

XU Congresso
Fluminense
de Iniciação
Científica e Tecnológica

28^o
Encontro de
Iniciação
Científica
da UENF

20^o
Circuito de
Iniciação
Científica do
IFFluminense

16^a
Jornada de
Iniciação
Científica
da UFF



UIII Congresso
Fluminense de
Pós-Graduação

23^a
Mostra de
Pós-Graduação
da UENF

8^a
Mostra de
Pós-Graduação
do IFFluminense

8^a
Mostra de
Pós-Graduação
da UFF

Dinâmicas econômicas e espaciais do varejo alimentício em Campos dos Goytacazes – RJ

Lucas da Silva Pessanha, Leandro Bruno Santos

O espaço geográfico tende ser caracterizado, a partir do pós-guerra, por uma heterogeneidade com o incremento das atividades econômicas. O comércio torna-se relevante nesse processo de desenvolvimento, desempenhando não só funções econômicas como também sociais, posto que promove a animação dos lugares e a interação entre pessoas – elementos fundamentais para a estruturação do espaço. O objetivo geral desta pesquisa é analisar as formas comerciais alimentícias e suas estratégias espaciais de localização em Campos dos Goytacazes, tendo como recorte o ramo supermercadista (estabelecimentos, empresas, massa salarial, empregos). A metodologia consiste no levantamento bibliográfico, levantamento de dados secundários (RAIS/CAGED, SIDRA/IBGE), levantamento de dados primários (entrevistas com representantes do varejo) e a sistematização (mapas, tabelas, gráficos) e análise dos dados. Os resultados obtidos mostram que há uma maior concentração nos supermercados de médio porte, respondendo por 20,24% das unidades locais, embora exista estabelecimentos de todos os portes. Ocorreu, desde 2011, significativas mudanças no número de empresas que operam no ramo supermercadistas em Campos dos Goytacazes, caindo de 64 para 22. O ramo de supermercados também é importante para a economia local, pois injeta, na forma de massa salarial, cerca de R\$58 milhões ao ano no município. Entre os anos 2011 e 2021, o ramo gerou cerca de 3.718 empregos formais diretos, sendo que muitos destes vínculos são gerados pelo principal capital local (SuperBom). Além disso, as estratégias espaciais de localização do capital supermercadista variam de acordo com seu porte e origem do capital. Enquanto os extralocais localizam-se em vias que permitam atender a população intra e interurbana, aproveitando-se dos eixos de circulação, os de porte médio têm buscado o centro histórico e vias que permitam ter acessibilidade. Os capitais menores estão, paulatinamente, se deslocando para os bairros mais periféricos da cidade. Muitos desses pequenos estão associados à Rede Smart Supermercados - resultante da união de sete supermercados, sendo seis deles em Campos -, com o intuito de obter mais poder de compra e competitividade, além do barateamento de insumos e layoutização.

Instituição: Universidade Federal Fluminense

Eixo temático: Geografia Humana

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO:



APOIO:



XV Congresso Fluminense de Iniciação Científica e Tecnológica

28^o

Encontro de Iniciação Científica da UENF

20^o

Circuito de Iniciação Científica do IFFluminense

16^a

Jornada de Iniciação Científica da UFF



III Congresso Fluminense de Pós-Graduação

23^a

Mostra de Pós-Graduação da UENF

8^a

Mostra de Pós-Graduação do IFFluminense

8^a

Mostra de Pós-Graduação da UFF

Economic and spatial dynamics of food retail in Campos dos Goytacazes – RJ

Lucas da Silva Pessanha, Leandro Bruno Santos

The geographical space tends to be characterized, from the postwar, by a heterogeneity with the increase of economic activities. Trade becomes relevant in this process of development, performing not only economic but also social functions, since it promotes the animation of places and interaction between people - fundamental elements for the structuring of space. The general objective of this research is to analyze the commercial forms of food and its spatial strategies of location in Campos dos Goytacazes, having as cut the supermarket branch (establishments, companies, wage mass, jobs). The methodology consists of bibliographic survey, secondary data collection (RAIS/CAGED, SIDRA/IBGE), primary data collection (interviews with retail representatives) and systematization (maps, tables, graphs) and data analysis. The results show that there is a greater concentration in medium-sized supermarkets, accounting for 20.24% of local units, although there are establishments of all sizes. Since 2011, there have been significant changes in the number of companies operating in the supermarket sector in Campos dos Goytacazes, falling from 64 to 22. The supermarket business is also important for the local economy, because it injects, in the form of wage mass, about R \$ 58 million a year in the municipality. Between 2011 and 2021, the branch generated about 3,718 direct formal jobs, many of which are generated by the main local capital (superbom). In addition, the spatial strategies of supermarket capital localization vary according to its size and origin of capital. While the extralocal are located on roads that allow to meet the intra and interurban population, taking advantage of the axes of circulation, the medium-sized have sought the historic center and roads that allow accessibility. The smaller capitals are gradually moving to the most peripheral neighborhoods of the city. Many of these small are associated with the Smart Supermarket Network - resulting from the union of seven supermarkets, six of them in Campos -, in order to obtain more purchasing power and competitiveness, in addition to the cheapening of inputs and layoutization.

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO:



APOIO:

