



COMÉRCIO E CONSUMO NA PANDEMIA: UMA ANÁLISE DO APLICATIVO “MEU COMÉRCIO” EM INDAIATUBA/SP

Ingrid Rosa dos Santos ¹

Renata Segalla ²

RESUMO

O presente trabalho dedica-se à uma análise sobre o aplicativo “Meu Comércio” desenvolvido para a cidade de Indaiatuba, localizada no interior do estado de São Paulo. No contexto da pandemia de COVID-19, o aplicativo foi implantado com o intuito de viabilizar uma conexão entre comerciantes e prestadores de serviços com os consumidores num momento de restrição de circulação. Os comércios cadastrados na plataforma foram agrupados de modo a considerar a gama de serviços ofertados, mas também investigar sua distribuição na cidade com objetivo de verificar qual foi o impacto para as relações preexistentes. Observou-se que as restrições para o cadastro na plataforma não oferecem suporte para o comércio informal e algumas localidades dispõem de poucos ou nenhum comércio catalogado na plataforma, enquanto que o Centro da cidade ainda é o detentor da maior parte dos serviços cadastrados, reafirmando a sua hierarquia urbana, mesmo em um contexto de pandemia.

Palavras-chave: Comércio e Consumo; Indaiatuba; Aplicativo Comercial; Pandemia

RESUMEN

El presente trabajo está dedicado al análisis de la aplicación “Meu Comércio” desarrollada para la ciudad de Indaiatuba, ubicada en el interior del estado de São Paulo. En el contexto de la pandemia COVID-19, la aplicación se implementó para permitir una conexión entre comerciantes y proveedores de servicios con consumidores en un momento de restricción de circulación. Las empresas registradas en la plataforma se agruparon para considerar la gama de servicios ofrecidos, pero también para investigar su distribución en la ciudad con el fin de verificar cuál era el impacto en las relaciones preexistentes. Se observó que las restricciones para el registro en la plataforma no soportan el comercio informal y algunas ubicaciones tienen poco o ningún comercio catalogado en la plataforma, mientras que el centro de la ciudad aún mantiene la mayoría de los servicios registrados, reafirmando su jerarquía urbana, incluso en un contexto pandémico.

Palabras clave: Comercio y consumo; Indaiatuba; aplicación de negocios; pandemia.

INTRODUÇÃO

¹ Arquiteta urbanista, Mestranda no Programa de Pós-Graduação de Geografia da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar/Sorocaba, Bolsista CAPES, ingridrosads@gmail.com;

² Arquiteta Urbanista, Mestre em Engenharia Urbana, departamento de Engenharia Civil, pela Universidade Federal de São Carlos - UFSCar, arq.rsegalla@gmail.com;



O setor comercial, em um cenário consumido pela pandemia e pelas variadas medidas de isolamento social impostas pelas diversas instâncias governamentais, se encontrou em uma posição em que mudanças drásticas seriam necessárias para a continuidade de suas atividades.

Algumas medidas principalmente no âmbito econômico foram aprovadas ainda que de maneira precária, como forma de salvaguardar o setor que apresentou crescimento ao longo do ano – o MEI (Micro Empreendedor Individual), por exemplo, teve um aumento de 8,4% em relação à 2019 –, num contexto em que o desemprego chegou a 14,6% no terceiro trimestre de 2020, de acordo com o IBGE.

Optou-se, neste trabalho, pelo estudo avaliativo de uma medida municipal instituída em abril de 2020 na cidade de Indaiatuba/SP. Trata-se da plataforma “Meu Comércio”, com intuito de fomentar uma ponte em que os comerciantes pudessem divulgar seus serviços e as formas com as quais os clientes pudessem obtê-los (*online* – via internet ou *WhatsApp* –, *delivery*, *drive-thru*, presencial), centralizando as opções em um momento de forte restrição de circulação. O aplicativo em si é simples, interativo e organiza por setor os comércios que se encaixam na execução de determinado serviço, sem ofertar nada além.

O lançamento da plataforma foi comemorado, obtendo em duas semanas de existência mais de 18 mil acessos (equivalente a mais ou menos 1.300 acessos diários) e, se mantida a constância equivaleria a quase 500 mil acessos em um ano. Durante pouco mais de ano de funcionamento, a plataforma obteve 545 cadastros, contando com uma única restrição a regularização através da inscrição municipal. Ao servir como uma espécie de proteção para os consumidores, a participação apenas de empresas cadastradas no município exclui uma faixa ampla de serviços e trabalhadores que encontraram no empreendedorismo uma maneira de sobreviver durante a crise. Segundo Carlos Melles, diretor-presidente do Sebrae, "o desemprego está levando as pessoas a se tornarem empreendedoras. Não por vocação genuína, mas pela necessidade de sobrevivência", o que poderia elucidar para tal cenário.

A partir deste panorama, a pesquisa dedicou-se a mapear as atividades cadastradas na plataforma “Meu Comércio” de forma a compreender quem são e onde estão esses estabelecimentos considerados “aptos” e, se a pandemia de COVID-19 foi capaz de alterar a dinâmica urbana preexistente na cidade de Indaiatuba.



Figura 1: Logo da plataforma "Meu Comércio"



Fonte: <https://www.indaiatuba.sp.gov.br/relacoes-institucionais/imprensa/noticias/28433/>

APORTE TEÓRICO

O estudo sobre o lugar em que se desenvolvem as relações de comércio e consumo com a sociedade são de total importância para a compreensão espacial, pois é a partir da aglomeração e deslocamento para esses pontos do tecido urbano que se pode analisar a reprodução do capital, ou seja:

[...] o comércio surge como parte integrante das condições de vida da sociedade e também como produto desta, numa relação dialética e histórica. Assim, o comércio se problematiza dentro do processo de reprodução do espaço geográfico, tornando-se condição e produto para a reprodução das relações de produção que se estabelecem entre os homens na sua prática cotidiana. Ou seja, no uso e apropriação da natureza através das técnicas e do trabalho, que são dinamizadas pela constante busca de satisfazer as necessidades do capital. (SILVA, 2014, p.58).

Intrínseco à esta relação, pode-se eleger um local que apresenta papel de destaque ao concentrar as atividades comerciais em um único lugar, o Centro. Esse recebeu ao longo dos anos, definições que procuravam estabelecer um conceito que fosse capaz de enquadrá-lo, como Balsas (1999, p. 53 Apud PETER;VIEIRA; 2009) postula que “o que distingue o centro das cidades das zonas periféricas é a sua multifuncionalidade e a sua mistura orgânica de funções”, ou Villaça (1998), arquiteto urbanista, que defende que cada lugar compreende apenas uma



centralidade, e o centro é aquele que atrai grande parte da população ao se localizar em um espaço que ofereça menos desgaste com relação ao deslocamento; ou ainda, temos Spósito que ao fazer uma análise para cidades pequenas e médias, defende:

No interior da cidade, o centro não está necessariamente no centro Geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, em contrapartida, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo. (SPÓSITO, 1991, p.6).

Ainda que o centro passe por uma série de mudanças que alteraram seu perfil de predominantemente residencial para comercial, passando por um esvaziamento por parte das classes mais abastadas, num ciclo de desvalorização e concorrência gerada pela descentralização, representados aqui pelos shoppings center e subcentros³, o centro ainda permanece como principal setor de aglomeração das relações de comércio e consumo de uma cidade.

A valorização do consumo é certamente o momento culminante de transformação da centralidade. Num dado momento os centros das cidades foram “abandonados” como zonas residenciais, havendo a valorização da concentração do comércio que lhe é atribuído. Espaços que privilegiam a aglomeração do consumo e não mais o patrimônio edificado.

No caso de Indaiatuba, o centro principal nunca perdeu seu espaço de relevância para o espaço urbano e a centralidade permanece valorizada, ainda mais com a expansão imobiliária verticalizada recente.

Porém no contexto da pandemia de COVID-19 o consumo, bem como a produção, a circulação e a distribuição foram drasticamente alteradas em prol da tentativa de contenção viral, forçando uma reinvenção das relações de consumo dentro da sociedade, que acostumada ao consumo através dos meios digitais, viu nesta a principal alternativa para realizar a manutenção do consumo, seja ele para a satisfação das necessidades básicas, como também para prosseguir trabalhando ou empreendendo em condições adversas.

METODOLOGIA

³ Adota-se aqui como definição de subcentro aquela definida por Spósito, onde “subcentros podem ser caracterizados como áreas onde se alocam as mesmas atividades do centro principal com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor, e com menor incidência de atividades especializadas”. (SPÓSITO, 1991, p.10)



A metodologia utilizada para a realização deste trabalho se deu primeiro pela leitura de materiais técnicos e teóricos sobre o tema e da análise quali-quantitativa do aplicativo “Meu Comércio”, investigando a localização dos 545 comércios⁴ inscritos em 162 categorias na plataforma, cadastrados entre abril de 2020 e junho de 2021. Portanto, os comércios foram listados e, em seguida divididos em grupos de acordo com a análise proposta.

A partir desta organização, no primeiro estudo avaliativo foi feita a divisão das categorias comerciais cadastradas em 13 grandes segmentos, tais como alimentação, vestuário, serviços, etc., para verificar a abrangência e o volume dos serviços oferecidos à população (Gráfico 1).

Num segundo momento, a análise se deu no contexto da concentração desses comércios em cada um dos quatro setores⁵ na cidade (Mapa 1), para que fosse possível tecer comparações com outros indicadores, por exemplo mobilidade.

Por fim, foram selecionados através da numeração física, o primeiro e o último comércio em cada logradouro, para dessa forma delimitar um eixo espacial em que estavam alocados, diferenciando a concentração em cada eixo, como também o mapeamento de logradouros isolados, aprofundando os resultados do segundo estudo (Mapa 2).

Fez-se necessária a elaboração de um mapeamento inicial para que os resultados fossem visualizados de forma mais fácil. Utilizou-se a ferramenta Google Earth/Maps para obter precisão na localização da numeração comercial.

RESULTADOS E/OU DISCUSSÕES

O primeiro aspecto que foi avaliado a partir dos cadastros na plataforma “Meu Comércio” foi a gama de comércios e serviços ofertados. Considerando que não haviam restrições quanto à tipologia dos serviços, há uma variedade disponível para o atendimento de carências em diferentes escalas, desde produtos do cotidiano até o fornecimento de materiais para o uso industrial.

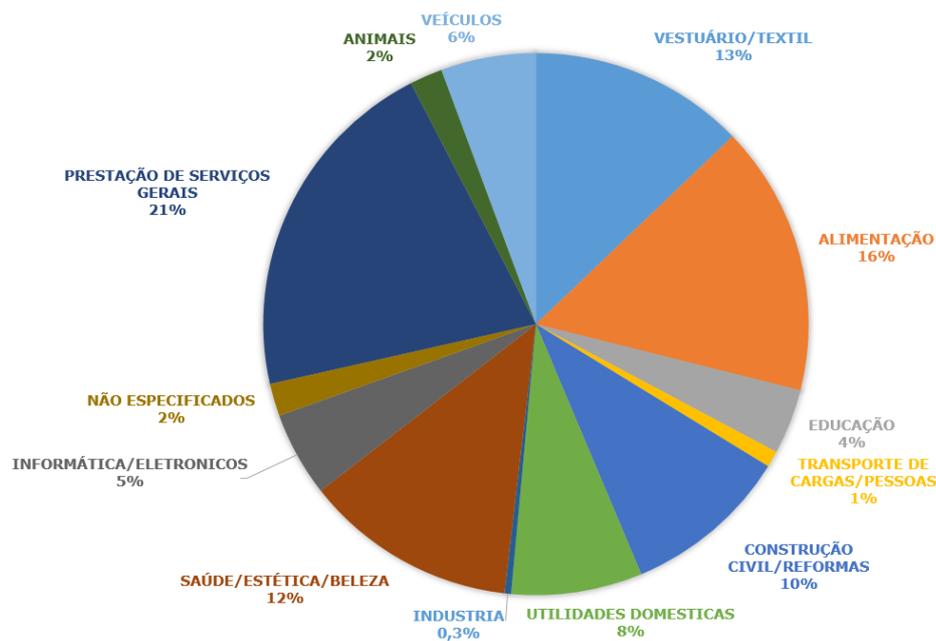
⁴ Dos 545 comércios inscritos foram considerados para análise apenas 543, pois dois não apresentaram endereço físico, não sendo possível localizá-los espacialmente.

⁵ A divisão da cidade simplificada em 4 setores segue a mesma proposta pela Prefeitura Municipal, sendo eles: Setor 01, localizado na porção sul da mancha urbana, apresenta um subcentro comercial; Setor 02, predominantemente composto por bairros de alto padrão; Setor 03, onde está o centro comercial; e o Setor 04, composto por condomínios de chácaras e o distrito Industrial.



Como pode ser visto no Gráfico 1, as atividades que despontam como maiores expoentes estão a prestação de serviços gerais (21%), em que assomam por exemplo, manutenções diversas; seguida por alimentação (16%), vestuário (13%) e saúde (12%). Essas categorias são emblemáticas considerando o momento pandêmico, em que a prioridade se concentra no suprimento das necessidades básicas.

Gráfico 1: Serviços disponíveis



Fonte: Produzido pelas autoras.

A avaliação da localização desses comércios no espaço urbano, num segundo momento, revela-se importante pois 99% deles ofereceram o próprio endereço de funcionamento na plataforma, o que possibilitava aos usuários, o deslocamento para o consumo. Com as restrições de mobilidade, incluindo a diminuição do funcionamento e da frota do transporte coletivo, quanto mais diversificado e presente for a estrutura de comércio nos bairros, menores são as distâncias, inibindo a circulação viral.

Ao dividirmos os cadastros, obtivemos como resultado o Mapa 1, que demonstra a concentração de comércios por setor urbano, com uma maioria esmagadora presente no Setor 03, onde está o centro da cidade de Indaiatuba, com 65% dos comércios, seguido pelo Setor 01, com 24%, que se apresenta como um subcentro comercial independente. Os Setores 02 e 04, que historicamente concentram setores de alta renda no município, têm 11% dos comércios, geralmente localizados em corredores comerciais dispersos pelo território de maior fluxo.



Mapa 1: Concentração dos Comércios por Setor

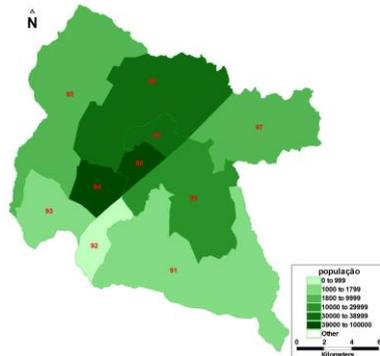


Fonte: Produzido pelas autoras.

O resultado alcançado a partir dessa concentração de comércios por setor coincide diretamente com outros indicadores sociais de Indaiatuba, como podem ser observados nos mapas produzidos para o Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba (PDMUS), publicado em 2016:

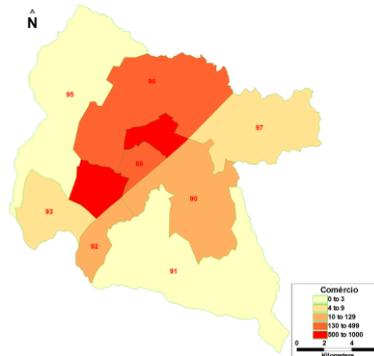


Figura 2: População Residente



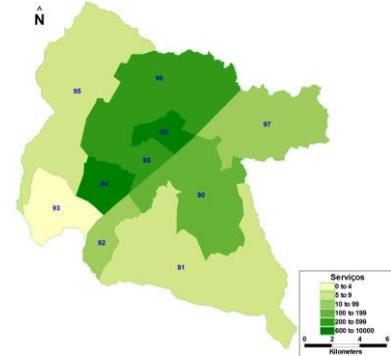
Fonte: Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba, Resultado Técnico 03 – Pesquisa OD da STM – 2011: 17.

Figura 3: Estabelecimentos Comerciais



Fonte: Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba, Resultado Técnico 03 – Pesquisa OD da STM – 2011: 29.

Figura 4: Estabelecimentos de Serviços

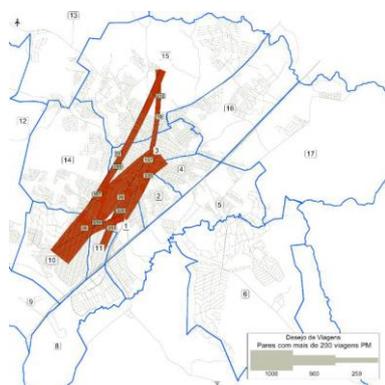


Fonte: Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba, Resultado Técnico 03 – Pesquisa OD da STM – 2011: 30.

Nos mapas acima as zonas 89 e 94, centro e subcentro respectivamente, apresentam as maiores concentrações de estabelecimentos comerciais e de serviços, se diferenciando apenas no quesito populacional, em que o Setor 01 exibe maior densidade.

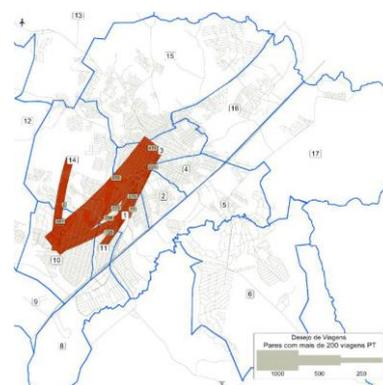
Verificando-se também a pesquisa realizada em 2015 no âmbito da mobilidade – origem e destino das viagens realizadas por transporte coletivo – o resultado é o mesmo, reforçando a importância dessas áreas para o município (figuras 5 a 9).

Figura 5: Matriz OD com mais de 200 viagens – Pico da Manhã (2h)



Fonte: Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba, Resultado Técnico 03 – Volume 02 – 2016: 19.

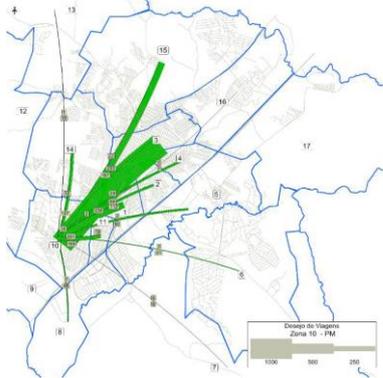
Figura 6: Matriz OD com mais de 200 viagens – Pico da Tarde (2h)



Fonte: Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável de Indaiatuba, Resultado Técnico 03 – Volume 02 – 2016: 19.

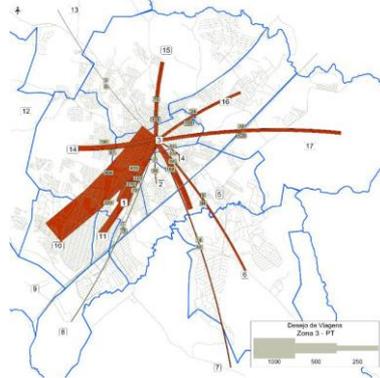


Figura 7: Desejo de viagens –
zona 10 – pico da manhã



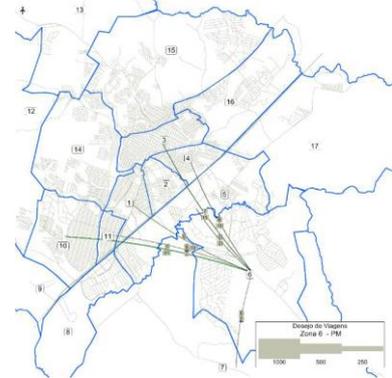
Fonte: Plano Diretor de
Mobilidade Urbana Sustentável de
Indaiatuba, Resultado Técnico 03
– Volume 02 – 2016: 31.

Figura 8: Desejo de Viagens –
zona 3 – pico da tarde



Fonte: Plano Diretor de
Mobilidade Urbana Sustentável de
Indaiatuba, Resultado Técnico 03
– Volume 02 – 2016: 25.

Figura 9: Desejo de viagens –
zona 6 – pico da manhã

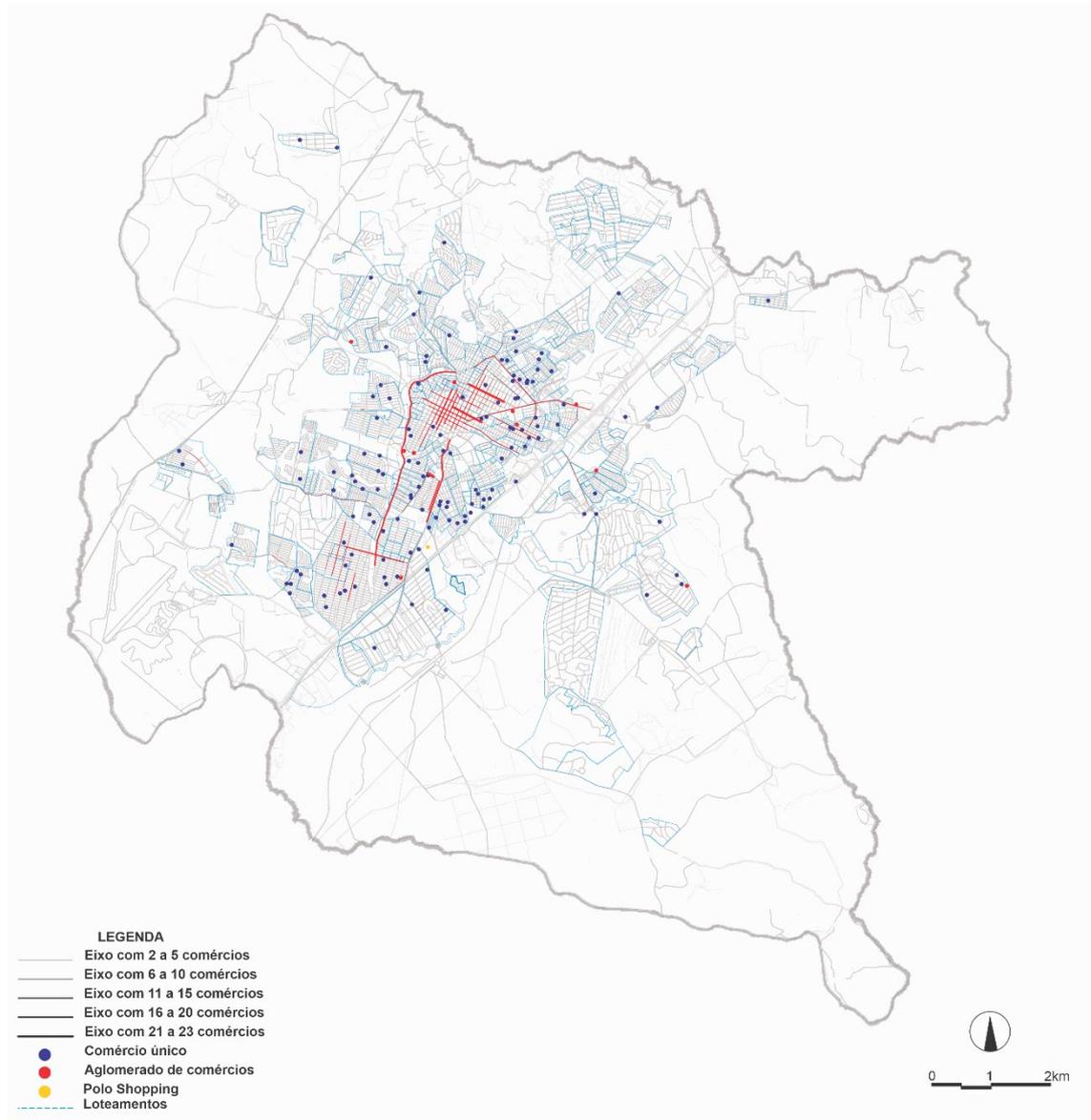


Fonte: Plano Diretor de
Mobilidade Urbana Sustentável de
Indaiatuba, Resultado Técnico 03
– Volume 02 – 2016: 28.

Com esses dados confecciona-se o Mapa 2, que demonstra o detalhamento da localização comercial no tecido urbano de Indaiatuba. Os eixos em vermelho delimitam a localização em cada logradouro, sendo a espessura do traço a média de comércio presentes no trecho, enquanto que os pontos em vermelho indicam os locais onde funcionam mais de um estabelecimento (9 no total), como é o caso do Polo Shopping Indaiatuba, destacado em amarelo e os trechos azuis indicam a localização de comércios isolados no logradouro (137 no total, ou 25% do total).



Mapa 2: Localização dos comércios cadastrados na Plataforma “Meu Comércio” Indaiatuba



Fonte: Produzido pelas autoras.

O mapa reforça a importância do centro na hierarquia urbana ao comprovar seu papel de polo atrativo para as transações comerciais, ainda que neste momento a dinâmica se altere na substituição do consumo local pelo delivery, dispersando-se em outros pontos do meio urbano.

É no centro que se concentram a diversidade dos segmentos comerciais, daí a expressividade da rede. A conexão com outros pontos é basicamente ladeada pela avenida do Parque Ecológico, que interliga toda a cidade. Na zona sul (Setor 01), a rede de comércio e serviços está concentrada nos eixos que compõem o cerne do subcentro, sem se afastar das vias principais com uma área de atuação bem menor do que a observada no centro.



Nas demais localidades, especificamente nos Setores 02 e 04, mais distantes do centro e com zoneamento predominante ou exclusivamente residencial, se destacam os logradouros isolados. Nessas áreas os comércios estão dispersos nas franjas dos bairros ou em suas ruas principais, mas sem compor uma unidade representativa como um corredor comercial.

Mesmo a cidade apresentando dois shoppings centers, apenas o Polo Shopping se destaca nesse contexto, enquanto que o Shopping Jaraguá localizado no centro não é contemplado. Um subcentro completo na zona sul, tal como descrito por Spósito em termos de segmentos do comércio, esses espaços ainda se veem excluídos ou pouco representados face à hegemonia do centro, as ferramentas que poderiam, nesse momento, portar-se como a fonte de sobrevivência de pequenos negócios, pois nenhuma iniciativa para apoiar o comércio de bairro, mais próximo das moradias foi implementada – o que revela uma inconsistência, visto o aumento de empreendimentos de pequeno porte iniciados como forma de sobrevivência.

Sobre os comércios listados na plataforma, pode-se dizer que, de certa forma, o *status* que se delineava na escolha dos comerciantes aptos ao cadastro foi mantido, e estes em sua maioria, é composto por comércios que há anos permeiam o centro comercial. A presença de outras localidades cadastradas pouco parece enfraquecer o poderio do centro que mesmo em uma situação de mudança na maneira do consumo, prevalece como principal fonte e destino de bens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de um cenário comedido pela pandemia, a dinâmica urbana prevalece. O centro adquire novos contornos, moldando-se a partir de um conjunto de intervenções facilitadas pela rede móvel de comunicação.

O centro, um lugar físico privilegiado para o setor terciário, integra-se ainda mais ao meio virtual em um processo facilitado pela tecnologia através do aplicativo “Meu Comércio” viabilizado pela difusão do automóvel e uma massa de trabalhadores por aplicativo. O ir e vir da massa trabalhadora garante a profusão do comércio, mesmo em um sistema *delivery* num momento de restrição de circulação, ao mesmo tempo em que neste contexto observa-se um aumento do empreendedorismo como uma necessidade de subsistência.

Dada a complexidade, não é simples o delimitar e o caracterizar o que constitui hoje, o raio de abrangência e influência das atividades comerciais. Ante a discussão ora apresentada, depreende-se que a pulverização dos pontos comerciais ganha novos contornos, enquanto que o centro de Indaiatuba ainda exerce polaridade e atratividade, consagrando-se como o espaço



prioritário do fluxo e da circulação. Nesse sentido, as considerações que encerram este artigo não esgotam as questões aqui elencadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COM pandemia, Brasil deve registrar maior número de empreendedores da história. **Mercado & Consumo**, [S. l.], 5 out. 2020. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/2020/10/05/com-pandemia-brasil-deve-registrar-maior-numero-de-empresarios-da-historia/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

EM 2020, número de MEIs teve um aumento de 8,4%. **Casa Civil**, [S. l.], 2 mar. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2021/marco/em-2020-numero-de-meis-teve-um-aumento-de-8-4#:~:text=Segundo%20dados%20do%20Mapa%20de,4%25%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%202019>. Acesso em: 19 maio 2021.

PETER, André Pinho; VIEIRA, Sidney Gonçalves. Análise do Comércio e do Consumo Urbano Através do Levantamento Teórico Da Geografia do Comércio e do Consumo. **XII ENCUENTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA: “Caminando en una América Latina en transformación”**, Uruguay, 2009. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografi aeconomica/56.pdf>. Acesso em: 20 maio 2021.

PLATAFORMA "**Meu Comércio Indaiatuba**". [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.indaiatuba.sp.gov.br/relacoes-institucionais/meu-comercio/>. Acesso em: 19 maio 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE INDAIATUBA. **PDMUS – Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável – PDMUS. RT03 - Consolidação das leituras de mobilidade urbana; RT04 - Plano de ação e investimento. V.01**. Disponível em: <https://www.indaiatuba.sp.gov.br/engenharia/pdmus/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

PREFEITURA MUNICIPAL DE INDAIATUBA. **PDMUS – Plano Diretor de Mobilidade Urbana Sustentável – PDMUS. RT03 - Consolidação das leituras de mobilidade urbana; RT04 - Plano de ação e investimento. V.02**. Disponível em: <https://www.indaiatuba.sp.gov.br/engenharia/pdmus/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

RIBEIRO, Darlene. Plataforma "Meu Comércio" alcança mais de 18 mil acessos em duas semanas. **Prefeitura de Indaiatuba - Relações Institucionais**, [S. l.], 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.indaiatuba.sp.gov.br/relacoes-institucionais/imprensa/noticias/28433/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

SEGALLA, Renata. **Desconstrução de centros urbanos: estudo de caso, Rio Claro/SP**. 2007. Dissertação (Mestrado em Engenharia Urbana). UFSCar, Departamento de Engenharia Civil, São Carlos.



XIV ENCONTRO NACIONAL DE
PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM

GEOGRAFIA

XIV ENANPEGE
ESPAÇO DIGITAL

SILVA, Carlos Henrique Costa da. Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. **Geosul**, Florianópolis, v. 29, n. 58, p. 149-178, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/26590>. Acesso em: 27 maio 2021.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana In: **Revista Geográfica**. São Paulo, s/1, 10: 1-18, 1991.

VILLAÇA, Flavio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 1998. 373p.