasil (SICOOB). Localizadas no centro urbano, essas instituições concentram as principais operações financeiras, tanto da população urbana quanto das áreas rurais vizinhas.

Essas agências garantem a intermediação das transações financeiras diárias, como pagamentos, depósitos, saques e arrecadação de tributos municipais e estaduais. Santos (2006, p.87) relata que “os bancos são, hoje, um importante fator geográfico”. Essas instituições, além de influenciarem diretamente a circulação do dinheiro nos lugares, controlam a redistribuição de recursos financeiros, influenciando a organização do espaço econômico, especialmente no setor comercial.

A atuação dessas instituições nessa cidade se intensifica durante o período de repasse de auxílios governamentais, como benefícios sociais. Essa atividade aumenta o fluxo de pessoas na área central da cidade, a qual envolve principalmente os moradores das comunidades rurais, como São Vicente I, São Vicente II, Orion, Três Barrigudas, Furado Seco, entre outras. Esse processo promove um ciclo econômico que beneficia os pequenos e médios estabelecimentos comerciais locais, posto que os beneficiários aproveitam a ocasião para efetuarem suas compras.

Além das atividades movidas pelo sistema financeiro, destaca-se a crescente adesão do comércio eletrônico, o *e-commerce*, pelos estabelecimentos comerciais da cidade de Varzelândia. Esse “comércio eletrônico favorece novas formas de obtenção de

ganhos de competitividade nos negócios, interferindo na cadeia de valor adicionado a produtos e serviços dirigidos ao consumidor ou em transações entre empresas” (Diniz, 1999, p. 71). Trata-se de um fenômeno global, cuja expansão ocorreu rapidamente em todo o mundo.

Durante o período da pandemia da Covid-19, esse processo foi acelerado, impondo uma digitalização *forçada* ao comércio. As medidas de distanciamento social exigiram que os comerciantes adotassem novas formas de venda para minimizar os riscos à saúde da população. Diante desse cenário, os comerciantes, grandes e pequenos, precisaram se adaptar e buscar alternativas para manter suas atividades.

O comércio eletrônico tornou-se, assim, um recurso essencial, permitindo que os consumidores recebessem os produtos em casa com segurança, seguindo as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS). Em Varzelândia, a pandemia impulsionou os empresários a reinventarem seus métodos de vendas, ainda que, inicialmente, encontrassem dificuldade, uma vez que muitos estabelecimentos não utilizavam mecanismos virtuais como ferramenta comercial.

Considerações Finais

Na Idade Antiga, a troca de bens e serviços era feita de forma simples e direta, sem a existência de moedas ou cédulas de dinheiro. Esse tipo de comércio, o escambo, era uma forma de troca pura e simples de mercadorias, sem qualquer tipo de transação financeira. O surgimento e o uso da moeda agilizaram o sistema de trocas, principalmente na estrutura da sociedade capitalista.

O comércio é uma das atividades mais antigas da humanidade, tendo passado por uma série de transformações que resultaram em sua evolução constante. Na atualidade, a troca de bens e serviços em um comércio moderno globalizado tornou-se altamente complexa. O setor do comércio, por sua vez, vem se reinventando e se adaptando às necessidades e demandas da sociedade, favorecendo também a expansão das atividades comerciais.

Contemporaneamente, o comércio evoluiu ainda mais, tornando-se cada vez mais dependente da tecnologia. A internet e as redes sociais permitem que empresas anunciem suas mercadorias em escala global e, com o desenvolvimento de sistemas digitais de pagamento, a possibilidade de efetivar as compras *on-line* se tornou ainda mais acessível e simplificada.

Ao final da pesquisa, identificou-se que a expansão comercial na cidade de Varzelândia, em Minas Gerais, desempenha um papel fundamental na dinâmica da economia local, especialmente na geração de empregos. A atividade comercial, sendo um setor estratégico para o município, tem apresentado crescimento contínuo nos últimos anos, conforme demonstrado pelo VAB.

Os resultados obtidos evidenciam a importância da atividade comercial para a sustentabilidade econômica da cidade. A diversidade de estabelecimentos, que vai desde pequenas lojas até grandes redes de supermercados, amplia a oferta de empregos, especialmente para aqueles que não possuem formação ou qualificação específica.

Com o início da pandemia, as cidades pequenas foram rapidamente afetadas pela queda nas vendas, enfrentando desafios ainda mais delicados devido à sua menor capacidade de adaptação ao novo cenário, por não possuírem os mesmos recursos financeiros das grandes empresas para implementar ajustes necessários.

No entanto, apesar dos desafios, a pandemia também trouxe oportunidades de inovação para o comércio de cidades pequenas. Com a necessidade de adaptação às novas normas sanitárias, muitos empreendedores procuraram estabelecer presença no ambiente digital, investindo em plataformas de venda *on-line* e aderindo ao comércio eletrônico.

No período pós-pandemia, é importante que as comunidades continuem apoiando o comércio local, valorizando os empreendedores locais e incentivando o crescimento econômico. Apesar da concorrência com grandes redes e do aumento de impostos e encargos trabalhistas, os comerciantes locais têm conseguido manter-se ativos e em constante crescimento, demonstrando adaptabilidade e criatividade para superar as dificuldades e acompanhar as tendências do mercado.

Por fim, ressalta-se que a expansão comercial em Varzelândia é fundamental para garantir o desenvolvimento econômico e social do município. O fortalecimento do comércio local possibilita gerar empregos, aumentar a arrecadação de impostos e investimentos em áreas como saúde, educação e infraestrutura, contribuindo de forma significativa para o progresso da cidade e da população.

As conclusões evidenciam que o comércio está intrinsecamente ligado à evolução da humanidade, sendo um fator essencial para a formação das cidades por meio da circulação das mercadorias. Além disso, evidencia-se que a expansão comercial desempenha um papel decisivo na geração e circulação de renda nas cidades, impulsionando o desenvolvimento socioeconômico local.

Agradecimentos

Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG pelo apoio financeiro.

Referências

BASTOS, Suzana Quinet de Andrade; MARIONI, Larissa da Silva. Migração e cidades médias: Uma análise para Minas Gerais no ano 2000. **Programa de Pós-Graduação em Economia Aplicada, Faculdade de Economia, UFJF**. Juiz de Fora, 2011.

BEZERRA, Juscelino Eudâmidas. Geografia, comércio e consumo: os supermercados como tema geográfico. **Revista Espaço e Geografia**. Brasília, v. 23, n. 2, 2020.

CASTANHO, Roberto Barboza; TEIXEIRA, Matheus Eduardo Souza. A evolução da agricultura no mundo: da gênese até os dias atuais. **Brazilian Geographical Journal: Geosciences and Humanities research medium**. Ituiutaba, v. 8, n. 1, p. 136-146, 2017.

CAVACO, Carminda. Comércio Retalhista em Espaço Rural: Principais tendências. **Finisterra**. Lisboa, 1999.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Sociedade & Natureza**. Uberlândia, v. 16, n. 30, 2006.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1995.

DINIZ, Eduardo Henrique. Comércio eletrônico: fazendo negócios por meio da internet.

Revista de Administração Contemporânea. Curitiba, v. 3, n. 1, jan. 1999, p. 71–86.

FRANÇA, Iara Soares de; SOARES, Beatriz Ribeiro. Expansão urbana em cidades médias: uma reflexão a partir do núcleo e da área central de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. **Geo UERJ**. Rio de Janeiro, v.2, nº 17, 2008.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HUBERMAN, L. **História da riqueza do homem**. 20^a. ed. Trad. W. Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Censo Demográfico: séries temporais. 2023b. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-demografico/series-temporais/series-temporais/>. Acesso em: 10 de junho de 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática – SIDRA. Produto Interno Bruto dos municípios. 2023c. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5938#resultado>. Acesso em: 10 de junho de 2024.

LEFEBVRE, Henri. **O Pensamento Marxista e a Cidade**. Lisboa: Ed. Ulisséia, 1972.

LIMA, Tuiti Tamandaré de. O pequeno e o grande comércio (Elementos Teóricos). **Boletim Paulista de Geografia**, [S. l.], n. 65, p. 121–125, 1987.

MINAS GERAIS. **Lei Ordinária Estadual nº 12.030, de 22 de dezembro de 1995**.

Cria Municípios e dá outras providências. Belo Horizonte: ALMG, 1995.

MINJORO, Mariana Santana; COSTA, Tonny Robert Martins da. A evolução do mercado de e-commerce no Brasil e como a pandemia do Covid-19 impactou este processo. **Universidade de São Judas Tadeu**. São Paulo, 2020.

PEREIRA, Luiz Andrei Gonçalves. A Geografia do comércio internacional. In: SILVA, Paulo Fernando Jurado da; SPOSITO, Eliseu Savério; SANTANA, Mateus Ubirajara Silva (Org.). **Geografia e economia: Relações e interfaces**. Mato Grosso do Sul: UEMS, 2020, p. 346.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org.). **Novos caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 143-158.

SAAB, William Geoge Lopes; GIMENEZ, Luiz Carlos Perez. A segmentação do comércio varejista. **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social**. Rio de Janeiro, 2000.

SALGUEIRO, Teresa Barata. Novas formas de Comércio. **Finisterra**. Lisboa, XXIV, 48, 1989, p.151-217.

RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS – RAIS. Bases Estatísticas RAIS e CAGED. Disponível em: <https://bi.mte.gov.br/bgcaged/>. Acesso em: 17 de julho de 2025.

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

SANTOS, Milton. Desenvolvimento e Urbanização em Países Subdesenvolvidos: os dois sistemas de fluxo da economia urbana e suas implicações espaciais. **Boletim Paulista de Geografia**. São Paulo, 1977.

SANTOS, Milton. **O Espaço Dividido: Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos**. São Paulo: Edusp, 2004.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. **Geosul**. Santa Catarina, v.29, n.58, 2014.

SILVA, Renata Rodrigues da. **Centros comerciais e shopping centers: transformações no espaço urbano de Uberlândia (Mg)**. 2012. Orientador: Profª. Drª. Geisa Daise Gumiero Cleps. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2012.

SILVEIRA, Márcio Rogério (org). Circulação, transporte e logística: diferentes perspectivas. **Outras Expressões**. São Paulo, 2011.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio.** São Paulo: Senac, 2001.

*Recebido em 15 de março de 2025.
Aceito em 06 de outubro de 2025.
Publicado em 18 de novembro de 2025.*