A DINÂMICA GEOGRÁFICA DA REDE DE ATACAREJO DO GRUPO MIX MATEUS NA GRANDE SÃO LUÍS, MARANHÃO

Clauber Lobão Braga Junior[1]

Fabiola Hesketh de Oliveira[2]

Carlos Frederico Lago Burnett[3]

INTRODUÇÃO

As relações de produção e articulação do espaço urbano foram, na trajetória desta pesquisa, o ponto de análise sob a metodologia elaborada. A razão desse enfoque reside no fato de que essas relações são — também — responsáveis por determinar a morfologia de bairros, cidades e regiões.

A partir dessa linha de raciocínio, foi necessário abarcar, nos debates referentes ao campo do planejamento urbano e regional, questões tangentes à esfera socioeconômica, uma vez que, dentro da escala temporal, espaço e comércio possuem uma relação umbilical (Vargas, 2001). Um dos protagonistas dessa esfera, na atualidade, configura uma tipologia mercantil de recente difusão: os atacarejos.

Atacarejo, em resumo, é um termo que combina as palavras "atacado" e "varejo", dois termos de noções econômicas: o primeiro, direciona seu foco às demandas do consumidor institucional, exercendo vendas em grandes ou médias parcelas, enquanto o segundo tem como alvo o consumidor final, realizando o comércio em uma escala menor (em retalhos). O conceito, por fim, determina um modelo de comércio que une as duas modalidades citadas, criando um entremeio de experiências.

Na sociedade contemporânea, o comércio tem expressado relações de adaptação a fenômenos globais — como as políticas de consumo, o modo de vida capitalista e a própria globalização — ao utilizar tecnologias de informação e logística em um curto espaço de tempo. Sob esse prisma, os supermercados e atacarejos, pontos de ebulição da esfera econômica, acabam por dominar o cotidiano plural, ao ampliarem e, por outro lado, delimitarem os modos de consumo da sociedade.

Visto sua influência, é nesse sentido que itens de variados setores — desde às práticas alimentares de uma sociedade até a captação de produtos provenientes da agricultura familiar — passam a absorver a logística que descende da proliferação dessas tipologias mercantis. À luz dessa questão, Bezerra (2022) pontua que são inúmeros os produtores que dependem diretamente dos supermercados como principal agente responsável por absorver a produção. Muitos agricultores se tornam fornecedores exclusivos e, no extremo oposto, as redes compram diretamente da Central de Abastecimento, cujo contato com o produtor direto é praticamente inexistente. A relação dos pequenos e médios produtores/fornecedores com as principais redes de supermercado é contraditória.

O atacarejo, que acaba fundindo-se com a lógica de consumo dos supermercados e dos atacados, é um equipamento essencialmente urbano, geralmente instalado em locais de grande concentração e/ou passagem de pessoas. O atacarejo é relativamente diferente dos atacados (ou atacadões), pois estes últimos não necessariamente precisam estar dentro do perímetro urbano, desde que tenham fácil acesso ao seu público-alvo (pessoas jurídicas). Já os atacarejos,

1 Discente em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: luizotaviojunior@aluno.uema.br.

2 Doutora em Planejamento e Operação em Sistemas de Transportes, Docente do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: fabiola.oliveira@poinfra.uema.br.

3 Doutor em Políticas Públicas, Docente do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional da Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: burnett@professor.uema.br

pelo fato de ser um modelo híbrido, precisam estar mais perto do consumidor final (pessoa física). Por isso eles são comumente implantados em zonas periféricas e/ou grandes corredores urbanos. Geralmente necessitam de grandes áreas para comportar o conjunto composto por edificação, áreas de estacionamento de clientes e, ainda, o pátio de carga e descarga. Diante desse contexto, que se torna fundamental analisar, compreender e mapear os impactos causados pela implementação desses empreendimentos de grande porte e escala, uma vez que se percebe, de modo claro, o potencial de influência que essas edificações representam nas dinâmicas das cidades. Para tanto, foi escolhida para esta pesquisa, a rede de lojas de atacarejo do Grupo Mateus, conhecida como "*Mix Mateus*".

Debates acerca da potencialidade de influência desses empreendimentos na urbe contemporânea passam a ter atenção no campo acadêmico. Nessa perspectiva, a atual pesquisa propõe-se a determinar que dinâmicas — geográficas, arquitetônicas e urbanísticas — a rede de lojas de atacarejo do Grupo Mateus, dispõe sobre o contexto da Grande Ilha de São Luís. O Mix Mateus tem tido amplo destaque do setor atacadista na região Norte-Nordeste, ocupando terceiro lugar no ranking dos 10 maiores atacarejos do Brasil (Revista ABAAS, 2025). Nesse sentido, o objetivo principal foi compreender como o fenômeno do atacarejo pode condicionar elementos socioespaciais na cidade e vice-versa, compreendendo as transformações espaciais que esse empreendimento acarreta onde já foi instalado.

A Lei Municipal n.º 7.415, de 2 de maio de 2023, conceitua um Polo Gerador de Tráfego a edificação permanente ou transitória que, pela concentração da oferta de bens ou serviços, gera grande fluxo de pessoas e veículos motorizados, com substancial interferência no tráfego do entorno, necessitando de espaços para estacionamento, carga e descarga, ou movimentação, embarque e desembarque. Nessa conceituação, determina-se que edificações com área computável superior a mil metros quadrados configuram Polos Geradores de Tráfego. A mesma lei prossegue, ainda, com as determinações referentes a esses polos geradores preconizando que estes sejam obrigados a realizarem obras viárias que mitiguem os efeitos do fluxo de pessoas e veículos tais como ampliação de caixas das vias, construção de calçadas e rampas de acessibilidade, bicicletários, requalificação geométrica e semaforização, bem como incentivo ao uso do transporte de massa coletivo de passageiros através de subsídios às tarifas públicas praticadas (São Luís, 2023).

Os impactos causados pela implantação de Polos Geradores de Tráfego podem ser classificados em três grandes áreas, de acordo com Sousa (2008): i) sociais, quando há o fato da população de um determinado bairro interagir com qualquer nova construção edificada no entorno do bairro; ii) econômicos, com a possibilidade de maior gasto com combustíveis e impactos fiscais devido à valorização ou desvalorização da área; e, iii) ambientais, onde há o aumento da concentração de poluentes na atmosfera, além da elevação do nível de ruído e vibrações. Foi importante averiguar essa influência em níveis escalonares, a fim de perceber, de modo preciso, quais os impactos (de curto a longo prazo) esses Polos Geradores de Tráfego — as edificações de atacarejo Mix Mateus, nessa pesquisa — causam no território em que atuam.

METODOLOGIA

O processo metodológico da pesquisa foi organizado da seguinte forma:

a) Pesquisa bibliográfica sobre a dinâmica urbana-regional e estratégia locacional de grandes empreendimentos do atacado e varejo alimentar;

b) Pesquisa de dados sobre o Grupo Mateus e distribuição espacial das instalações de atacarejo na Grande Ilha de São Luís, com a identificação dos estabelecimentos — suas localizações e características — e a compatibilização com dados censitários que contribuíssem para o entendimento da dinâmica de distribuição dessa rede do Grupo;

c) Utilização de mapas e legislações para análise das relações espaciais dentro da estrutura urbana no que diz respeito ao uso e ocupação do solo pelos estabelecimentos de atacarejo do

Grupo Mateus, tais como perfil socioeconômico, análise de impacto de vizinhança, condições de mobilidade urbana do entorno etc.;

d) Elaboração de mapas temáticos e compilação de dados que pudessem auxiliar no entendimento das dinâmicas urbanas, a fim de determinar a extensão de abrangência dos atacarejos do Grupo Mateus e identificar áreas sub-atendidas ou não-atendidas na Grande Ilha de São Luís;

e) Análises dos resultados e considerações sobre os possíveis impactos (positivos e/ou negativos) desses empreendimentos na cidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a verificação e compilação dos dados levantados, as análises se voltaram para o ponto de inquietação da pesquisa: podem os supermercados de atacarejo influenciar nas dinâmicas de produção e manutenção do espaço urbano?

O enfoque para o recorte de mapeamento foi a Grande Ilha de São Luís. A priori, incutiu-se a percepção acerca do potencial de impacto dessas unidades lojistas, mediante a investigação de prováveis zonas de impacto - ambiental, de logística, imobiliária etc.

Os objetos de estudo — as unidades da bandeira de atacarejo do Grupo Mateus, na grande São Luís — têm sua escolha justificada a partir da referência de que este conglomerado no estado do Maranhão detém a maior parte de captação monetária dentre as tipologias dessa modalidade e, também, um dos maiores índices de expansão. O Grupo Mateus, que surgiu no sul do Maranhão, adotou a denominação de "Mix Mateus" para a categoria de serviço de atacarejo.

Os municípios de Paço do Lumiar, Raposa, São José de Ribamar e São Luís delimitam, pontualmente, o recorte territorial de análise desta pesquisa e compõem o território de maior cobertura das unidades instaladas. Foi realizado mapeamento de todas as lojas Mix Mateus nessa área, com os desdobramentos das análises e resultados sobre seus impactos na esfera urbana estudada.

Contextualizando o Atacarejo Mix Mateus

No que tange às unidades de atacarejo, Mix Mateus, dados do Valor Econômico (2025), registraram cerca de 85 unidades de atacarejo desse grupo no Brasil, sendo que apenas 23 destas unidades se localizam no Estado do Maranhão.

A partir da base de dados online informada pelo próprio grupo - em momento de entrevista - através do portal oficial que permite rastrear ofertas em todas as unidades, não só as de atacarejo - pôde-se verificar a presença das seguintes bandeiras na Grande Ilha de São Luís. Algumas são em número muito do que as do atacarejo:

a) *Armazzem*, um modelo de loja compacta que pode ser instalado em condomínios residenciais, postos de combustíveis ou empresas;

b) *El Camiño* Supermercados, bandeira do grupo voltada para o comércio de vizinhança, geralmente localizados dentro de bairros, em áreas menores e em ruas locais;

c) Hiper Mateus, uma das bandeiras iniciais, similar aos supermercados, mas com o diferencial da presença de empórios e adegas (nomeados pelo grupo de *Spazio*);

d) *Mix* Mateus ou *Mix* Atacarejo, bandeira do grupo voltada para o atacarejo, objeto desta pesquisa;

e) Mateus Supermercados, bandeira principal e de maior difusão do grupo, que conta com os serviços de hortifrúti, peixaria, padaria, açougue e restaurante.

Mediante essa classificação tipológica das unidades, pôde-se postular, então, o seguinte rastreamento:

Figura 1 – Mapeamento de bandeiras do Grupo Mateus na Grande Ilha de São Luís.

Mapeamento de Bandeiras do Grupo Mateus na Grande São Luís

*MAPEAMENTO REALIZADO NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2025.

	Armazzem	El Camiño	Hiper	Mix/Atac.	Supermer.
Paço do Lumiar	-	-	-	-	-
Raposa	-	-	-	-	1
São José de Ribamar	1	1	-	2	-
São Luís	2	8	1	6	19

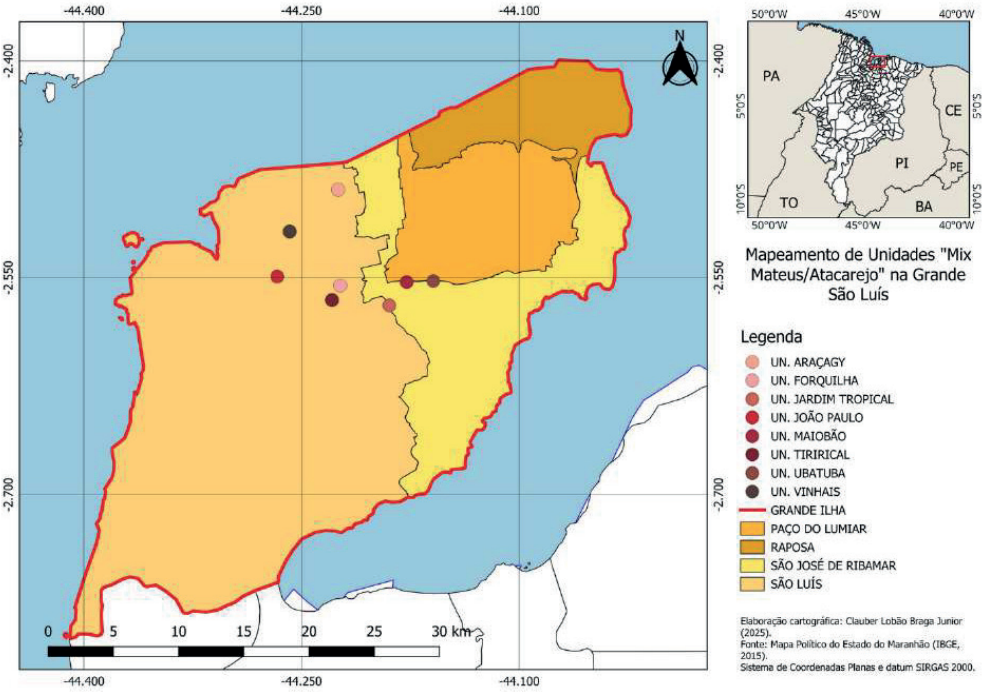
Fonte: Acervo autoral, 2025.

Apenas o município de Paço do Lumiar não apresenta nenhuma das unidades comerciais do Grupo Mateus. O município de São José de Ribamar possui duas unidades da bandeira *Mix* Mateus/*Mix* Atacarejo (unidades Maiobão e Ubatuba). O município de São Luís possui seis unidades da bandeira *Mix* Mateus/*Mix* Atacarejo (unidades Araçagy, Forquilha, Jardim Tropical, João Paulo, Tiririca e Vinhais).

A partir desse mapeamento, determinou-se as unidades de catalogação essenciais à presente pesquisa: as unidades de atacarejo do Grupo Mateus. Se contabilizam os seguintes exemplares (em ordem de inauguração): Mix Mateus João Paulo (2008); Mix Mateus Tiririca (2010); Mix Mateus Maiobão (2010); Mix Mateus Vinhais (2012); Mix Mateus Jardim Tropical (2016); Mix Mateus Araçagy (2020); Mix Mateus Forquilha (2020); Mix Mateus Ubatuba (2022).

Suas localizações foram retratadas no mapa elaborado durante a pesquisa, onde são visualizadas a região de concentração das unidades, os municípios escolhidos para implantação e as distâncias entre elas.

Figura 2 – Mapeamento de unidades de atacarejo do Grupo Mateus na Ilha de São Luís.



Fonte: Acervo autoral, 2025

Caracterização do Mix Mateus na Grande Ilha de São Luís (MA)

Os atacarejos do Grupo Mateus são considerados Polos Geradores de Tráfego. A Lei Municipal n.º 7.415, de 2 de maio de 2023, conceitua um Polo Gerador de Tráfego a edificação que, pela concentração da oferta de bens ou serviços, gera grande fluxo de pessoas e veículos motorizados, com substancial interferência no tráfego do entorno, necessitando de espaços para estacionamento, carga e descarga, ou movimentação, embarque e desembarque. Nessa conceituação, determina-se que edificações com área computável superior a mil metros quadrados configuram Polos Geradores de Tráfego. A mesma lei prossegue, ainda, com as determinações referentes a esses polos geradores preconizando que estes sejam obrigados a realizarem obras viárias que mitiguem os efeitos do fluxo de pessoas e veículos tais como ampliação de caixas das vias, construção de calçadas e rampas de acessibilidade, bicicletários, requalificação geométrica e semaforização, bem como incentivo ao uso do transporte de massa coletivo de passageiros através de subsídios às tarifas públicas praticadas (São Luís, 2023).

Os impactos causados pela implantação de Polos Geradores de Tráfego podem ser classificados em três grandes áreas, de acordo com Sousa (2008): i) sociais, quando há o fato da população de um determinado bairro interagir com qualquer nova construção edificada no entorno do bairro; ii) econômicos, com a possibilidade de maior gasto com combustíveis e impactos fiscais devido à valorização ou desvalorização da área; e, iii) ambientais, onde há o aumento da concentração de poluentes na atmosfera, além da elevação do nível de ruído e vibrações. Foi importante averiguar essa influência em níveis escalonares, a fim de perceber, de modo preciso, quais os impactos (de curto a longo prazo) esses Polos Geradores de Tráfego — os atacarejos Mix Mateus, nessa pesquisa — causam no território em que atuam.

Na esfera-urbanística, tipologias de implantação caracterizam a forma como edificações e espaços urbanos se organizam e se distribuem no contexto urbano. Os estudos referentes à essas tipologias partem, primordialmente, da análise da cidade e de seus elementos de composição — ruas, quadras, praças, edifícios etc.

Quanto à tipologia arquitetônica adotada, não se encontrou, nas fontes pesquisadas, nenhum registro sobre as plantas das edificações estudadas para uma análise comparativa e descritiva sobre o partido adotado. Percebeu-se, entretanto, similaridades arquitetônico-urbanísticas entre as edificações, a partir do processo de observação de mapas e imagens aéreas — com o uso da plataforma *Google Earth* — e de visitas de campo. Dentre essas características, vale ressaltar: i) tamanho dos lotes de implantação, que comportam em seu perímetro, a edificação principal, edificações complementares (direcionadas para outras bandeiras do Grupo) e o estacionamento (presentes em todas as unidades averiguadas); ii) o posicionamento, frequentemente próximo a vias de largo leito carroçável (em sua maioria, avenidas – corredores principais), com a ocorrência de, em alguns casos, mais de uma unidade na mesma via; iii) uso de cobertura padronizada (material, coloração, formato etc.), que facilita a identificação das unidades a partir de vistas superiores, além da padronização de cores utilizadas pelo Grupo; iv) letreiros, totens e *outdoors* de grandes dimensões (tanto vertical como horizontal) para identificação —"*Mix* Mateus" ou "*Mix* Atacarejo".

Figura 3 – Letreiro de identificação e estacionamento da unidade do Mix Mateus Araçagi



Fonte: Google Earth, 2025.

Essa tipologia arquitetônica ocupa grande parcela do terreno com a implantação de estacionamento coberto, como exemplo o Mix Mateus de Araçagi. Além disso, sua instalação dispensa acabamentos luxuosos e utiliza a própria área de vendas como estoque, o que viabiliza estrutura tipo galpão industrial. O letreiro de sinalização da bandeira Mix Atacarejo, serve como identidade visual do Grupo Mateus.

Para efeito de exposição de forma mais concisa neste artigo, dentre os oito atacarejos do Grupo Mateus, é apresentada uma análise sobre uma única unidade. A escolhida foi a do João Paulo, por ter sido a primeira a ser implantada na Grande Ilha.

Mix Mateus João Paulo

Inaugurado no ano de 2008, na cidade de São Luís, a edificação que corresponde ao *Mix* Mateus João Paulo tem suas diretrizes apontadas pela Lei N.º 3.253 de 29/12/1992.

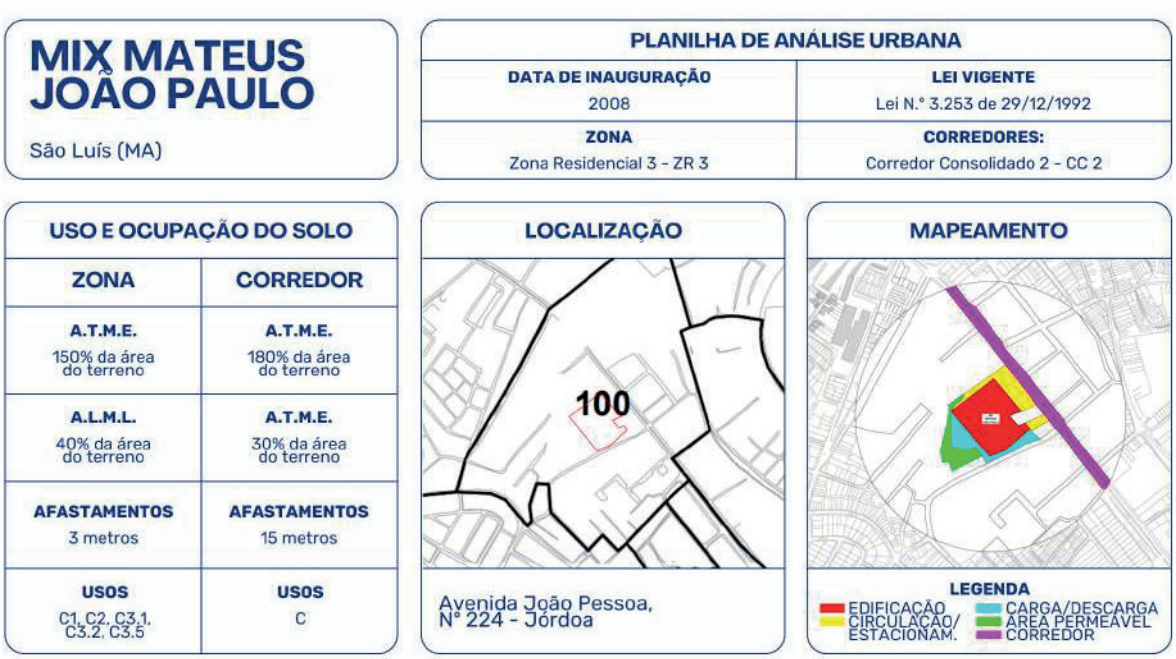
Figura 4 – *Mix* Mateus João Paulo.



Fonte: Google Earth, 2025.

A edificação está localizada na Zona Residencial 3 (ZR 3) e em um Corredor Consolidado 2 (CC 2) — a Avenida João Pessoa —, com a Área Total Máxima da Edificação (ATME) permitida correspondendo a 180% da área do terreno e a Área Livre Mínima do Lote (ALML) permitida correspondendo a 30% da área do terreno. Os afastamentos frontais devem respeitar o limite de quinze metros e o uso permitido ao corredor se enquadra pelo Uso Comercial em Geral.

Figura 5 – Ficha catalográfica do *Mix* Mateus João Paulo.



Fonte: Acervo autoral, 2025.

O complexo construtivo detém, em sua totalidade, área de estacionamento (com conexão direta com a avenida), edificação principal, pavimentos-garagem e a presença de bandeiras diversas (Eletro Mateus).

Figura 6 – Fachada do *Mix* Mateus João Paulo.



Fonte: Arquivo LATESE, 2025

A região escolhida para implantação do primeiro atacarejo do grupo é bastante significativa por questões históricas e demográficas. O bairro do João Paulo é um dos mais antigos da cidade, a partir do "Caminho Grande", uma via histórica, aberta ainda no século XVII que conectava o centro ao interior da ilha. Essa área da cidade foi muito adensada no século XX, quando o João Paulo veio a se tornar um bairro. E, a escolha desse bairro para implantação do primeiro atacarejo do Grupo Mateus há quase vinte anos, onde permanece até hoje, demonstra que a população da região absorveu sua instalação e vem utilizando seus serviços.

Nessa região, antes da implantação desse equipamento, já existia a "Feira do João Paulo", uma das feiras mais antigas da cidade de São Luís e, que até hoje, é um dos maiores polos atratores do bairro. O terreno escolhido para implantação do atacarejo é muito próximo dessa feira, na quadra ao lado, com acesso pela Avenida João Pessoa, hoje oficialmente denominada de Avenida São Marçal. Este corredor viário, por sua vez, passou de uma via arborizada e residencial na década de 1940 para um dos polos de comércio de rua mais movimentados e tradicionais de São Luís. Tanto a feira, quanto o perfil comercial da via podem ter sido um dos principais fatores de escolha dessa regão para a implantação do primeiro atacarejo do grupo.

Outro fator relevante a ser reconhecido, é que a região, por ser uma das mais antigas, também tem uma grande população concentrada, soma-se ao João Paulo, o Bairro do Monte Castelo e Bairro de Fátima (tradicionalmente reconhecidos como zonas com altíssima densidade populacional no município de São Luís).

A principais questões observadas são com relação aos acessos e à infraestrutura viária que não recebe melhorias estruturais há certo tempo. Sob esse aspecto, os impactos da implantação desse equipamento foram, por um lado positivos e, por outro, negativos, visto que a obra do empreendimento não incorporou intervenção de melhoria viária e os fluxos de caminhões de grande porte para descarga de produtos intensificou. O que se constatou como investimento de infraestrutura de mobilidade foi a construção de dois níveis de garagem no subsolo da loja, aproveitando o declive natural do terreno.

Figura 7 – Pavimentos-garagem do *Mix* Mateus João Paulo.



Fonte: LATESE, 2025.

Os impactos sociais que surgem a partir da implantação de um Polo Gerador de Trânsito

fazem referência à formação de dinâmicas sociais que a edificação estruturada estabelecerá com a população residente — tanto imediata quanto do entorno. O estabelecimento da unidade de atacarejo — Mix Mateus João Paulo, estrategicamente alocado no corredor de grande fluxo — preconiza, em suma, certo grau de aporte de tráfego: acessibilidade, capilaridade de vias, interação com modos de transportes diversificados etc. Esse aporte justifica-se no potencial atrativo dessas unidades mercantis de participação com o cotidiano plural dos cidadãos.

No contexto do bairro — pós-implantação do *Mix* — pode-se observar certo grau de adensamento urbano, com a construção de mais unidades habitacionais (uni e multifamiliares).

Nesse ínterim, o *Mix* Mateus João Paulo identifica-se como um centro de dinâmicas cotidianas: indivíduos estabelecem, com a loja, relações de passagem, consumo, encontro, espera etc. O ponto torna-se, assim, catalisador de interações socioespaciais em diferentes escalas (local, regional e global). Mas, para além dessa perspectiva, existem, também, pontos negativos relacionados à sua implantação.

Dentre as interações elencadas por Peres e Matioli (2020), no nível socio-econômico, podem ser percebidas no que diz respeito ao *Mix* Mateus João Paulo:

Uso de mecanismos como a oferta em grande escala de produtos alimentícios de baixo custo (embutidos e industrializados), muitas vezes leva o consumidor aos alimentos de baixos nutrientes, condicionando uma parcela da população de baixa renda a optar por um cardápio nocivo à saúde;

A implantação desse estabelecimento na área analisada promoveu mudanças no setor imobiliário. Foi possível perceber a ocupação de lotes vazios com condomínios residenciais.

No contexto ambiental a implantação de um equipamento comercial de grande de dimensão — caso do atacarejo do João Paulo — necessitou utilizar grande área de terra que antes possuía vasta cobertura vegetal. Essa cobertura foi precisou ser devastada, com o fito de capacitar o lote à implantação da edificação, com piso impermeável para utilização de estacionamento.

Este Polo Gerador de Tráfego ou Polo Gerador de Viagem, por mais que tenha sido responsável por impactos nos fluxos de circulação do corredor principal (Avenida São Marçal), não parece ter realizado obra que amenizasse tais efeitos no corredor viário. Observa-se, no entanto, uma grande infraestrutura construída dentro do lote para estacionamento em níveis de subsolo com o intuito de absorver os impactos de atração de consumidores.

Os impactos comerciais a respeito da possível concorrência com os feirantes e outros empreendimentos comerciais de pequeno porte, no bairro não foram foco da pesquisa. Entretanto, os incentivos fiscais e tributários concedidos pelo Governo Estadual, condicionados à geração de empregos e novos investimentos ao Grupo Mateus, pode ser um indicador desse impacto nos pequenos comerciantes, que operam no regime padrão de tributação.

CONCLUSÃO

Na escala local, foi analisado o impacto das instalações das unidades de atacarejo em recorte menor de observação: a rua, a avenida, a vizinhança, o bairro...

A priori, vale destacar que a premissa predisposta para a implantação de empreendimento desse porte, leva em consideração, questões básicas em relação a capacidade do contexto de inserção de abarcar a logística requerida por essa tipologia mercantil. Alguns desses quesitos são: capacidade do lote (dimensão); capilaridade viária (acessibilidade); e, perfil de uso e ocupação da zona urbana (legislação).

Nas análises das escalas regionais/globais, a bibliografia pontua que os impactos dos atacarejos apresentam problemáticas de maior alcance socioeconômico, que variam desde logísticas e diretrizes legislativas até a preconização de dietas alimentares redutivas. As questões que puderam ser elencadas, em um primeiro plano, foram: assimetria de poder econômico entre varejistas e fornecedores; demanda por produtos e alimentos padronizados, com perda da diversidade alimentar.

O que se verifica, em conclusão acerca da temática mercantil e de sua potencialidade para influir na produção do espaço - através, deste estudo de caso, sobre as tipologias de atacarejo — é que há, na contemporaneidade, a presença de um comportamento paradoxal. Por um lado, conglomerados comerciais contemporâneos — que buscam ofertar serviços tanto comerciais quanto que satisfaçam o bem-estar — tentam "imitar", em sua essência, a experiência dos mercados e feiras onde a compra impulsionava o encontro, a troca, o vivenciar, só que agora, com um certo "padrão de conforto", dentro de galpões climatizados e baixo custo de produtos padronizados.

Pode-se pontuar, por fim, que é de verificação inegável a forma como economia e mercado formulam o espaço urbano, suas dinâmicas e nuances e como, em contrapartida, a urbe responde à essa influência, postulando padrões arquitetônicos, mecanismos de operação e, em primazia, modos de vivenciar a cidade.

O comércio, representado neste estudo pelo modelo atacarejo, ultrapassa sua função econômica e assume papel estruturador da vida urbana, influenciando fluxos, práticas cotidianas e a organização do espaço citadino. Compreender seus impactos permite superar visões simplificadas sobre sua inserção na cidade e subsidiar estratégias de planejamento capazes de conciliar desenvolvimento econômico, qualidade urbana e bem-estar coletivo.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Estadual do Maranhão (UEMA) por meio do Programa Institucional de Iniciação Científica da Pró-reitora de Pesquisa e Pós-Graduação (PPG/UEMA) pela concessão da bolsa de Iniciação Científica (PIBIC) durante o ciclo 2024/2025.

Ao professor Dr. Juscelino Eudâmidas Bezerra, da Universidade de Brasília (UnB), por ter coordenado o projeto de dimensão nacional que impulsionou este trabalho em nível local.

REFERÊNCIAS

ALEXANDER, Christopher. **The timeless way of building**. New York: Oxford University Press, 1979.

BEZERRA, J. E. **Geografia, comércio e consumo: os supermercados como tema geográfico**. *Revista Espaço e Geografia*, v. 23, n. 2, p. 143-161, 2022.

BURNETT, Frederico Lago. **São Luís por um triz: escritos urbanos e regionais**. São Luís: Ed. UEMA, 2011.

PERES, João; MATIOLI, Victor. **Donos do mercado: como os grandes supermercados exploram trabalhadores, fornecedores e a sociedade**. São Paulo: Elefante, 2020.

REVISTA ABAAS. **Atacarejo bate novo recorde e divulga seu quarto ranking em grande evento**. *ABAAS*, São Paulo, ano 8, ed. 22, p. 52-60, mar./abr. 2025. Disponível em: https://abaas.com.br/wp-content/uploads/2022/03/book_abaas_13_final.pdf. Acesso em: 30 jun. 2025.

SOUSA, Luiz Afonso Penha de. **Estudo de supermercados como polos geradores de viagens**. 2008. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

SUPERHIPER. ano 43, n. 493, p. 19, ago. 2017.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Editora Senac, 2001. p. 52.