

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE E DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA DE CAMPOS**

**AMANDA DA CONCEIÇÃO SILVA**

**LÓGICAS E ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DAS EMPRESAS VAREJISTAS DE  
PRODUTOS FARMACÊUTICOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ**

**CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ  
2023**

**AMANDA DA CONCEIÇÃO SILVA**

**LÓGICAS E ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DAS EMPRESAS VAREJISTAS DE  
PRODUTOS FARMACÊUTICOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ**

Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Geografia apresentado ao Corpo Docente do Departamento de Geografia do Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal Fluminense, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Bruno Santos

**CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ  
2023**

Ficha catalográfica automática - SDC/BUGG  
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S5861 Silva, Amanda da Conceição  
LÓGICAS E ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DAS EMPRESAS VAREJISTAS DE  
PRODUTOS FARMACÊUTICOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ / Amanda da  
Conceição Silva. - 2023.  
75 f.: il.

Orientador: Leandro Bruno Santos.  
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade  
Federal Fluminense, Instituto de Ciências da Sociedade e  
Desenvolvimento Regional, Campos dos Goytacazes, 2023.

1. Lógicas e estratégias espaciais. 2. Campos dos  
Goytacazes. 3. Varejo Farmacêutico. 4. Produção  
intelectual. I. Santos, Leandro Bruno, orientadora. II.  
Universidade Federal Fluminense. Instituto de Ciências da  
Sociedade e Desenvolvimento Regional. III. Título.

CDD - XXX

**AMANDA DA CONCEIÇÃO SILVA**

**LÓGICAS E ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DAS EMPRESAS VAREJISTAS DE  
PRODUTOS FARMACÊUTICOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES-RJ**

Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Geografia apresentado ao Corpo Docente do Departamento de Geografia do Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal Fluminense, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Geografia.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Leandro Bruno Santos  
Universidade Federal Fluminense (Orientador)

---

Profa. Dra. Maria do Socorro Bezerra de Lima  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

Prof. Msc. Henrique Ferreira Batista  
Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro - SEEDUC/RJ

**CAMPOS DOS GOYTACAZES**

**2023**

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de começar agradecendo aos meus ancestrais e as orixás que me guiam e me ajudaram a chegar até aqui. Em segundo lugar, cabe nesse espaço, um especial agradecimento à minha avó Lizonete Da Conceição (in memoriam), primeira mulher negra retinta na família a se formar no ensino Superior público, abrindo as portas e me permitindo ter acesso a esse espaço e também agradeço a minha Bisavó Maria Luiza Conceição (in memoriam), por toda a criação e incentivo por estudar desde sempre. Hoje concluo essa graduação e gostaria de dizer pra vocês que eu consegui, sinto orgulho de poder ser mais uma mulher negra da nossa família a chegar até aqui.

Gostaria de agradecer e dedicar essa monografia a minha mãe Lilian da Conceição, minha tia Elizete Luiza da Conceição, meu tio Claudio Francisco, ao meu avô Paulo Geraldo e minha madrinha Alessandra Conceição, por todo apoio e incentivo durante esses anos para que eu continuasse e não desistisse no meio do caminho. Obrigada por tudo que fizeram por mim durante esse tempo, por toda ajuda que proporcionaram minha chegada até aqui. Agradeço ainda aos meus irmãos Maria Fernanda, Adriano, Luan e Julia, vocês são os amores da minha vida. Eu amo vocês do fundo do meu coração, obrigada por tudo.

À Larissa Quadros e Thaynara Gomes, deixo aqui um espaço em especial porque acredito que sem vocês esses 5 anos não seriam possíveis, nossa casa foi o lugar mais acolhedor que já tive na vida, obrigada por me ajudarem nessa jornada, vocês são as pessoas mais incríveis que já pude conhecer e ter o prazer de compartilhar; obrigada por tudo, eu amo vocês pra sempre.

Aproveito ainda para agradecer aos amigos que tive o prazer de dividir esses anos de graduação, Rafaela Flavia, Luiz Fernando, João Marcos, Maryanna Augusto e Nayenne Bonifacio, sem vocês eu não teria chegado até aqui. Por último, deixo uma dedicação especial a Bárbara Aragão, Lucas Pessanha e Pablo Fernandes, sem vocês essa monografia não teria sido possível, obrigada por partilharem esses últimos meses comigo, concluímos essa etapa juntos, meu muito obrigada a todos vocês.

A minha companheira Talita Cruz, obrigada por todo amor, carinho e compreensão nesse momento tão difícil que foi a construção desse trabalho. Minha cura- Mc Cabelinho. Te amo.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Leandro Bruno Santos, por estar comigo durante todo esse tempo, minha graduação toda praticamente tive o privilégio de poder ter você como

mestre, gostaria de dizer que o senhor é uma das minhas maiores referências de orientador, pesquisador e geógrafo, não tenho palavras para agradecer por todo esse processo. Através do você concluo essa graduação muito feliz por ter escolhido a Geografia, meu muito obrigada por tudo.

À banca examinadora agradeço mais uma vez por terem aceitado o convite para me avaliarem nesse momento. Vocês estarão pra sempre em minhas lembranças.

Por último, agradeço a Universidade Federal Fluminense, lugar onde eu me encontrei, saio dessa graduação com a sensação de dever cumprido e que isso foi só o começo de uma longa caminhada, obrigada, obrigada ao Departamento de Geografia, agradeço a todos os professores.

*“Então serra os punho sorria, E jamais volte pra sua quebrada  
de mão e mente vazias”*

**(Emicida)**

## RESUMO

Nos dias atuais, observa-se a expansão das grandes redes de farmácias pelo território brasileiro e também uma redefinição da organização espacial desse ramo, principalmente em função das novas lógicas e estratégias espaciais de localização. Essa lógica de expansão multiterritorial está estreitamente relacionada com outras lógicas, entre elas a financeirização das empresas e o processo de concentração e centralização de capital. A imperiosa pressão pelo retorno dos capitais e os altos custos dos terrenos onde se instalam impelem as empresas a adotarem uma outra lógica, que é a atuação como drugstore - oferta de medicamentos, produtos de higiene, perfumaria, beleza e maquiagem, além de serviços variados, como aferição de pressão arterial, glicose e teste de covid-19, caixas eletrônicos 24 horas, recarga de celular etc. Este trabalho visa analisar as lógicas e estratégias espaciais de localização das farmácias em Campos dos Goytacazes no período de 2011 até 2020. A metodologia utilizada incluiu levantamento e leitura bibliográfica, levantamento de dados secundários (SIDRA/IBGE, RAIS, ABRAFARMA), observação aleatória e sistemática, elaboração e aplicação de entrevistas. Observou-se que a lógica espacial dessas redes consiste no interesse pela dilatação dos seus espaços de atuação, incorporando centros urbanos importantes na rede urbana, especialmente cidades médias como Campos dos Goytacazes. Nesta cidade, esse incremento se deve, em grande parte, à instalação e expansão dos capitais extra locais e também às novas formas de organização dos pequenos capitais locais, que criam vários CNPJs como forma de cadastro no Simples Nacional e menor pagamento de impostos. Essas novas lógicas são acompanhadas por mudanças nas estratégias espaciais de localização dos capitais e dos mercados de atuação, no qual as grandes expandem formas comerciais voltadas à oferta de medicamentos, outros produtos e serviços, tanto no centro histórico como nos principais eixos de circulação, e os pequenos atuam, prevalentemente, na oferta de remédios e com uma estratégia espacial de bairro ou vizinhança.

**Palavras-chave:** Cidades Médias, Varejo Farmacêutico, Lógicas e Estratégias Espaciais, Campos dos Goytacazes.

## **ABSTRACT**

Nowadays, it is observed the expansion of large pharmacy chains throughout the Brazilian territory and also a redefinition of the spatial organization of this branch, mainly due to new logics and spatial strategies of location. This logic of multi-territorial expansion is closely related to other logics, including the financialization of companies and the process of concentration and centralization of capital. The imperious pressure for the return of capital and the high costs of the land where they settle impel companies to adopt another logic, which is the performance as drugstore - offering medicines, hygiene products, perfumery, beauty and makeup, in addition to varied services, as measurement of blood pressure, glucose and covid-19 test, ATMs 24 hours, cell phone recharge etc. This work aims to analyze the logics and spatial strategies of location of pharmacies in Campos dos Goytacazes from 2011 to 2020. The methodology used included literature review and reading, secondary data collection (SIDRA/IBGE, RAIS, ABRAFARMA), random and systematic observation, preparation and application of interviews. It was observed that the spatial logic of these networks consists in the interest for the expansion of their spaces of operation, incorporating important urban centers in the urban network, especially medium-sized cities such as Campos dos Goytacazes. In this city, this increase is due, in large part, to the installation and expansion of extra local capitals and also to the new forms of organization of small local capitals, which create several CNPJs as a form of registration in the Simples Nacional and lower tax payment. These new logics are accompanied by changes in spatial strategies for locating capitals and operating markets, in which the large ones expand commercial forms aimed at the supply of medicines, other products and both in the historic center and in the main axes of circulation, and the small ones act, predominantly, in the offer of medicines and with a spatial strategy of neighborhood or neighborhood.

**Keywords:** Medium Cities, Pharmaceutical Retail, Strategies Logics and Spatial, Campos dos Goytacazes.

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1- Localização do Município de Campos dos Goytacazes - RJ .....	16
Mapa 2- Distribuição dos estabelecimentos farmacêuticos pelo território brasileiro (2011)...	22
Mapa 3 - Dispersão dos estabelecimentos farmacêuticos pelo território brasileiro (2020).....	23
Mapa 4- Distribuição dos empregos no ramo varejista farmacêutico pelo território brasileiro (2011).....	23
Mapa 5- Distribuição dos empregos no ramo varejista farmacêutico pelo território brasileiro (2020).....	24
Mapa 6– Espaços de atuação do Grupo Raia Drogasil no Brasil .....	28
Mapa 7– Espaços de atuação do Grupo DPSP no Brasil.....	29
Mapa 8– Espaços de atuação do Grupo Pague Menos no Brasil.....	30
Mapa 9- Espaços de Atuação do Grupo Panvel no Brasil.....	31
Mapa 10- - Distribuição espacial das Farmácias em Campos dos Goytacazes (2023) .....	63

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Centralização econômica de grandes empresas do varejo farmacêutico .....	26
Figura 2- Índice de expansão da População Urbana (1970-2010).....	36
Figura 3- Inserção de Campos dos Goytacazes na rede urbana .....	38
Figura 4 - Áreas de concentração de comércio e serviços em Campos dos Goytacazes-RJ ....	47
Figura 5- Número de estabelecimentos farmacêuticos em Campos dos Goytacazes (2011-2021) .....	51
Figura 6- Número de Empresas do ramo Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos em Campos dos Goytacazes (2011-2021) .....	52
Figura 7- Número de empregos formais gerados pelos estabelecimentos farmacêuticos em Campos dos Goytacazes (2011-2021) .....	53
Figura 8- Salário médio pago pelas farmácias em Campos dos Goytacazes (2011-2021).....	54
Figura 9- Massa salarial (R\$) gerada pelo varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes (2011-2021) .....	55
Figura 10- Drogeria Pacheco na Avenida Alberto Torres .....	57
Figura 11- Drogeria Pague Menos na Saldanha Marinho .....	58
Figura 12- Droga Raia na Conselheiro Otaviano .....	58
Figura 13- Drogeria Tamoio na Avenida 28 de Março .....	59
Figura 14- JR Drogeria no Centro Histórico .....	60
Figura 15- Farmácia Vieira no final da Avenida 28 de Março.....	61
Figura 16- Drogeria César na Avenida José Alves de Azevedo.....	62
Figura 17- Unica Farma no distrito de Goytacazes .....	62

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Principais empresas do varejo farmacêutico no Brasil em 2020, por faturamento ..	27
Tabela 2- Estabelecimentos produtivos por subsetores em Campos dos Goytacazes (2011-2021).....	40
Tabela 3- Empregos formais por subsetores em Campos dos Goytacazes (2011-2021).....	42
Tabela 4- Empregos formais por função nas farmácias em Campos dos Goytacazes (2011-2021).....	55

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**SUS** - Sistema Único de Saúde.

**ANVISA** - Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

**IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**ABRAFARMA** - Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias.

**FEBRAFAR** - Federação Brasileira de Redes de Farmácias.

**ABCFARMA** - Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico.

**BNDES** - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

**UFF**- Universidade Federal Fluminense.

**IFF**- Instituto Federal Fluminense.

**UENF**- Universidade Estadual do Norte Fluminense.

**UFRRJ**- Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

**UCAM**- Universidade Candido Mendes.

**PIB**- Produto Interno Bruto

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
Capítulo 1 .....	19
CARACTERIZAÇÃO DO VAREJO FARMACÊUTICO NO BRASIL: SURGIMENTO, LÓGICA E ESTRATÉGIAS.....	19
<b>1.1 O surgimento da indústria farmacêutica no Brasil</b> .....	19
<b>1.2 Varejo farmacêutico, contexto histórico e seu crescimento</b> .....	20
<b>1.3 Varejo farmacêutico, estratégias e lógicas espaciais</b> .....	25
Capítulo 2 .....	34
CENTRALIDADE, EIXOS COMERCIAIS E LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS E DE SERVIÇOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES .....	34
<b>2.1 Campos dos Goytacazes e seu contexto histórico</b> .....	34
<b>2.2 Caracterização da estrutura produtiva</b> .....	39
<b>2.3 Centro, centralidades e eixos comerciais: localização de atividades comerciais e de serviços</b> .....	44
Capítulo 3 .....	50
ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DE LOCALIZAÇÃO DAS FARMÁCIAS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES.....	50
<b>3.1 Caracterização do varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes</b> .....	50
<b>3.2 Estratégias espacial dos capitais farmacêuticos em Campos dos Goytacazes</b> .....	56
<b>3.3 Estratégias de concorrência e os nexos espaciais</b> .....	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	68
REFERÊNCIAS .....	71

## INTRODUÇÃO

O ramo varejista farmacêutico vem apresentando uma concentração significativa no Brasil, tendo em vista as novas formas de reprodução do capitalismo. O ramo passa por uma série de processos, como a fusão e as novas aquisições por parte dos grandes grupos, levando esses capitais a se reproduzirem pelo espaço urbano e a buscarem outras lógicas e estratégias espaciais de localização espacial. Como aponta Santos (1982, p. 28):

O espaço está em evolução permanente. Tal evolução resulta da ação de fatores externos e de fatores internos. Uma nova estrada, a chegada de novos capitais ou a imposição de novas regras (preço, moedas, impostos etc.) levam a mudanças espaciais, do mesmo modo que a evolução “normal” das próprias estruturas, isto é, sua evolução interna, conduz igualmente a uma evolução. Num caso como no outro o movimento de mudança se deve a modificações nos modos de produção concretos.

Sendo assim, acredita-se que a lógica de instalação dessas grandes redes farmacêuticas em cidades médias e de porte médio consiste no interesse pela dilatação dos seus espaços de atuação, de modo a incorporar centros urbanos importantes para além das regiões metropolitanas. Essa expansão decorre como condição subjacente à reprodução ampliada desses capitais, sendo estes impelidos, de forma crescente, a ampliar sua lucratividade à proporção que abrem seus capitais na bolsa de valores e passam a ser controlados por fundos financeiros. As cidades médias, nesse contexto, se tornam locus de atuação dessas capitais, acolhendo diferentes redes de empresas, considerando que possuem mercado potencial intra e interurbano.

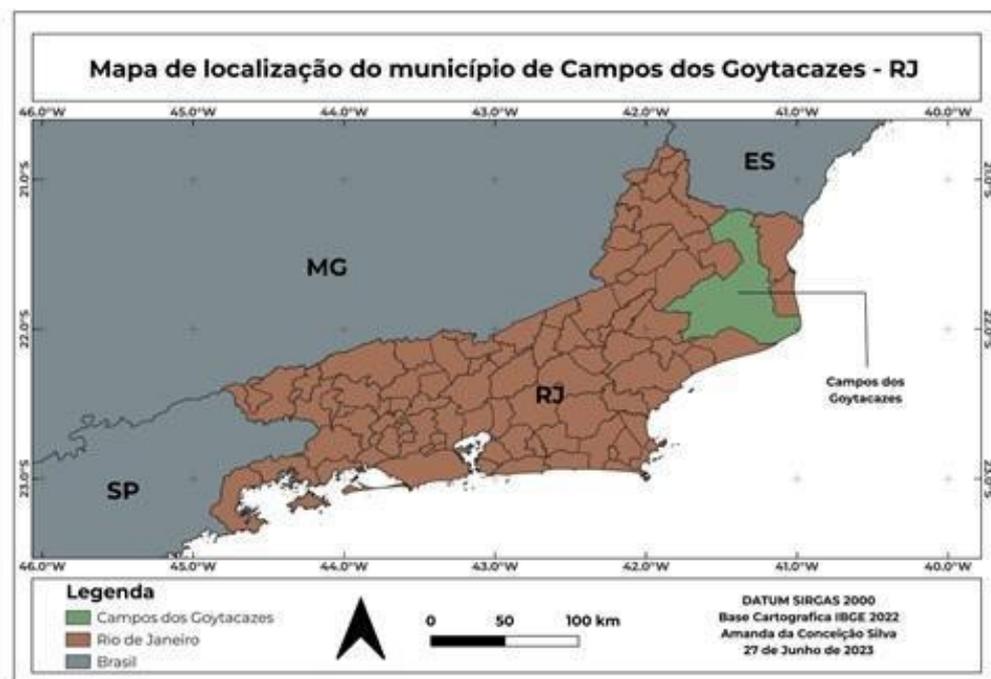
Atualmente, as 10 maiores redes farmacêuticas detêm, segundo a Abrafarma, receita bruta de R\$43,46 bilhões, ultrapassando os valores dos últimos anos (2017-2018) quando atingiu R\$31,68 bilhões. Ainda segundo a Abrafarma, o crescimento do varejo farmacêutico também se dá na venda dos não medicamentos, tendo em vista o crescimento do faturamento (período de 2017-2021) de quase R\$5 bilhões. De acordo com a Associação Brasileira de Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2011 apud BRAZIL PHARMA, 2012), o comércio de produtos da categoria HPC (Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos) atingiu R\$29 bilhões em 2011 (MIRANDA; MORDEHACHVILI, 2013, p. 47).

A lógica que as grandes empresas utilizam de primeiramente buscar pelas grandes metrópoles e, a partir disso, se consolidarem, prevalece até o atual momento, porém agora buscando fortemente as cidades médias como novas fronteiras de consumo, pois também

podem oferecer bens e serviços para os municípios da hinterlândia de influência desses centros. Dessa forma, elas buscam terrenos que ofereçam não só suas ligações com os fixos da rede urbana, mas também com a estratégia de captura dos fluxos interurbanos (SPOSITO; SPOSITO, 2017).

A partir disso, essa pesquisa busca investigar acerca da atuação dessas grandes capitais e seus impactos nas cidades médias, tendo como problema de pesquisa as seguintes questões norteadoras: Quais são as principais lógicas de atuação por trás da ação desses capitais? Quais as estratégias espaciais de localização espacial e seus nexos com as dinâmicas urbanas? Qual o comportamento empresarial e locacional das pequenas capitais locais? O recorte espacial escolhido foi a cidade de Campos dos Goytacazes (mapa 1), principal centro urbano do Norte Fluminense e relevante setor de comércio e serviços.

**Mapa 1-** Localização do Município de Campos dos Goytacazes - RJ



**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Campos dos Goytacazes detém, atualmente, cerca de 280 estabelecimentos farmacêuticos, que geram mais 1.500 empregos formais. As grandes redes representam em torno de 1/3 dos estabelecimentos do ramo na cidade, com a presença de grandes grupos líderes do mercado nacional do varejo farmacêutico como Grupo Raia-Drogasil, Grupo DPSP (Pacheco), Grupo Pague Menos e Drogaria Tamoios. Nos últimos anos, esses capitais avançaram rapidamente no mercado local, instalando estabelecimentos no centro histórico e

comercial e suas imediações, além de eixos comerciais importantes que desembocam, na sua maior parte, no centro. Sendo assim, essa pesquisa se justifica com a necessidade de analisar a lógica e as estratégias espaciais de localização das grandes redes de farmácias na cidade.

Como objetivo geral desta pesquisa buscamos analisar as lógicas e estratégias espaciais de localização das farmácias em Campos dos Goytacazes no período de 2011 até 2020. Nossos objetivos específicos incluem: a) Entender a lógica prevalente de organização do ramo varejista farmacêutico em diferentes escalas; b) Identificar e analisar as estratégias espaciais de localização das redes farmacêuticas de capitais extra locais e dos capitais locais em Campos dos Goytacazes; c) Compreender a dinâmica de concorrência no ramo farmacêutico e as estratégias de reprodução dos capitais locais na cidade de Campos dos Goytacazes.

Com vistas a atender nossos objetivos e responder aos questionamentos iniciais tomando como foco o varejo farmacêutico na cidade de Campos dos Goytacazes (RJ) e as grandes empresas nela instaladas, foi realizada, inicialmente, revisão bibliográfica sobre os seguintes temas: o varejo farmacêutico; as cidades médias; a lógica e estratégia espacial de instalação de capitais na rede urbana; a acessibilidade, concentração e centralização do capital. Esse procedimento teve como finalidade fundamentar o embasamento teórico da temática investigada e também auxiliarem no processo de construção do conhecimento científico no qual esse trabalho se propõe.

Foi realizado também um levantamento de dados secundários em sites como: RAIS/CAGED, SIDRA/IBGE, Abrafarma, entre outros, no qual se disponibilizam dados acerca de números de estabelecimentos, empregos gerados por atividades econômicas, faturamento por grupo, percentual de vendas por grande grupo associado e outras variáveis importantes para análise da temática. A partir do levantamento desses dados secundários e sua sistematização por meio de planilhas, foram construídos mapas temáticos, tabelas, quadros e figuras, no sentido de compreender a importância do segmento varejista farmacêutico para o mercado local e regional, as lógicas e estratégias de localização espacial etc.

Posteriormente foi realizado um trabalho de campo de observação sistemática e aleatória no sentido de compreender a instalação dos estabelecimentos de varejo farmacêutico, tendo a área previamente mapeada das grandes redes. Foi possível compreender a estratégia locacional utilizada dos diferentes capitais, a forma dos equipamentos comerciais. Foi realizado também entrevistas com proprietários das redes independentes de farmácias de campos e com o sindicato, com a finalidade de compreender as dinâmicas econômicas desses capitais locais e

as estratégias de concorrências desenvolvidas para enfrentamento do grande capital presente na cidade.

Esse trabalho encontra-se estruturado em 5 partes além da introdução. No primeiro capítulo, intitulado como: *Caracterização do varejo farmacêutico no Brasil*, realizamos um aprofundamento teórico em torno dos processos que contribuíram para o surgimento do varejo farmacêutico no contexto brasileiro, levando em consideração a evolução das então boticas até se tornarem estabelecimentos conhecidos hoje como farmácias, as políticas públicas que contribuíram para o fortalecimento da indústria farmacêutica brasileira e a expansão do varejo farmacêutico por todo território. Organizamos informações sobre o crescimento do varejo farmacêutico nos últimos dez anos e sua ligação com as estratégias e lógicas desenvolvidas pelas grandes empresas em suas estratégias de dilatação pela rede urbana. No final deste capítulo, caracterizamos as principais grandes redes do varejo farmacêutico do Brasil e suas formas de atuação pela rede urbana, especialmente as ações de concentração e centralização de capital, os nexos com o capital financeiro e expansão multiterritorial.

No capítulo 2, *Centralidade, eixos comerciais e localização das atividades comerciais e de serviços em Campos dos Goytacazes*, discutimos acerca da formação socioeconômica de Campos dos Goytacazes e sua influência na região que ocupa, como se tornou uma cidade com uma centralidade relevante para economia do Norte Fluminense. No que se refere à estrutura produtiva, fizemos um levantamento de dados para entender quais são as principais atividades que movimentam e dinamizam a economia local e regional. Ao final deste capítulo, reunimos elementos sobre a centralidade de Campos dos Goytacazes e suas interações com os outros centros urbanos e a instalação de empresas extra locais na cidade, para além do centro histórico, incorporados nesse lugar mas também nos principais eixos de circulação da cidade.

No último capítulo, intitulado *Estratégias espaciais de localização das redes de farmácias em Campos dos Goytacazes*, abordamos as formas de organização que vêm sendo apresentadas pelo varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes tendo em vista as novas lógicas que permeiam o varejo no Brasil. Trata-se de uma leitura de como se dão essas lógicas mais gerais na cidade sob a forma de atuação dos grandes capitais e as resistências dos capitais locais. Sendo assim, apontamos as principais características acerca das estratégias de localização espacial e de concorrência desenvolvidas pelos capitais e suas formas de organização no espaço.

Ao final, constam as principais considerações finais do trabalho, seguidas pelas referências utilizadas.

## Capítulo 1

### CARACTERIZAÇÃO DO VAREJO FARMACÊUTICO NO BRASIL: SURGIMENTO, LÓGICA E ESTRATÉGIAS

Neste capítulo, fazemos uma contextualização do varejo farmacêutico no Brasil, perpassando do período colonial até a expansão recente do varejo farmacêutico pelo território nacional. Na sequência, reunimos informações sobre o crescimento do varejo farmacêutico nos últimos dez anos, especialmente as inter-relações entre as estratégias de expansão dos capitais e a sua relação com a rede urbana. Ao final do capítulo, detalhamos as maiores redes de farmácias do país, características de atuação de cada uma delas, especialmente as ações de concentração e centralização de capital, os maiores nexos com o capital financeiro e a expansão multiterritorial.

#### 1.1 O surgimento da indústria farmacêutica no Brasil

No Brasil, a cultura farmacêutica surge no período colonial, quando foram introduzidos pelos portugueses os estabelecimentos que hoje são conhecidos como farmácias. Antigamente chamados de Botica, os estabelecimentos eram responsáveis por distribuir medicamentos com fins terapêuticos enviados pela coroa portuguesa. Dentro das boticas atuavam os boticários que eram conhecidos pela capacidade de ler as prescrições médicas e interpretá-las.

É também com a chegada da coroa portuguesa, por volta dos anos 1808, que ocorre a fundação da primeira escola de medicina no Brasil, “onde os médicos e os farmacêuticos aprendiam sobre manipulação e a terapêutica médica” (HELOU, 1986, p.15 apud AVELAR, 2019).

Em 1832 as escolas médicas que existiam no Brasil foram transformadas em Faculdades de Medicina do Rio de Janeiro e do Estado da Bahia. Com isso, regulou-se o ensino de farmácia, porém, a concretização do ensino deste conhecimento como profissão regulamentada só aconteceria em 1925, quase 100 anos depois (HELOU, 1986, p.15 apud AVELAR, 2019).

Souza; Barros (2003) destacam que as primeiras faculdades de farmácia foram fundadas entre os anos de 1839 e 1898 e que os primeiros profissionais formados eram voltados para a produção e controle de medicamentos. As autoras também salientam que “os boticários, que pesquisavam e manipulavam as fórmulas extemporâneas, foram lentamente sendo substituídos

pelos farmacêuticos formados” (SOUZA; BARROS, 2003, p. 29). No ano de 1889 já existiam cerca de 35 laboratórios pertencentes à indústria farmacêutica, sendo a maioria deles de predomínio familiar e de pequeno porte. Entre esses laboratórios, os mais reconhecidos são Instituto Butantan, Instituto Pasteur e Instituto de Patologia de Manguinhos, que produziam medicamentos de origem vegetal, mineral e animal (soros e vacinas) com o apoio de investimento estatal (RIBEIRO, 2001).

Com esse apoio dos investimentos estatais, esses laboratórios farmacêuticos intensificaram suas atividades para o desenvolvimento de medicamentos durante longos anos. Segundo Sindusfarma (2003), o primeiro produto brasileiro fabricado em escala foi o Biotônico Fontoura, que se tornou um dos produtos farmacêuticos brasileiros mais conhecidos da época. Teve sua produção em escala após a fundação do laboratório Fontoura em 1915 e ficou conhecido por sua ação publicitária que contava com o personagem Jeca Tatu de Monteiro Lobato, que, em suas histórias, figurava como herói nacional, em uma época de grandes contingentes de pobreza.

Outro marco histórico importante foi a criação e ampliação do Sistema Único de Saúde (SUS), em 1990, e outros grandes avanços com a criação, em 1999, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e a promulgação da lei que regulamenta e incentiva a ampliação da produção dos remédios genéricos. A indústria farmacêutica nacional cresceu consideravelmente nesse período, porém muito dependente de insumos importados, tornando o mercado brasileiro muito atrativo para a indústria farmacêutica internacional. Com esses avanços temos a ampliação do consumo brasileiro de medicamentos, contribuindo para o surgimento e a disseminação de estabelecimentos farmacêuticos e a concentração recente do varejo farmacêutico brasileiro.

## **1.2 Varejo farmacêutico, contexto histórico e seu crescimento**

Com as ações políticas que ocorreram nos últimos 20 anos, especialmente a aprovações de leis e a criação de órgãos, o varejo farmacêutico se consolida no Brasil e se torna um segmento relevante na economia nacional. Tudo se dá a partir de um processo chamado de financeirização do setor de saúde, caracterizado pelo crescimento do ramo farmacêutico, pela diversificação dos produtos comercializados, pela intensificação de fusão e abertura de farmácias, pelo aumento do porte e das receitas dessas empresas e pela dilatação dos territórios de atuação para além dos espaços metropolitanos. Como aponta Santos (1996, p. 264):

Podemos, grosso modo, admitir, pelo menos, três momentos na produção e na vida das redes. Um largo período pré mecânico, um período mecânico e a fase atual [...] No primeiro período, há, de algum modo, “império” dos dados naturais; o engenho humano era limitado, às vezes subordinado, às contingências da natureza. Dentro dessas circunstâncias, as redes se formavam com um largo componente de espontaneidade. [...] No segundo momento, cuja afirmação coincide com os albores da modernidade, as redes assumem o seu nome, mediante o caráter deliberado de sua criação. [...] A chamada pós-modernidade, este período técnico-científico-informacional, marca um terceiro momento nessa evolução. Os suportes das redes encontram-se, agora, parcialmente no território, nas forças naturais dominadas pelo homem (o espectro eletromagnético) e parcialmente nas forças recentemente elaboradas pela inteligência e contidas nos objetos técnicos. [...]

No ano de 2004, com a criação do programa Farmácia Popular (Lei nº 10.858), um programa da Política Nacional de Assistência Farmacêutica do Governo Federal, ampliou-se o consumo de medicamentos para todos, o que ocorreu devido a uma diminuição do comprometimento da renda familiar para obtenção dos medicamentos. O programa se ampliou depois de um tempo através da parceria feita com redes de farmácias privadas, com intuito de um alcance espacial maior. Nos últimos anos, percebe-se uma expansão do varejo farmacêutico nas principais metrópoles brasileiras, mas também há um movimento das grandes redes em direção a cidades médias e de porte médio. Segundo Sposito (1997 p. 28):

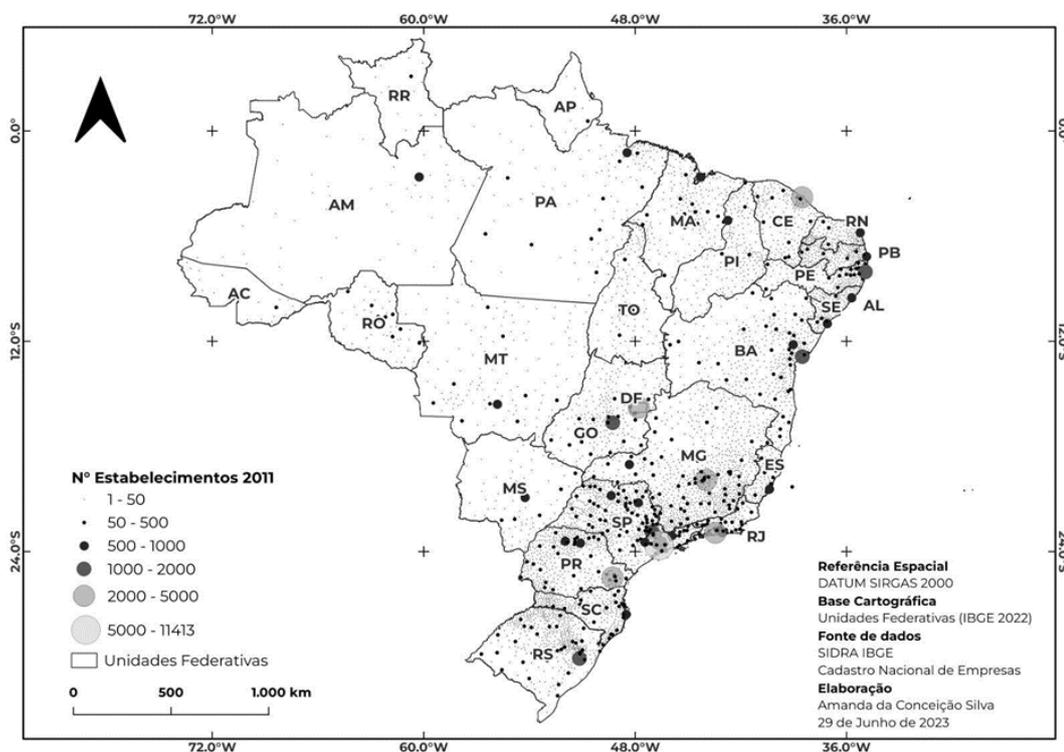
A redefinição da centralidade urbana não é um processo novo, ruas ganham novas dimensões, considerando-se o impacto das transformações atuais e a sua ocorrência não apenas nas metrópoles e cidades grandes, mas também em cidades de porte médio.

Esse fenômeno se dá graças à expansão das vias urbanas e dos meios de comunicação que possibilitam uma maior articulação entre as cidades, tornando alguns centros urbanos atrativos para investidores internacionais e empresas de capital aberto, por conta do mercado local e da sua influência no entorno regional, atraindo assim fluxos de pequenas cidades. Podemos observar esse movimento com relação à distribuição dos estabelecimentos do varejo farmacêutico em diferentes regiões do Brasil.

No ano de 2011, percebemos uma concentração expressiva, porém ainda não tão definida na região Sudeste, mais precisamente no estado de São Paulo (mapa 2). Isso acontece devido à grande concentração populacional e à presença das sedes das grandes redes do varejo farmacêutico presentes nessa região do país. As regiões Nordeste e Sudeste lideram o mercado, sendo a liderança da região Sudeste devida ao fato dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro

serem pontos estratégicos dentro da rede urbana para expansão do varejo, pela localização geográfica que ocupam e também pelo desenvolvimento desses grandes centros urbanos.

**Mapa 2-** Distribuição dos estabelecimentos farmacêuticos pelo território brasileiro (2011)

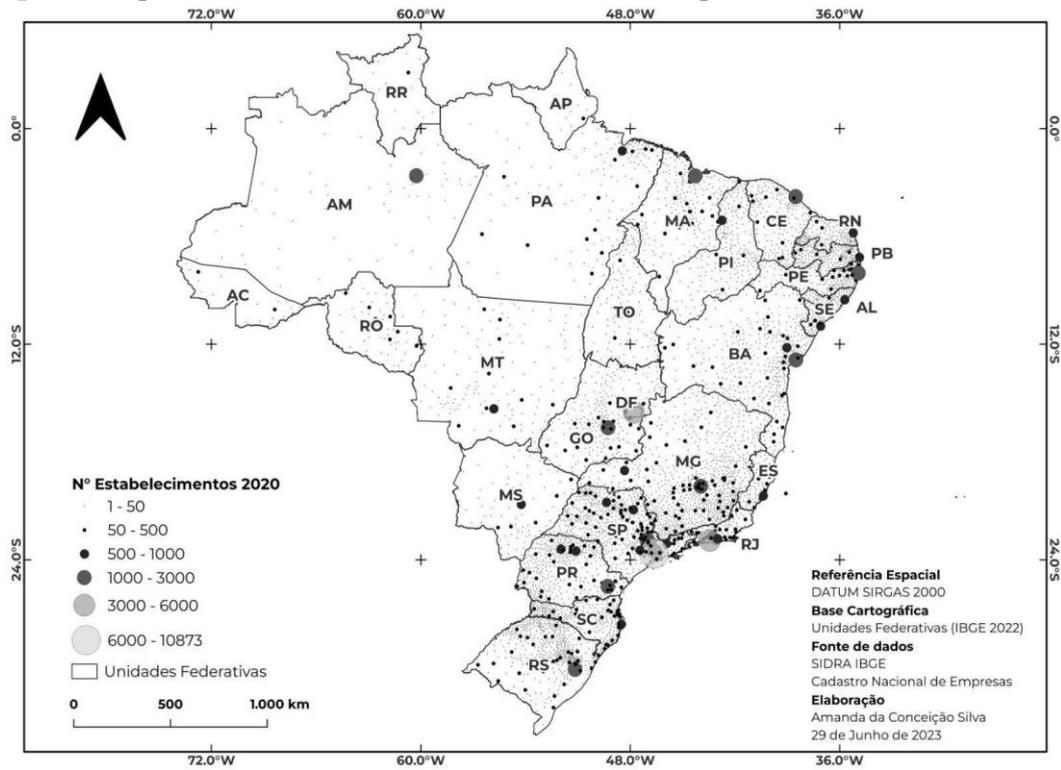


Como aponta Corrêa (2004. p. 75):

Os diversos padrões locacionais coexistentes em uma rede urbana resultam de um longo e diversificado processo de criação e recriação de atividades produtivas. Este processo originou, em numerosos pontos do território, uma complexa rede de centros onde se realizam diferentes funções urbanas em um multivariado processo de criação, apropriação e circulação do valor excedente: o território participa de modo variado na divisão territorial do trabalho, sendo dotado de uma rede urbana caracterizada por uma complexa tipologia de centros, cada tipo apresentando um padrão locacional próprio.

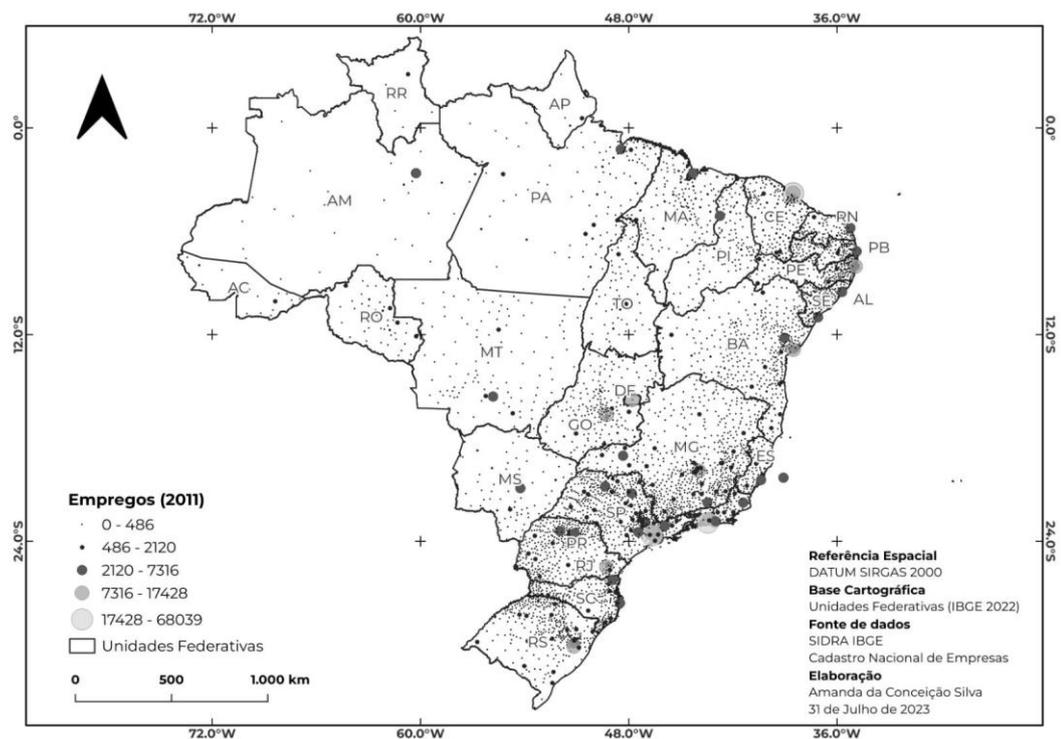
A formação de uma rede urbana possibilitou uma articulação em diversas escalas geográficas e a expansão cada vez mais descentralizada. Criou-se assim um novo padrão de organização e estratégias locacionais, pois os grandes capitais do ramo farmacêutico passam a estar não só mais nas metrópoles e sim pelas principais regiões e cidades do território brasileiro, gerando não apenas empregos na região em que se instalam, mas apropriando-se de mercados para sua reprodução ampliada. O mapa 3 mostra a descentralização do varejo farmacêutico.

**Mapa 3-** Dispersão dos estabelecimentos farmacêuticos pelo território brasileiro (2020)



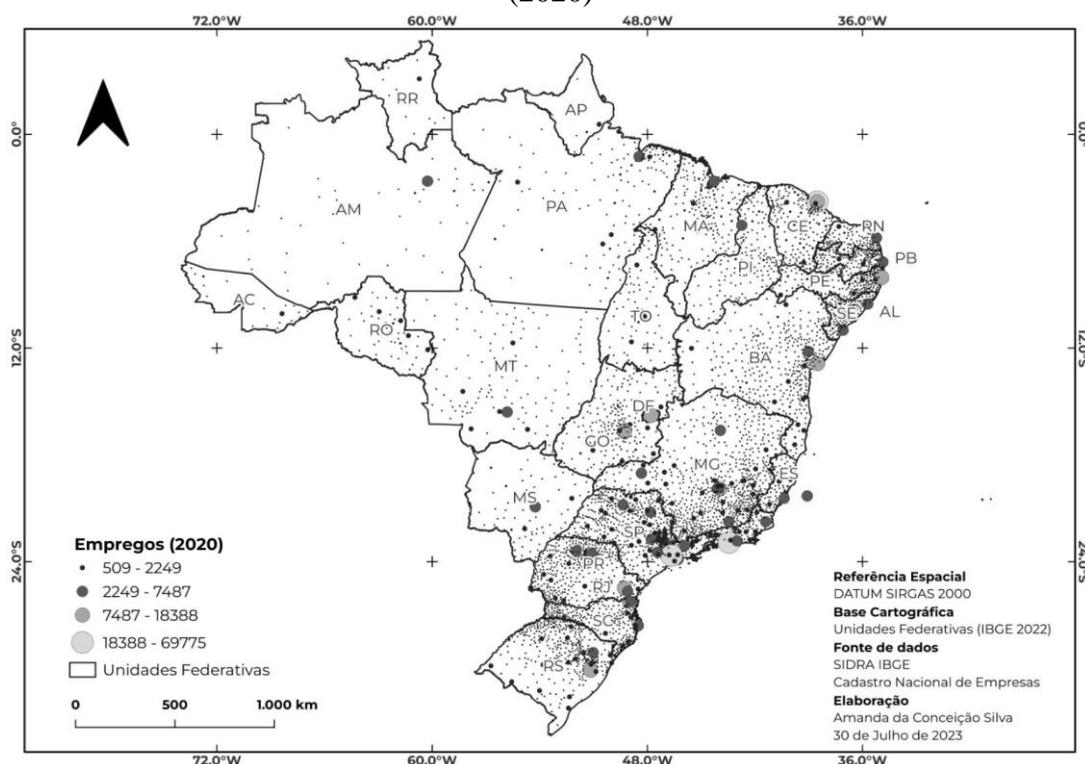
Com o incremento no número de estabelecimentos, também temos o aumento do número de empregos gerados pelas farmácias, com destaque para algumas regiões (mapa 4).

**Mapa 4-** Distribuição dos empregos no ramo varejista farmacêutico pelo território brasileiro (2011)



A maior concentração no ano de 2011 se dava nas Regiões Sul e Sudeste, porém algumas regiões ainda se destacavam. Os pontinhos menores desse mapa representam a geração de empregos em menor escala. Notamos uma nítida concentração nas metrópoles e capitais estaduais, além de cidades médias e de porte médio da rede urbana no interior dos estados de São Paulo, Paraná, Rio de Janeiro, Minas Gerais. No ano de 2020, os empregos aparecem ainda de forma concentrada nas mesmas regiões e cidades, porém notamos um incremento tímido de cidades nas regiões centro-Oeste e Norte do país (mapa 5).

**Mapa 5-** Distribuição dos empregos no ramo varejista farmacêutico pelo território brasileiro (2020)



A forte presença na cidade de São Paulo por exemplo que é a cidade sede de maior concentração das grandes redes, nela se encontra os principais centros de distribuições e também o maior número de lojas dessas grandes redes, de modo que nesses centros urbanos a competitividade é maior entre as grandes redes. Outro ponto interessante a se observar é a concentração no número de empregos no Nordeste tendo em vista aquisições de um grande grupo de uma rede local, isso pode servir para explicar o crescimento na geração de empregos dentro desse período.

### 1.3 Varejo farmacêutico, estratégias e lógicas espaciais

Os avanços tecnológicos possibilitaram novos ganhos de competitividade no ramo varejista farmacêutico no Brasil, essa competitividade aparece quando observamos as lógicas e estratégias espaciais. Como aponta Sposito; Sposito (2017, p. 466):

A palavra lógica tem conteúdo polissêmico. Vem do grego logos e pode tanto significar o modo como usamos o raciocínio para desenvolver uma atividade, como quer dizer estudo normativo e, em certa medida, filosófico do próprio raciocínio. No plano filosófico, a lógica se ocupa do tratamento das formas de raciocínio que orientam a formulação de hipóteses, levam a inferências, deduções e induções, dão sentido aos caminhos do pensamento e que visam, em princípio, atestar que determinadas operações intelectuais e, portanto, científicas têm acuidade.

Nesse sentido, os autores trazem a definição da palavra “*lógica*” que seria o modo como usamos o raciocínio para desenvolver uma atividade, podendo existir múltiplas lógicas que orientam a estrutura das redes urbanas e a produção do espaço urbano. Sposito; Sposito (2017, p. 466) também destacam o conceito de *estratégia* espacial:

[...] Como ocorre com a palavra lógica, a palavra estratégia é carregada de diversos sentidos podendo ser vista, também, como polissêmica. De origem grega (strategos) significa, de um modo geral, a forma como os agentes se organizam para atingir uma meta, e foi utilizado, inicialmente, no âmbito militar (em outras palavras, é a ação do general nos conflitos).

Partindo desse pressuposto, nomeamos as *lógicas* e *estratégias* espaciais como um conjunto de ações das empresas. Os agentes econômicos projetam e se organizam dentro da rede urbana para se instalarem consistindo assim num conjunto de atividades produtivas que formulam e recriam o espaço urbano, desenvolvem particularidades espaciais e mudanças ao longo tempo. Sendo assim, atualmente percebe-se um padrão entre as lógicas espaciais e estratégias concorrenciais que as empresas do ramo do varejo farmacêutico utilizam para se expandirem, sendo elas: 1) Concentração e Centralização do capital; 2) Abertura do capital para expansão; 3) “Drugstores” seguindo o modelo estadunidense; 4) Fidelização de Clientes para descontos maiores; 5) Oferta de serviços e 6) Produtos com marcas próprias.

Partindo das lógicas citadas, observa-se que o varejo farmacêutico no Brasil utiliza a lógica de *concentração econômica* que, segundo Sposito; Sposito (2017), seria a capacidade que as empresas têm de ampliar seus capitais, juntamente com a possibilidade de reprodução do capitalismo, ou seja, quando os capitais aumentam sua atuação no mercado, respondendo

por maior fatia das vendas, dos estabelecimentos e empregos, dos lucros. A centralização do capital é uma lógica que observamos com a fusão e aquisição de empresas.

Como aponta Kon (1994, p. 54), “a concentração e a centralização do capital levam ao desenvolvimento de estruturas de mercado cada vez mais oligopolizadas ou monopolistas, com a formação de combinações entre empresas que visam dominar a concorrência”. Desse modo a concentração e centralização do capital resultam em número reduzido de grandes empresas, o que acirra a concorrência entre esses grupos (figura 1).

**Figura 1-** Centralização econômica de grandes empresas do varejo farmacêutico



Fonte: Elaborado pelo autor.

O varejo farmacêutico tem crescido e se tornado um dos principais segmentos varejistas no país. Nos últimos anos, as grandes empresas desse ramo começaram a centralizar os capitais com aquisições de outras empresas, diminuindo o número de empresas atuantes, ou seja, essas empresas centralizam esses capitais para dominarem a concorrência e concentrarem ainda mais o mercado de distribuição de remédios. Não apenas pela diminuição dos concorrentes que esse ramo varejista tem se consolidado e crescido no país, como também pela via da concentração

do capital, com maior expansão das vendas, contratação de funcionários e incremento do número de lojas das grandes empresas frente às pequenas e médias empresas.

Segundo dados do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o faturamento do setor farmacêutico anual atinge em torno de R\$ 77 bilhões por ano. Se destaca principalmente pelo crescimento do consumo de medicamentos por famílias que representam cerca de 13% desse número, 12% representado pela saúde pública e 69% do faturamento da indústria é feito pelo comércio varejista. Dentro desses números destacam-se as cinco maiores redes de farmácias do país: Raia Drogasil, Drogarias Pacheco e Drogarias São Paulo (Grupo DPSP), Brasil Pharma, Drogaria Araujo e Panvel Farmácia (tabela 1).

**Tabela 1-** Principais empresas do varejo farmacêutico no Brasil em 2020, por faturamento

<b>Posição</b>	<b>Redes</b>	<b>Faturamento</b>
1°	Raia Drogasil	R\$ 24,2 bilhões
2°	DPSP	R\$ 11,7 bilhões
3°	Farmácias Pague Menos	R\$ 8,1 bilhões
4°	Farmácia São João	R\$ 4,3 bilhões
5°	Panvel Farmácias	R\$ 3,2 bilhões
6°	Drogaria Araújo	R\$ 3 bilhões
7°	Clamed Farmácias	R\$ 2,7 bilhões
8°	Extrafarma	R\$ 2,1 bilhões
9°	Drogaria Nissie	R\$ 2 bilhões
10°	Drogaria Venancio	R\$ 1,9 bilhões

**Fonte:** ABRAFARMA, 2020  
Elaborado pelo autor.

A Raia Drogasil, fruto da fusão entre os grupos Droga Raia e Drogasil no ano de 2011, lidera o mercado atualmente. Esse grupo ainda apresenta características específicas como estratégias de atuação e de localização, uma vez que, por mais que as empresas tenham se fundido, elas não unificaram a sua bandeira e se dividem para atuação em todo o território nacional.

A Drogasil tem como característica de expansão os mercados do Nordeste, enquanto a Droga Raia é marcada pelo avanço no Sul, essa divisão acontece como parte da lógica de

fortalecimento da marca em cada localidade (mapa 6). Raia e Drogasil possuíam, até o ano de 2015, 1.091 lojas por todo país. O número de lojas cresceu em média a uma taxa de 100 estabelecimentos por ano desde 2010 passando a margem de 6%. Esse grupo se destaca utilizando também outras lógicas de atuação no mercado como desenvolvimento de marca própria, oferta de serviços diversificados, entre outros (RAIA, DROGASIL, 2015).

**Mapa 6** - Espaços de atuação do Grupo Raia Drogasil no Brasil

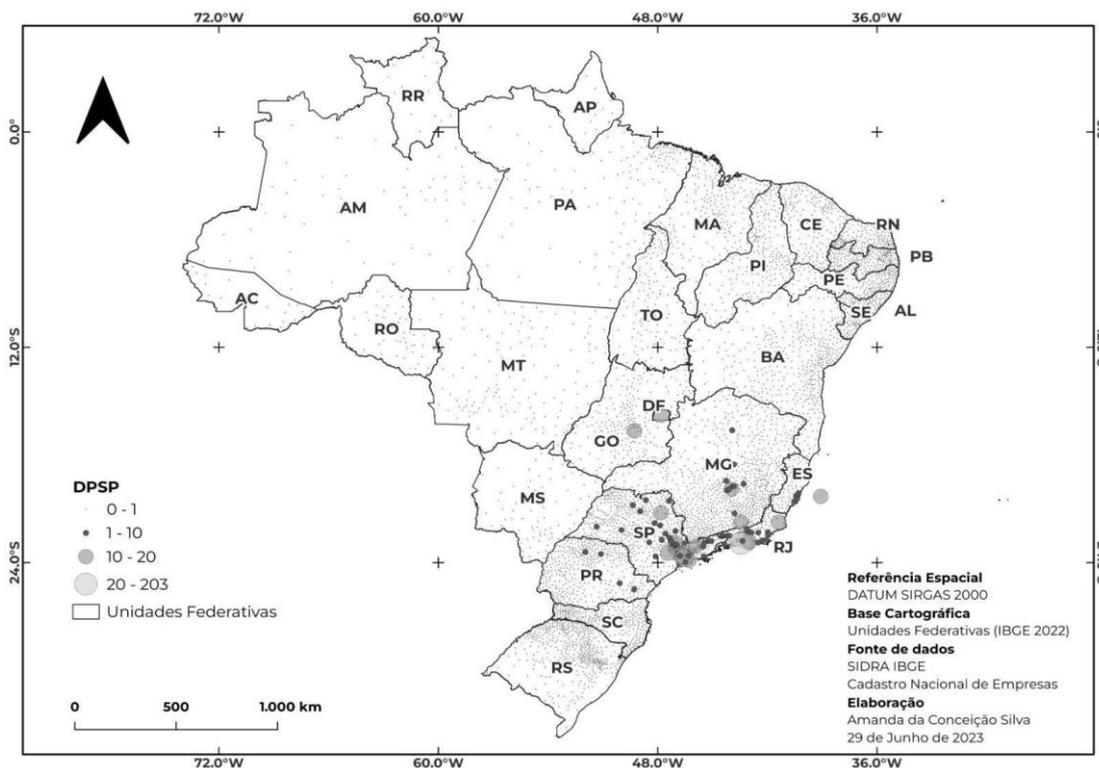


**Fonte:** Site da Empresa.  
Elaborado pelo autor.

O segundo grupo é o DPSP, que é fruto da fusão entre as redes Drogarias Pacheco e Drogarias São Paulo no ano de 2012. Esse grupo também possui estratégias de localização bem definidas por não terem unificado a bandeira, eles se dividem no território e isso favorece o desenvolvimento e crescimento de ambas as redes (mapa 7). O grupo possui cerca de 961 lojas em todo território brasileiro com o índice de abertura de 95 novas lojas ao ano, um percentual anual de 4,4 %. O grupo, porém, não possui capital aberto em bolsa, utilizam outra lógica de mercado que é conhecida como *incorporação*, pois eles utilizam capitais próprios para adquirir ou fundir operações com outras redes menores, ou seja, aumentam as lojas sob seu controle e dividem os lucros de forma proporcional ao capital investido com os demais. Outra lógica

marcante desse grupo é a oferta de serviços diversificados, a oferta da telemedicina com consultas médicas, além da fidelização dos seus clientes (DPSP, 2014).

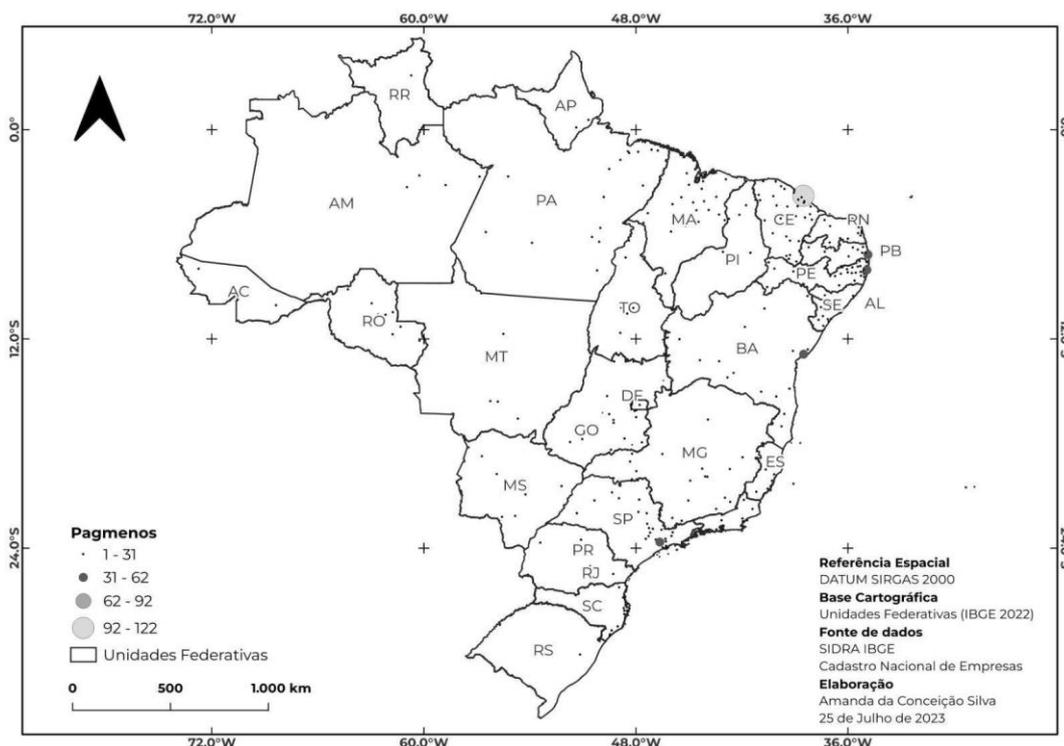
**Mapa 7–** Espaços de atuação do Grupo DPSP no Brasil



**Fonte:** Site da Empresa.  
Elaborado pelo autor.

O Pague Menos é o terceiro maior do país e também conhecido pela imitação ao modelo estadunidense com a diversificação de produtos oferecidos em suas lojas, com mais de 1100 lojas em todo território brasileiro, sendo reconhecido pelo seu crescimento e por utilizar estratégias de expansão bem definidas, oferecendo sempre preços competitivos para o mercado. A rede avança investindo em outras áreas do varejo farmacêutico como distribuição de medicamentos, produção de cosméticos e medicamentos genéricos. O grupo comprou recentemente a rede Extrafarma, em 2019, o que lhe permitiu ampliar significativamente sua presença no mercado e a expansão para outras áreas do país, como por exemplo instalação de lojas na região Norte e Nordeste onde a rede Extrafarma tinha forte presença (mapa 8). Essa aquisição demonstra o exemplo da concentração econômica no qual um grande grupo detém uma maior fatia do mercado, aumentando seu faturamento e expandindo sua área de atuação; além disso, o grupo também atua vinculado a outras lógicas apontadas anteriormente, entre elas os nexos financeiros com o capital aberto em bolsa.

**Mapa 8**– Espaços de atuação do Grupo Pague Menos no Brasil



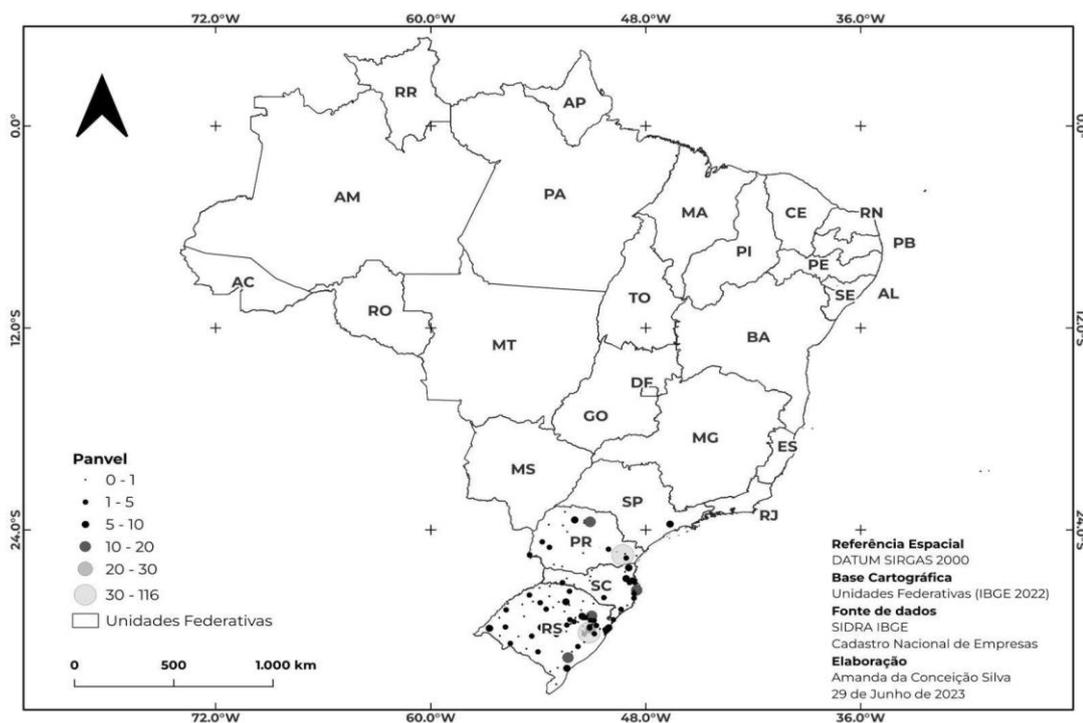
Fonte: Elaborado pelo autor.

Outros grupos presentes no ranking e que vêm crescendo com utilização de outras estratégias de expansão incluem a Drogaria Araújo, que tem grande influência no varejo, porém sua atuação se resume a Belo Horizonte (MG). Apesar da empresa atuar somente nessa região, possui faturamento médio por loja de R\$11 milhões, ultrapassando a líder do setor. A estratégia dessa empresa é voltada para o modelo Estadunidense “Drugstore”, oferecendo uma grande variedade de produtos e serviços nas lojas, sendo conhecida por conhecer os desejos do público local e ter alta qualidade nos serviços prestados, dificultando a expansão de competidores no âmbito local.

Pode-se observar também diferentes forças de consolidação no varejo farmacêutico como, por exemplo, o Panvel que se destaca por fazer parte do grupo Dimed, que é um grupo integrado verticalmente e que controla também uma distribuidora de remédios, caracterizando um modelo de negócios diferente do que ocorre nas outras. A estratégia que esse grupo utiliza é o aumento da escala de compra perante a indústria com maior facilidade para expansão geográfica, sinergias eficientes operacionais, entre a operação e o conhecimento complementar sobre o mercado. A empresa concentra sua atuação na Região Sul (mapa 9) e dentro das suas características se destaca também sua marca própria de HBC, que é responsável por 20% da

rentabilidade, e possui atualmente 321 lojas com cinco modelos diferentes de atuação (GRUPO DIMED, 2015).

**Mapa 9- Espaços de Atuação do Grupo Panvel no Brasil**



**Fonte:** Elaborado pelo autor.

Pode-se notar que o varejo farmacêutico exibe um forte crescimento por todo território brasileiro e os principais grupos que lideram o mercado se diferenciam entre si devido às lógicas e estratégias espaciais adotadas. Os líderes do varejo farmacêutico Droga Raia e Drogasil, Drogaria Pacheco e Drogaria São Paulo, se fundiram entre si dentro da *lógica* entendida como *concentração e centralização* para competirem com os demais grupos, levando esses outros grupos a buscarem força no mercado e se adaptarem dentro dessa dinâmica de concorrência. Conforme diz Sposito (2017, p. 469):

A lógica que orienta a concentração e a centralização econômica não pode ser vista sem ser considerar o modo que essas empresas passaram a se organizar no espaço. Todas elas ampliaram a cobertura espacial, ou seja, promoveram em alguma medida desconcentração espacial [...]

Dentro da mudança nas *lógicas e estratégias* que as grandes empresas adotam para sua expansão, percebe-se que a concentração e centralização econômica ordenam a forma e quais dessas bandeiras atuam no território. Atualmente, essas capitais atuam não somente nas

principais metrópoles, mas também buscam cidades médias ou de porte médio que possuem um grande grau de importância para a sua hinterlândia regional. Essas cidades vêm tomando cada vez mais força e se tornando assim atrativas para essas empresas se instalarem dentro delas, mas sempre utilizando de algumas estratégias espaciais como estar nas principais vias de acesso ou eixos de circulação.

No que se refere às estratégias de concorrência desses grandes grupos, percebe-se que, para além das lógicas e estratégias espaciais já citadas, outro fator importante a se observar é uma forte expansão nas principais metrópoles e também seus nexos com o programa de farmácia popular criado pelo governo em 2004. Esse programa ganha força depois de uma parceria público privada no qual as grandes redes passam a ser conveniadas para atuar no programa. Essas corporações se beneficiam com a venda ao mesmo tempo em que o Estado brasileiro logra maior capilaridade na oferta de remédios na atenção primária à saúde.

No que se refere às estratégias de concorrência desses grandes grupos, percebe-se que nas principais metrópoles eles se enfrentam diretamente, tendo em vista que sua principal concentração de lojas são as metrópoles. Os principais grupos citados se enfrentam diretamente nas cidades da Região Sudeste, principalmente na cidade de São Paulo, onde se percebe uma maior concentração do varejo farmacêutico. O grupo que atua por todo território é a Rede Pague Menos, dada sua atuação em todos os estados, e Raia - Drogasil tem uma topologia um pouco menor, mas também em escala nacional. Já os grupos DPSP e Panvel atuam mais especificamente regiões Sudeste e Sul, respectivamente, tendo em vista uma expansão mais orientada para os principais mercados do país como estratégia espacial.

As tecnologias da informação, juntamente com a ampliação das rodovias e dos meios de transporte, modificam o modo como os agentes econômicos se instalam no espaço urbano e como isso interfere em diferentes escalas geográficas, possibilitando a reprodução capitalista de deslocamento de riquezas entre territórios com maior ritmo. No que se refere a hierarquia urbana e como a cidade se organiza com a expansão dos agentes econômicos, Sposito (1998, p. 30) aponta que:

No que se refere às novas formas de expansão territorial da cidade, podemos dizer que a evolução da política locacional do aparelho comercial e de serviços reproduz a tendência locacional da função residencial no interior da cidade, qual seja a de um crescimento urbano centrífugo.

As empresas usam a localização geográfica como principal ponto de instalação, os eixos de circulação que interligam as vias principais da cidade se tornam *locus* de instalação dessas

formas comerciais. As empresas buscam a fidelização de clientes a partir dos fluxos de pessoas, no entanto as pequenas continuam atuando em bairros. Observa-se também uma expansão de pequenas redes em bairros mais afastados do centro e das vias de circulação, elas atuam principalmente na comercialização de medicamentos e nem sempre possuem uma grande variedade de marcas e produtos.

Em síntese, esse primeiro capítulo retrata o contexto histórico e os processos que permitiram a instalação dos estabelecimentos farmacêuticos no Brasil, e também caracteriza a consolidação e a atuação dos principais *players* do varejo farmacêutico. O crescimento desse ramo nos últimos anos tem sido marcado pela concentração e centralização de capital, por novas formas organizacionais em rede e pela expansão multiterritorial das empresas para além dos centros metropolitanos, acompanhando os principais nós da rede urbana. Cidades médias e de porte médio têm se tornado locus de expansão desses capitais, pelo tamanho de seus mercados consumidores e pela articulação desses espaços com seu entorno regional.

## Capítulo 2

### **CENTRALIDADE, EIXOS COMERCIAIS E LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES COMERCIAIS E DE SERVIÇOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES**

Neste capítulo, realizamos uma contextualização histórica de Campos dos Goytacazes, particularmente com relação à dinâmica populacional e à polarização exercida no Norte Fluminense. Também analisamos a estrutura produtiva do município, considerando os empregos formais e as atividades produtivas predominantes. Ao final, fazemos uma discussão acerca da centralidade de Campos dos Goytacazes e suas interações com os outros centros urbanos e a instalação de empresas extralocais na cidade, para além do centro histórico, principalmente nos principais eixos de circulação.

#### **2.1 Campos dos Goytacazes e seu contexto histórico**

Campos dos Goytacazes, localizada no Norte fluminense, estado do Rio de Janeiro, possui atualmente, segundo as estimativas do IBGE (2023), uma população de aproximadamente 483.551 pessoas. É reconhecida como cidade desde 1885 e, atualmente, é considerada uma cidade média por influenciar e coordenar a produção da Região Norte Fluminense.

A cidade de Campos dos Goytacazes, conhecida anteriormente como Vila de São Salvador, teve sua economia inicialmente voltada para a pecuária e, posteriormente, para a agricultura, com destaque para o cultivo de cana-de-açúcar e a instalação de usinas açucareiras. Ao longo do século XX, com a modernização dos antigos engenhos por meio da utilização de vapor, o município se tornou o maior produtor de cana-de-açúcar do país. Nesse contexto, ocorreu a consolidação do parque industrial sucroalcooleiro, que desempenhava um papel importante na economia local. Essa diversificação impulsionou ainda mais a economia regional.

Essas atividades econômicas foram determinantes para o desenvolvimento e crescimento da então Vila, que alcançou a categoria de cidade no ano de 1835. A comercialização para exportação dos produtos agrícolas se deu por meio do Rio Paraíba do Sul, estratégico para o escoamento das mercadorias, o que contribuiu para a consolidação do núcleo urbano situado próximo a este elemento natural. Formaram-se núcleos urbanos que realizavam a comercialização e também davam apoio logístico à circulação das mercadorias, sendo que o

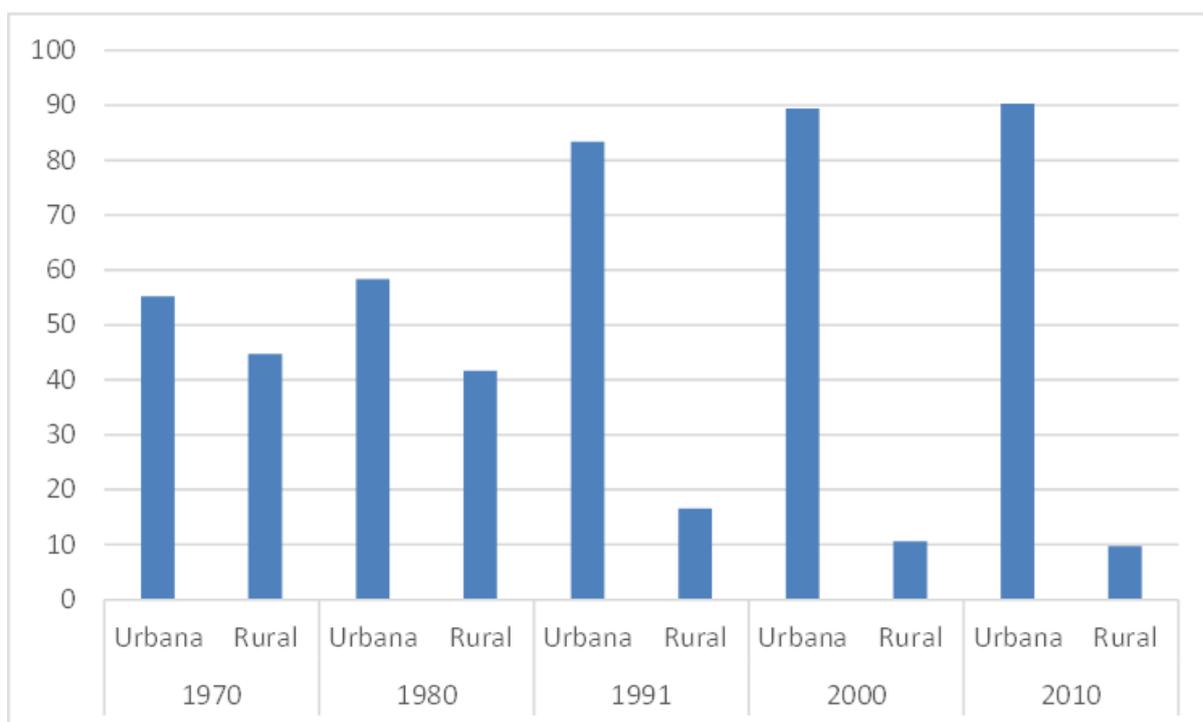
local no qual se instalou o principal centro urbano seria a localização de maior acessibilidade, considerando as vias principais e seus nexos com as demais regiões.

A ocupação da cidade acontece em decorrência da colonização da Vila de São Salvador, com isso, a cidade passa ter uma infraestrutura financiada pela aristocracia açucareira no período entre 1842 a 1900. Nos primeiros anos, a economia local era baseada na produção de açúcar, que impulsionava, por meio dos engenhos, a organização espacial das atividades produtivas e da população. No campo estava a produção e também parcela da população, que se aglomerava em pequenos núcleos e localidades ao redor das usinas, enquanto na cidade estavam os serviços administrativos e religiosos, além das atividades comerciais e de serviços necessárias à produção no campo.

Um dos acontecimentos históricos que marcam a dinâmica econômica regional é a descoberta do petróleo na Bacia de Campos no ano de 1974, que atraiu os capitais nacionais e internacionais para a região, especialmente em Macaé, intensificando alterações no papel dos centros urbanos nas redes de cidade. A diversificação econômica da região se intensificou a partir da década de 1970, com a exploração da Bacia de Campos e, com o marco regulatório do petróleo, a arrecadação e repartição de royalties e participações especiais (NETO; NETO, 2006).

A evolução da economia, desde a atividade pecuária até a produção de cana-de-açúcar e, posteriormente, a exploração de petróleo, contribuiu para a consolidação de Campos dos Goytacazes como um importante centro urbano e econômico na região. Ao longo do período de 1980 a 2010, Campos dos Goytacazes passou por mudanças significativas na distribuição da população entre áreas rurais e urbanas. Um ponto de destaque foi o considerável êxodo rural que ocorreu na década de 1980 até 1991, em compasso com a crise da cultura sucroalcooleira (figura 2).

**Figura 2- Índice de expansão da População Urbana (1970-2010)**



**Fonte:** IBGE, 2011

A população urbana apresenta um forte crescimento tendo em vista os efeitos da crise do setor agrícola. Essa migração da população rural para as áreas urbanas foi um fator importante nesse processo de consolidação e fortalecimento do papel de Campos dos Goytacazes na rede urbana. Em 2010, aproximadamente 90,3% da população do município já residia em áreas urbanas, tendência que reflete uma mudança na estrutura demográfica do município ao longo do tempo, com uma diminuição gradual da população rural e um aumento proporcional da população urbana.

Esse movimento é uma característica principal em cidades médias, à medida que os centros urbanos oferecem maior acesso a serviços, infraestrutura, oportunidades de trabalho e qualidade de vida. É importante considerar que essa expansão da cidade no que se refere à distribuição populacional tem implicações como a necessidade de investimentos em infraestrutura, serviços públicos e políticas adequadas para atender às demandas crescentes da urbanização.

A cidade, que anteriormente detinha uma estrutura produtiva que atendia as atividades desenvolvidas no campo, passou a atrair outros tipos de atividades econômicas, o que contribuiu para a expansão de alguns segmentos de comércio e serviços eminentemente urbanos, bem como para uma maior atuação de capitais extralocais de atuação nos segmentos varejista e

atacadista, que se expandem para além das metrópoles e escolhem as cidades médias como locus de sua atuação.

Sposito (2017b, p. 40) salienta que “o conceito de cidade média é adequado apenas para as cidades de porte médio que desempenham papéis intermediários e/ou regionais no conjunto da rede urbana”. Ou seja, cidades médias são aquelas que intermediam e articulam com os demais núcleos urbanos superiores (metrópoles) e inferiores (cidades locais), configurando uma hinterlândia de influência. Assim, nem toda cidade de porte médio será uma cidade média, e como núcleos de intermediação, é na análise das suas relações com outros centros urbanos que sua natureza poderá ser compreendida (SPOSITO, 2017).

Apesar de ocupar uma posição inferior no nível hierárquico da metrópole ou das regiões metropolitanas, Campos dos Goytacazes se destaca porque, desde sua constituição, possui papel importante no contexto regional, concentrando os investimentos estatais e abrigando as instalações de empresas diversas. Segundo o Regic (2018), Campos dos Goytacazes é classificada como uma “capital regional C”, que são os centros urbanos com alta concentração de gestão, mas com o alcance menor quando comparado a uma metrópole. A média nacional de população das cidades dessa categoria é de 300 mil habitantes em 2018, sendo maior na Região Sudeste (360 mil) e menor na Região Sul (200 mil).

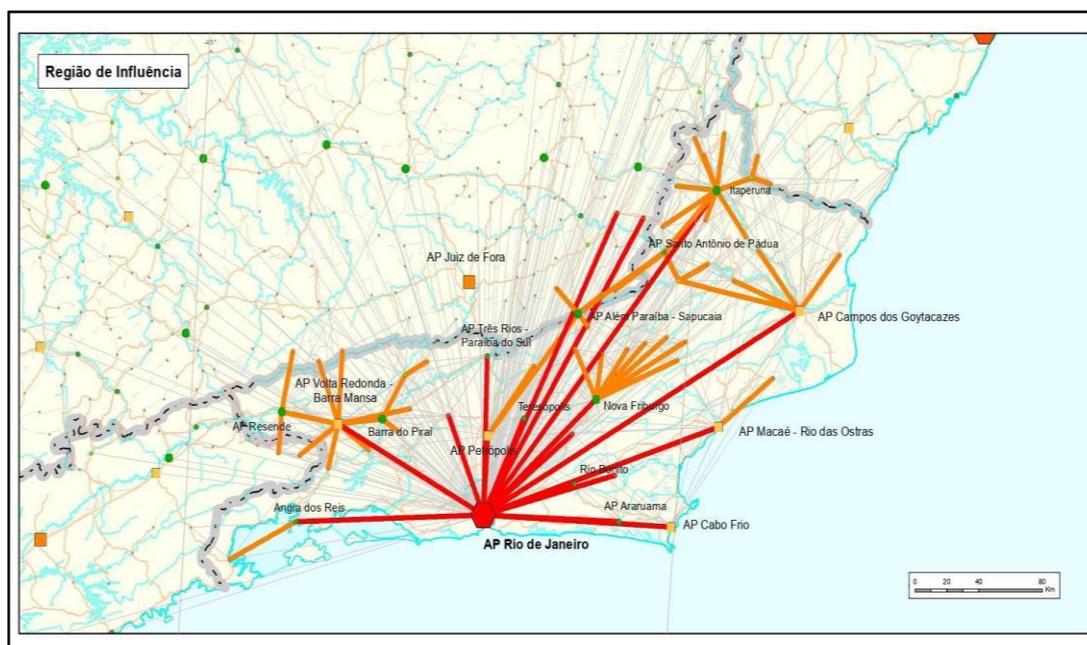
A cidade de Campos dos Goytacazes, por sua localização estratégica no Norte Fluminense, pela presença de infraestruturas de circulação e pelas atividades econômicas que abriga, exerce influência sobre o Noroeste Fluminense e o Sul do Espírito Santo. Como aponta Sposito (2010 p. 53):

Na medida em que as relações entre as cidades se estabeleciam definidas por fluxos materiais, que dependiam de formas de deslocamento e meios de transporte, as contigüidades territoriais eram elemento essencial para se pensar os papéis das cidades, sobretudo as médias e pequenas pouco servidas por sistemas de transportes rápidos e/ou de longa distância, como o marítimo e o aéreo.

Na mesma direção, no que se refere a inserção da cidade na rede urbana (figura 3), Corrêa (2007; 2017a) aponta para três aspectos a serem considerados. Um diz respeito às interações espaciais por elas estabelecidas, que são as “[...] intensas, complexas, multidirecionais e marcadas pela multiescalaridade” (CORRÊA, 2007, p. 30). Campos dos Goytacazes aparece como lugar central, por ser uma cidade média, que são consideradas “capitais regionais” da hierarquia urbana, em outras palavras pela sua interação com relações espaciais externas e sua articulação com os fluxos materiais e imateriais contribuindo para a

atribuição de funções urbanas. A incorporação de uma cidade na rede urbana se dá sob o critério dessas relações espaciais, considerando as trocas variadas que efetuam a partir da função que exercem (CORRÊA, 2007; 2017a).

**Figura 3-** Inserção de Campos dos Goytacazes na rede urbana



**Fonte:** REGIC, 2020.

Campos dos Goytacazes, para além de uma localização favorável, estando distante de outras cidades médias ou metrópoles, estabelece um amplo alcance espacial, atraindo seus fluxos majoritariamente pelo setor de comércio e serviços. A intensificação das interações espaciais causa grandes transformações nas dinâmicas intra urbanas porque ampliam as relações da cidade com as demais escalas, tornando-as cada vez mais diversas e complexas, incrementando os fluxos de informações de mercadorias e de pessoas.

Com relação às transformações dos papéis das cidades na rede urbana e na região, bem como as alterações no uso e ocupação do solo urbano, Sposito, (2004, p. 312) propõe:

A expressão "reestruturação" para se fazer referência aos períodos em que é amplo e profundo o conjunto das mudanças que orientam os processos de estruturação urbana e das cidades. A adjetivação "urbana" está sendo reservada para se fazer referência às mudanças regionais e/ou no âmbito das redes urbanas, enquanto "da cidade" é adotada para se tratar da escala intra-urbana. No primeiro caso, prevalecem processos e dinâmicas de escalas mais abrangentes, no segundo a morfologia urbana é tratada de modo articulado a esses processos, que ainda as formas espaciais das cidades sejam ponto de partida ou de chegada.

A partir disso, compreende-se que as novas formas de produção do espaço urbano expressam uma construção de cidades descontínuas ou dispersas que ampliam em múltiplas escalas as relações. Nesse contexto, prevalecem apenas os papéis regionais que participam do processo de expelir os fluxos que geram movimentos nas estruturadas redes urbanas. Entende-se que, apesar das grandes transformações impostas pelo capitalismo global do século XX, a cidade de Campos dos Goytacazes ampliou sua cobertura de influência nas regiões vizinhas, demarcando assim sua participação ativa dentro da rede urbana e exercendo também o papel de centralidade dentro dela.

## **2.2 Caracterização da estrutura produtiva**

As grandes transformações do século XX, que “intensificaram as relações econômicas em escala mais abrangente, redefinindo a divisão internacional do trabalho e gerando um processo mais claro de mundialização da economia” (SPOSITO, 2010, p. 52) só foram possíveis graças aos novos sistemas de informática com comunicação por satélite, num período de crescente desenvolvimento científico, configurando o que Santos (1996) denominou de “meio técnico-científico-informacional”.

A partir dessas mudanças, principalmente nos processos de divisão social do trabalho e de desenvolvimento científico, o Brasil, assim como outros países do mundo, passa por uma crescente difusão de informações. Dentro dessa difusão começa um processo também de expansão das redes empresariais pelo território. Dentro desse processo de expansão das redes empresariais no Brasil, cidades como Campos dos Goytacazes passam a ter sua importância reconhecida dentro da rede urbana na qual se insere. O município passa então por uma reestruturação produtiva e da cidade com a alteração das dinâmicas econômicas anteriormente ligadas à produção sucroalcooleira para a exploração de petróleo e gás, sendo esta responsável pela expansão e maior diversificação do setor comercial e de serviços. A expansão destes últimos tem a ver, em grande parte, com a exploração do petróleo na Bacia de Campos e a expectativa gerada pela inserção do Complexo Portuário no Açú.

Conforme afirmam Gonçalves; Mesquita; Santos (2021 p. 154),

A transição da tradicional economia sucroalcooleira para a petrolífera no final do século XX, após o início das explorações pela Petrobrás na Bacia de Campos, acompanhou o processo global de reestruturação econômica. Esse movimento de exploração extrativista, segundo Neto e Neto (2006), impactou econômica e territorialmente os municípios da Região Norte Fluminense envolvidos direta ou indiretamente na cadeia produtiva do petróleo, sobretudo

a partir do momento em que a Lei do Petróleo de 1997 decretou que a Petrobrás não mais detivesse o monopólio da exploração, culminando na chegada de multinacionais na região para operar na Bacia de Campos.

Apesar de Macaé ter sido escolhido para instalação da base com a infraestrutura para exploração de petróleo na Bacia de Campos, os resultados obtidos no primeiro momento de exploração foram incipientes, porém, a partir da década de 1990, com os avanços tecnológicos alcançados pela Petrobras, inicia-se a produção em grande escala, o que implica mudanças nas economias locais e regionais, com a configuração de uma complexa divisão territorial do trabalho gerada pelas atividades de petróleo e gás.

O setor extrativista necessitava de mão de obra qualificada tanto no nível técnico como em nível superior e, com isso, a região passou a receber um aumento de instituições de ensino em todos os níveis. Atualmente, Campos dos Goytacazes possui 3 universidades públicas (UFF, UENF e UFRRJ) e também conta com campis do IFF. Além de instituições públicas também conta com instituições privadas como UCAM, Isecensa, Universo, Estácio de SÁ, Uniflu etc. Esse aumento de instituições de ensino reflete o papel exercido pela cidade na qualificação da força de trabalho para economia local e regional, especialmente com o incremento das demandas geradas pela indústria de Petróleo e Gás. Com isso, a cidade de Campos dos Goytacazes passou a receber alto fluxo de alunos, que não se limita apenas à região do Norte fluminense, mas também do Espírito Santo, com um fluxo diário de 300 ônibus com alunos para essas instituições (NETO; NETO, 2006).

Considerando as mudanças citadas nas dinâmicas econômicas da cidade de Campos dos Goytacazes é possível observar alterações no número de estabelecimentos produtivos (tabela 2). Tendo em vista que atualmente a cidade passa por uma crise em decorrência da queda dos royalties do petróleo (BATISTA; SANTOS, 2018), outras atividades econômicas assumem maior destaque na economia local.

**Tabela 2-** Estabelecimentos produtivos por subsetores em Campos dos Goytacazes (2011-2021)

<b>Subsetores IBGE</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>	<b>2021</b>	<b>%</b>	<b>Var 2011-2021</b>
Extrativa Mineral	27	0,34	22	0,27	-18,5%
Prod. Mineral não Metálico	168	2,13	162	1,98	-3,6%
Indústria Metalúrgica	40	0,51	56	0,69	40,0%
Indústria Mecânica	18	0,23	26	0,32	44,4%
Elétrico e Comunic	5	0,06	4	0,05	-20,0%

Material de Transporte	12	0,15	14	0,17	16,7%
Madeira e Mobiliário	26	0,33	21	0,26	-19,2%
Papel e Gráf	34	0,43	28	0,34	-17,6%
Borracha, Fumo, Couros	29	0,37	21	0,26	-27,6%
Indústria Química	16	0,2	14	0,17	-12,5%
Indústria Têxtil	79	1	40	0,49	-49,4%
Indústria Calçados	3	0,04	1	0,01	-66,7%
Alimentos e Bebidas	119	1,51	147	1,8	23,5%
Serviço Utilidade Pública	10	0,13	17	0,21	70,0%
Construção Civil	575	7,28	505	6,18	-12,2%
Comércio Varejista	3.508	44,4	3.276	40,09	-6,6%
Comércio Atacadista	212	2,68	235	2,88	10,8%
Instituição Financeira	83	1,05	86	1,05	3,6%
Adm Técnica Profissional	566	7,16	854	10,45	50,9%
Transporte e Comunicações	245	3,1	361	4,42	47,3%
Aloj Comunic	859	10,87	911	11,15	6,1%
Médicos Odontológicos Vet	447	5,66	597	7,31	33,6%
Ensino	193	2,44	250	3,06	29,5%
Administração Pública	9	0,11	15	0,18	66,7%
Agricultura	618	7,82	508	6,22	-17,8%
<b>Total</b>	<b>7901</b>	<b>100</b>	<b>8171</b>	<b>100</b>	<b>3,4%</b>

Fonte: RAIS, 2022.

No período em questão, o Comércio Varejista ganha força e lidera a economia local, representando aproximadamente 44,40% dos estabelecimentos; porém, dentro do mesmo período, perdeu número de estabelecimentos, sendo no ano de 2011 cerca de 3.508 e em 2021 3.276, uma queda de -6,6%. Logo em seguida, observa-se o crescimento de setores como Ensino, que varia em 29,5% com um crescente número passando de 193 estabelecimentos a 250. A Construção Civil exibe uma queda de 7,68% para 6,18% na sua representação quanto aos estabelecimentos. Atividades Técnicas e Profissionais apresentam um crescimento dos estabelecimentos de 566 para 854, um aumento 50,9%.

Além de sua importância quanto ao número de estabelecimentos, o setor do Comércio Varejista também se destaca como o maior gerador de empregos em Campos dos Goytacazes, apesar de sua queda nos últimos anos (tabela 3). Essas atividades desempenham um papel crucial na geração de empregos e impulsionam a economia local, contribuindo com uma parcela importante do Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 23.841.836,92 do município. Esse setor é responsável por oferecer bens de consumo e serviços diretamente à população, promovendo o comércio local e estimulando a atividade econômica, tendo uma participação de R\$ 9.251.665,39 sobre o PIB municipal (IBGE, 2023).

**Tabela 3-** Empregos formais por subsetores em Campos dos Goytacazes (2011-2021)

<b>Subsetores IBGE</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>	<b>2021</b>	<b>%</b>	<b>Var 2011-2021</b>
Extrativa Mineral	237	0,26	201	0,24	-15,2%
Prod. Mineral Não Metálico	3.246	3,52	2.376	2,79	-26,8%
Indústria Metalúrgica	546	0,59	400	0,47	-26,7%
Indústria Mecânica	293	0,32	371	0,44	26,6%
Elétrico e Comunic	15	0,02	19	0,02	26,7%
Material de Transporte	249	0,27	119	0,14	-52,2%
Madeira e Mobiliário	324	0,35	255	0,3	-21,3%
Papel e Gráf	281	0,31	114	0,13	-59,4%
Borracha, Fumo, Couros	140	0,15	112	0,13	-20,0%
Indústria Química	467	0,51	481	0,57	3,0%
Indústria Têxtil	653	0,71	194	0,23	-70,3%
Indústria Calçados	24	0,03	11	0,01	-54,2%
Alimentos e Bebidas	2.011	2,18	2.905	3,41	44,5%
Serviço Utilidade Pública	1.540	1,67	1.165	1,37	-24,4%
Construção Civil	9.379	10,18	3.080	3,62	-67,2%
Comércio Varejista	22.522	24,45	19.663	23,11	-12,7%
Comércio Atacadista	2.638	2,86	3.231	3,8	22,5%
Instituição Financeira	1.239	1,35	1.490	1,75	20,3%
Adm Técnica Profissional	5.302	5,76	8.180	9,61	54,3%
Transporte e Comunicações	3.690	4,01	3.492	4,1	-5,4%

Aloj Comunic	7.524	8,17	6.229	7,32	-17,2%
Médicos Odontológicos Vet	4.604	5	7.518	8,83	63,3%
Ensino	4.154	4,51	5.945	6,99	43,1%
Administração Pública	18.641	20,24	16.035	18,84	-14,0%
Agricultura	2.391	2,6	1.508	1,77	-36,9%
<b>Total</b>	<b>92110</b>	<b>100</b>	<b>85094</b>	<b>100</b>	<b>-7,6%</b>

Fonte: RAIS, 2022.

Dentro deste setor, encontram-se segmentos como lojas de rua, supermercados, farmácias, entre outros. No ano de 2011, mais de 24% dos empregos na cidade estavam relacionados a esse setor específico e, no ano de 2021, o percentual foi de 23%, por conta da queda nos empregos e estabelecimentos. Não obstante, mantém a condição de principal atividade econômica que dinamiza a economia local, à frente da administração pública.

Como já visto anteriormente, o setor que mais cresceu percentualmente nos últimos anos foi Administração Técnica e profissional, com aumento do seu peso de 5% para 9% na geração de empregos. Algumas atividades, apesar de não representarem tanto quanto ao número de estabelecimentos, aparecem com maior destaque em relação à geração de empregos, tendo em vista que as atividades mais relevantes tiveram uma queda de variação dentro deste período. Destacam-se sobretudo as atividades como Médicos odontológicos e veterinários, Ensino, Instituição Financeira, Alimentação e bebida, entre outras.

Atualmente, o setor de comércio e serviços é a principal atividade econômica em Campos dos Goytacazes, não só no sentido de estabelecimentos de Comércio varejista, mas também na geração de empregos. Percebe-se também uma expansão desses estabelecimento pela cidade, não só pelo seu centro histórico mas também pelos principais eixos de circulação, tudo isso se dá a partir da crescente difusão e intensificação do uso do automóvel (o que tem determinado a produção das cidades em função, prioritariamente, dos deslocamentos) e de novas tecnologias da informação e comunicação, além de fatores particulares relacionados ao custo de aluguéis e captação de fixos e fluxos que determinado lugar pode oferecer.

As mudanças que ocorreram com a modernização conservadora da agricultura na metade de 1960 no Brasil e a expansão industrial contribuíram para o surgimento de novas áreas de concentração nas cidades. A cidade de Campos dos Goytacazes, na condição de uma cidade média que coordena os fluxos e dinâmicas da região onde se situa, antes um polo da produção sucroalcooleira e da oferta de comércio e serviços, teve seus papéis alterados com a exploração

de petróleo na Bacia de Campos, que contribuiu para fortalecer seu papel como centro urbano de oferta de serviços especializados (saúde, educação etc.) e um forte comércio varejista e atacadista.

Campos dos Goytacazes se tornou uma cidade média que exerce influência sobre a região em que está inserida. O desenvolvimento econômico - que impulsionado - contribuiu para o surgimento de novas dinâmicas econômicas da cidade, e o setor de comércio e serviços se destaca por atender às demandas da população local e de cidades do entorno que buscam suas facilidades e oferta diversificada.

### **2.3 Centro, centralidades e eixos comerciais: localização de atividades comerciais e de serviços**

O processo de reestruturação urbana e da cidade em Campos dos Goytacazes pode ser visto com dois fatores principais: 1) a diversificação produtiva englobando a exploração de petróleo na bacia de Campos, o recebimento dos royalties 2) modernização conservadora da agricultura, migração e aumento da especulação imobiliária. Com o reforço dessas dinâmicas crescem também as atividades de comércio e serviços, definindo assim o centro urbano regional que, segundo (CORRÊA, 2004), é o núcleo urbano que exerce influência numa determinada região por meio da sua posição central e da oferta de serviços e atividades que atraem a população circunvizinha.

As novas dinâmicas econômicas por que passam os centros urbanos intermediários alteram as relações econômicas e redefinem os tipos hierárquicos determinados pelos interesses de uma economia internacional, que articulam a partir de sistemas de comunicação e informatização, possibilitando que as cidades médias passem a ter ligações diretas com as demais metrópoles ou centros de outros países. A acessibilidade se torna um ponto de atrativo para empresas internacionais se instalarem na cidade, tendo em vista seu desenvolvimento com ampliação das rodovias e a modernização dos transportes, além da polarização sobre amplo mercado regional.

A acessibilidade desempenhou um papel importante para o desenvolvimento desses centros urbanos intermediários, particularmente no caso de Campos dos Goytacazes, onde a descoberta do petróleo e sua posterior exploração engendrou e intensificou o fluxo de pessoas, insumos e bens finais. Campos dos Goytacazes é uma cidade que, para além das atividades nela desenvolvidas, serve como principal ligação entre o estado do Rio de Janeiro e Espírito Santo, atraindo assim não só fluxos do Norte Fluminense mas também de outros estados.

A cidade de Campos dos Goytacazes atualmente possui o núcleo central que também é o principal centro histórico e comercial desde os tempos de colônia, responsável por atender as necessidades dos setores produtivos, além de concentrar variedades de atividades ligadas ao consumo. Desse modo, o centro histórico passa a ser o local que concentra além das riquezas - no qual o setor de comércio monopolizava os lucros - também o poder, pois é nele que se encontram os poderes religiosos, sociais e econômicos. Contudo, nas últimas décadas, a cidade passou por várias transformações que contribuíram para a formação de novas áreas de concentração do comércio, e essa reconfiguração do espaço urbano altera não somente as novas áreas de concentração como também a função do centro principal.

Entendemos como centro principal, com base em Sposito (2010, p. 214), o “nú articulador dos fluxos de pessoas e de mercadorias e também como espaço de criação a partir do qual se difundem as informações e as ideias. Nele concentram-se as principais atividades privadas e públicas.” Nesse sentido, é necessário retomar a discussão sobre localização como já vista por Ramos (2018) e Corrêa (2010) sobre a questão da localização das grandes empresas tendo em vista as novas formas de investimentos que estão relacionadas com tais processos. Como diz Ramos (2018 p. 128):

Em outras palavras, a localização começou a ter enorme significado quando passou a representar um dos elementos que influenciava os custos de produção e os lucros e, portanto, a capacidade de sucesso do empreendimento no capitalismo concorrencial.

Sendo assim, no contexto do pós-guerra e da transição para uma fase de organização flexível do modo capitalista de produção, há um aumento da automação flexível e da inserção das tecnologias da informação possibilitaram novas formas de organização no espaço. Conforme disse Santos (1996, p. 96), “antes, a sociedade se instalava sobre lugares naturais, pouco modificados pelo homem, hoje, os eventos naturais se dão em lugares cada vez mais artificiais, que alteram o valor, a significação dos acontecimentos naturais”.

Nesse mesmo sentido, Ramos (2018, p. 128) afirma:

Isso se tornou possível graças ao progresso técnico que, de certa forma, ampliou a conexão entre lugares e o fluxo de informações, mercadorias e pessoas, além de reduzir os efeitos da distância econômica (aquela medida em função do custo e tempo de deslocamento).

A cidade de Campos dos Goytacazes, como já visto anteriormente, se insere na rede urbana como um centro regional que articula as demais cidades do Norte Fluminense com outros nós da rede urbana. O seu principal centro histórico e comercial anteriormente era o lugar

no qual se tinha a maior concentração de atividades econômicas e também a oferta de serviços como bancos, lojas de rua, centros médicos, transportes, farmácias etc.

A instalação de novas formas comerciais e de serviços, o elevado custo do solo urbano nas áreas centrais, a expansão do uso das tecnologias da informação, a estruturação de sistema de eixos de circulação que articula o centro com as demais porções da cidade, entre outros, contribuiu para a alteração das relações intraurbanas. O centro principal passou a não ser mais o local de instalação de grandes empresas, definindo assim novas centralidades e contribuindo para a criação de subcentros:

[...] sub-centros 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 (SPOSITO, 1991, p. 4).

Entende-se que os subcentros são classificados dessa forma pois abrangem atividades que anteriormente só se encontram nos centros principais, ou seja, nesses locais se encontram atividades tradicionalmente centrais, mas apenas algumas delas. Nos subcentros podemos encontrar atividades como: bancos, algumas atividades de varejo em menor escala, algumas lojas de departamento, porém dificilmente essas áreas irão concentrar em grande escala grandes redes de diversos segmentos. No caso das centralidades, são áreas que concentram de forma específica algumas atividades, em outras localidades da cidade. Como afirma Sposito (1991, p.4):

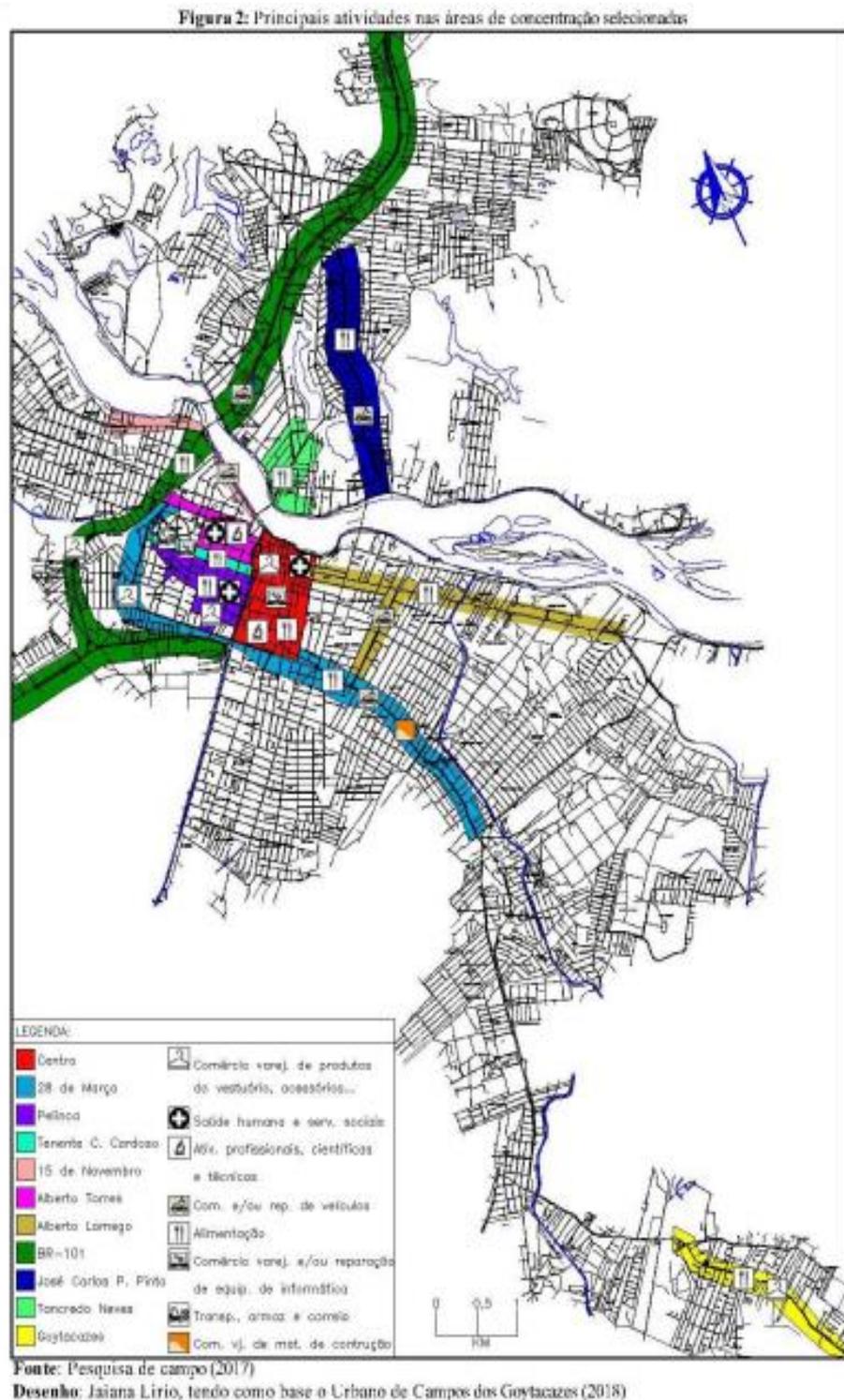
No processo de estruturação mais recente das cidades brasileiras, observamos a localização de atividades terciárias tipicamente centrais ao longo de vias de maior circulação de veículos, traduzindo-se na configuração de eixos comerciais e de serviços importantes.

Ou seja, as principais vias de circulação das cidades passaram a ser alvos de concentração de algumas atividades especializadas com a finalidade de captação de fluxos, configurando como desdobramento da área central, porém não são áreas contínuas; sendo assim, não podem ser caracterizadas como uma mera expansão do centro ou dos subcentros. Entendemos então a centralidade como o desdobramento de atividades comerciais pelos eixos da estrutura urbana.

Batista; Santos (2021) verificaram 11 áreas de concentração de atividades econômicas na cidade de Campos dos Goytacazes, sendo a maior parte delas situadas nas principais vias da cidade e com ligações com o centro principal: Avenida 15 de Novembro, BR 101, Avenida 28

de março, Avenida Alberto Torres, Tancredo Neves, Tenente Coronel Cardoso, Avenida Pelinca, José Carlos Pereira Pinto, Alberto Lamego e um pouco mais distante do centro da cidade, a Rodovia Raul Souto Maior, RJ 2016 (Goytacazes). Essas vias e rodovias são consideradas lugares que expressam uma centralidade dentro do espaço urbano (figura 4).

**Figura 4** - Áreas de concentração de comércio e serviços em Campos dos Goytacazes-RJ



Conforme salientado por Batista; Lírio (2020), a Avenida 15 de novembro concentra atividades comerciais ligadas ao setor automotivo como lojas de autopeças, tendo em vista que se trata de uma via de acesso onde ocorrem fluxos de veículos provenientes de diversos locais de Campos dos Goytacazes que por muito tempo fez parte do trajeto da rodovia federal, que serve de ligação entre o Nordeste e o Sul do país.

Com relação à BR 101, temos atividades voltadas, direta ou indiretamente, a serviços associados ao transporte rodoviário, sobretudo comércio e serviços para veículos leves e pesados e também estabelecimento que oferecem serviços de alojamento e alimentação por se tratar de uma rodovia federal de intenso fluxo. Destaca-se ainda nesse eixo a inserção de novas formas comerciais e de serviços, como Shopping Center, Galleria, hipermercados e terminal rodoviário, equipamentos que concentram um grande número de lojas de comércio e serviços,

A Avenida 28 de março é marcada pela presença de atividades comerciais bem diversificadas em referência das demais tendo em vista a inserção de vários tipos de atividades ao longo do eixo, inclusive de novas formas comerciais com a inauguração do Shopping Avenida 28 em 2006 houve modificações no tipo de atividades, em relação às atividades de vestuário e alimentação, sendo as que mais se destacam neste eixo, o que tende a modificar a intensidade e o tipo de fluxos neste subespaço, tendo em vista que grande parte das lojas no interior desse shopping, e no seu entorno, estão bastante relacionadas com aquelas existentes na Pelinca, ou seja, esta parte da Avenida 28 de Março, que margeia a Pelinca, possui um padrão de atividades voltado para parcelas da população com poder aquisitivo relativamente mais elevado, o que está relacionado com as características dos residentes na Pelinca e entorno.

No caso da Avenida Alberto Torres, trata-se de um prolongamento de acesso ao centro, sendo uma via muito importante na medida em que conecta o centro da cidade e as demais localidades e perpassa também pela BR 101. Esta avenida concentra atividades comerciais diversas tendo como principais as atividades ligadas ao setor de escritórios de advocacia e cartórios, provavelmente porque o Fórum e o Tribunal Justiça Estadual estavam situados ali até o ano de 2007, onde atualmente funciona a Câmara de Vereadores de Campos dos Goytacazes. Outros ramos que se destacam são os serviços médicos e odontológicos, principalmente na Rua Barão da Lagoa Dourada.

Já a Tancredo Neves tem como atividades predominantes as do ramo de alimentação, dada a forte presença de lanchonetes e a diversificação pouco expressiva nesse eixo. Na Tenente Coronel Cardoso destacam-se alimentação (lanchonetes e restaurantes); comércio e/ou

reparação de equipamentos eletroeletrônicos; despachantes; salão de beleza e clínicas de estética; clínicas médicas, odontológicas e laboratórios; educação.

A Avenida Pelinca, por ser uma área de segmentação sócio-espacial, ou seja, atividades destinadas prioritariamente ao atendimento de parcelas da população com poder econômico mais elevado, é marcada pela existência de lojas de grife, algumas com produtos exclusivos etc. As atividades que se destacam são principalmente de serviços relacionados à saúde, à venda de produtos do vestuário e do setor alimentício, além de outros ramos relacionados à estética, principalmente salões de beleza, comércio e/ou reparação de equipamentos de informática etc.

José Carlos Pereira Pinto exhibe maior concentração de estabelecimentos voltados para o setor alimentício, atividade que está, grandemente, relacionada à existência de outras ali existentes, tais como o Hospital Geral de Guarus (HGG), que atraiu várias outras, como: consultórios, oficinas, farmácias etc.

Alberto Lamego, Lamego concentra, principalmente, atividades do setor de venda de veículos seminovos – sendo considerado o pólo deste ramo na cidade, preponderantemente na Avenida Felipe Uebe – e do setor alimentício, tendo em vista a presença de lanchonetes e restaurantes, muitos deles voltados ao atendimento de alunos e profissionais da UENF e FAETEC.

Na Rodovia Soul Maior (Goytacazes), as atividades que mais se destacam nesse subcentro são as do setor alimentício e aquelas que comercializam produtos do vestuário, porém, apesar de não exibirem percentual expressivo sobre o conjunto de estabelecimentos – o que está relacionado ao tipo de atividade –, este local tem sido alvo de grandes redes bancárias, como Itaú, Santander, Banco do Brasil e SICOOB.

Essas áreas com destacada centralidade ou subcentros da cidade, estão em destaque por abrigar diferentes atividades de grande importância para o setor de comércio e serviços e também por polarizar fluxos de pessoas e fixos de empresas. Os capitais extra locais que se instalam nessas principais vias da cidade expressam um padrão de captação não só dos fixos mas também dos fluxos. Além disso, eles estão também buscando por uma intensificação da centralidade ou criação de uma nova a depender da atividade. É dentro dessa centralidade que se expressa o potencial dessas localidades para a polarização de um conjunto de fluxos que - em algumas delas - aparece em diversas escalas, ensejando uma nova concentração e diversificação do uso e da ocupação do solo urbano.

### Capítulo 3

## ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DE LOCALIZAÇÃO DAS FARMÁCIAS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES

Neste capítulo, abordaremos as formas de organização espacial que o varejo farmacêutico vem apresentando, tendo em vista as novas lógicas (financeirização, expansão multiterritorial, concentração e centralização, drugstore etc.) e estratégias espaciais já citadas anteriormente. Apontaremos as principais características que esse ramo apresenta na cidade de Campos dos Goytacazes, as estratégias das grandes e pequenas empresas e as dinâmicas de concorrência.

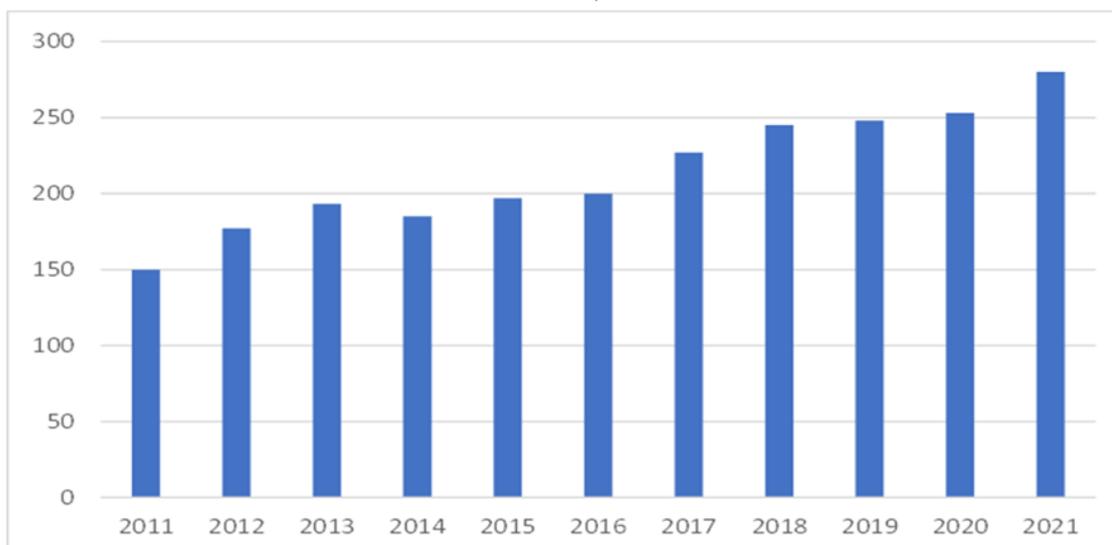
### 3.1 Caracterização do varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes

O varejo farmacêutico de maneira geral vem apresentando novas lógicas e estratégias espaciais em diferentes escalas, o que tem contribuído para alterações na sua organização empresarial (criação e expansão de redes, formação de associações entre pequenos capitais etc.) e espacial (dilatação dos estabelecimentos, centralização da gestão do capital e da distribuição dos produtos).

Essas mudanças do varejo farmacêutico refletem as novas formas de reprodução do capitalismo sob o imperativo das finanças, que impele ao rápido retorno dos capitais e à aceleração da reprodução ampliada. Conforme já visto em outras seções deste trabalho, as lógicas gerais que prevalecem no varejo farmacêutico são: 1) Concentração e Centralização do capital; 2) Abertura do capital em bolsa para apoiar a expansão territorial e de mercado; 3) Adoção do modelo “Drugstores” estadunidense; 4) Práticas de fidelização de clientes para descontos maiores; 5) Oferta de serviços para além daqueles vinculados à venda de remédios e 6) Oferta de produtos próprios. Essas são, na verdade, lógicas prevalentes quando tratamos das grandes redes empresariais.

Na cidade de Campos dos Goytacazes, a presença do ramo de varejo farmacêutico é notável por todo espaço urbano, com maior destaque para a atuação de grandes grupos que lideram o mercado nacional. A chegada e a rápida expansão desses capitais, acompanhada também do aumento dos pequenos capitais locais, está por trás do considerável incremento dos estabelecimentos no período de 2011 a 2021 (figura 5).

**Figura 5-** Número de estabelecimentos farmacêuticos em Campos dos Goytacazes (2011-2021)

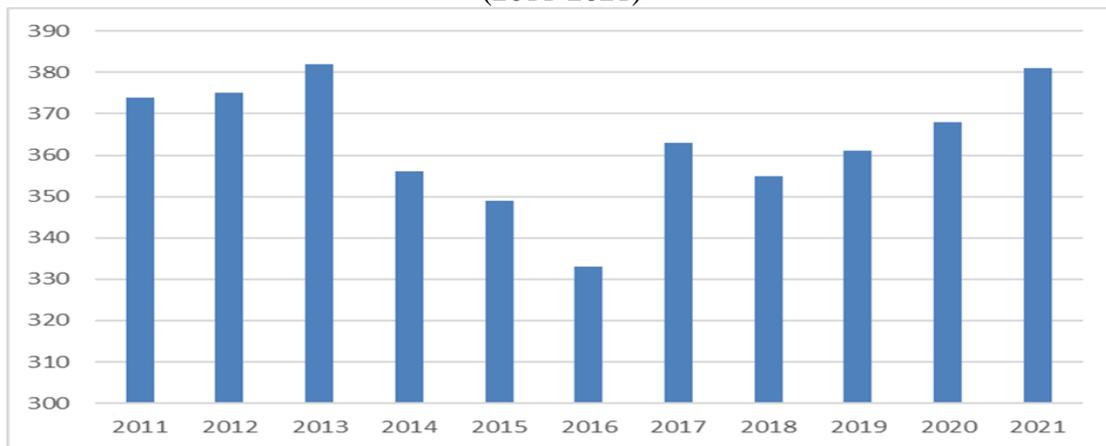


**Fonte:** Rais, 2021.  
Elaborado pelo autor

Observamos um crescimento expressivo dos estabelecimentos, exceto no ano de 2014, com aumento de 150 para 280 (variação de 87%). Conforme entrevista feita com dirigente do sindicato dos empresários do varejo farmacêutico de Campos dos Goytacazes, os capitais locais representam 70% dos estabelecimentos e o restante, 30%, é composto por capitais extra locais. Por outro lado, as redes extralocais respondem por 70% das vendas e os capitais locais, apenas 30%. No que se refere ao faturamento dos pequenos e médios capitais e gira em torno de 80 a 100 mil por mês, sendo a margem de lucro de 8, conforme constatado em entrevistas. Este aumento acompanha não apenas a dinâmica econômica e populacional, como ainda tem a ver com a mudança na lógica de atuação dos agentes econômicos (drugstore), reforço do papel de Campos dos Goytacazes na sua hinterlândia e maior envelhecimento da população.

O número de empresas de origem local atuantes no varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes cresce de forma muito tímida, com o ano final da série muito próximo do ano inicial (figura 6). Há uma queda substancial a partir de 2014, com fechamento de várias empresas até o ano de 2016. É nesse momento que se dá a entrada e expansão das grandes redes extralocais pela cidade, refletindo no fechamento de vários capitais locais, inclusive a crise da maior rede local, Isalvo Lima.

**Figura 6-** Número de Empresas do ramo Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos em Campos dos Goytacazes (2011-2021)



Fonte: Sidra, 2021  
Elaborado pelo autor

A partir de 2017, notamos uma recuperação das empresas locais, que pode ser justificada por duas razões: 1) a adoção da estratégia de multiplicação de cnpj's pelas pequenas empresas locais, pois o menor valor de impostos pagos pelas unidades permite sobreviver e competir com os maiores capitais; 2) conforme indicado em trabalho de campo, tanto pelos empresários entrevistados como pelo presidente do sindicato, aumentou a taxa de criação e “mortalidade” de farmácias, considerando que o capital inicial da atividade não é uma barreira à entrada, mas o desconhecimento do funcionamento do mercado causa o fechamento de muitas unidades em pouco tempo.

Já as grandes empresas expandem seus estabelecimentos com um único CNPJ de vínculo de filial, tendo em vista que suas sedes estão presente nas regiões metropolitanas, como Rio de Janeiro e São Paulo. Uma dessas grandes redes que estão se expandindo na cidade de Campos dos Goytacazes é Drogarias Pacheco, grande rede essa que pertence a um grande grupo situado entre os líderes do ranking brasileiro do varejo farmacêutico. Essa rede conta com cerca de 12 lojas na cidade, estando elas localizadas nos principais eixos de circulação e no centro histórico. Outro grande grupo que também atua na cidade é o grupo Raia-Drogasil, que utilizando-se utiliza da bandeira da Droga Raia com 8 lojas situadas nas imediações do centro histórico e nos principais eixos de circulação.

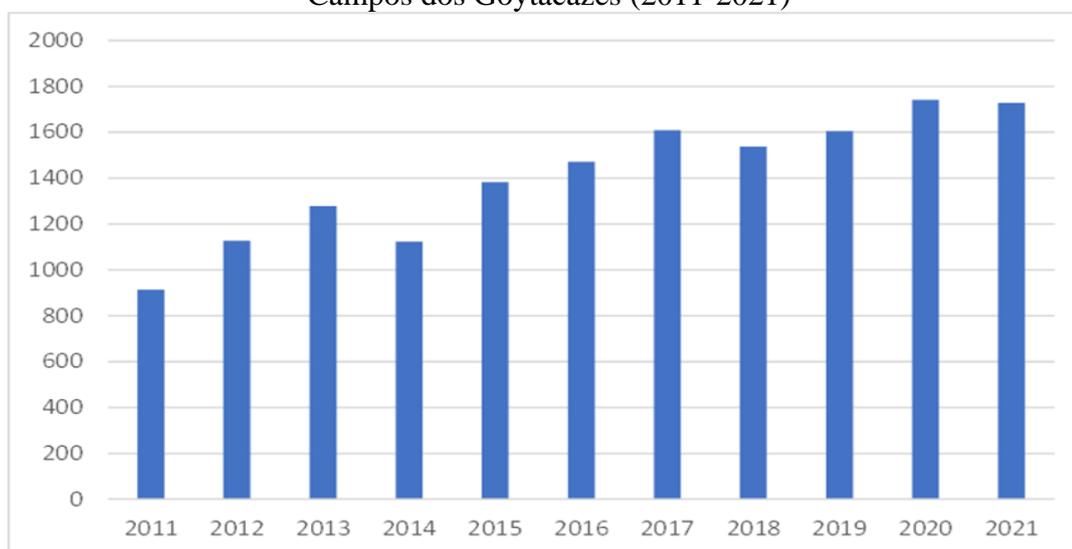
O grupo Pague Menos atua em uma escala menor com apenas duas lojas, mas dentro da lógica de drugstores como as redes citadas anteriormente. O grupo atua também com diferenciação de preços e fidelização de clientes por disponibilização de ofertas e descontos para clientes cadastrados. Pague Menos já teve outras lojas na cidade de Campos dos Goytacazes, mas, conforme constatado em trabalho de campo com os demais empresários, duas

lojas foram fechadas por conta do baixo retorno operacional, cuja principal causa é o fato do centro de distribuição está situado na região nordeste. Por último, temos também a Drogarias Tamoios que, apesar da sua atuação não ser tão forte dentro do varejo farmacêutico no território nacional, no Estado do Rio de Janeiro é uma bandeira com forte atuação e expansão. Essa rede pertence a um grupo de forte influência na indústria farmacêutica, o Grupo Profarma, que atua não só na venda de remédios, mas também dentro do varejo com aquisição de redes de farmácias presentes em diversas localidades. A Drogaria Tamoios possui 8 estabelecimentos na cidade, todos eles seguindo a mesma lógica das demais, pois buscam a acessibilidade que os eixos de circulação oferecem e o mercado das imediações do centro (para aproveitar os fluxos de toda cidade e distritos que nele se concentram).

O que se busca destacar dentro desses dados é para além da variação de vínculos ou número de estabelecimentos, no sentido de mostrar a importância da atividade para a economia local e também sua expansão e as formas de atuação das empresas pelo espaço urbano. Assim, no que se refere ao número de empresas e/ou CNPJs com sede fiscal no município de Campos dos Goytacazes, percebe-se um número maior em relação aos estabelecimentos. Essa variação com relação aos dados de estabelecimentos da RAIS é porque este detalha a informação por subclasse, enquanto o SIDRA/IBGE oferece informação no nível de classe, de modo que incorpora também artigos médicos, ópticos e ortopédicos.

Nessa mesma direção de expansão do varejo quanto aos estabelecimentos, podemos verificar um crescimento no número de empregos gerados pelo ramo na cidade (figura 7).

**Figura 7-** Número de empregos formais gerados pelos estabelecimentos farmacêuticos em Campos dos Goytacazes (2011-2021)

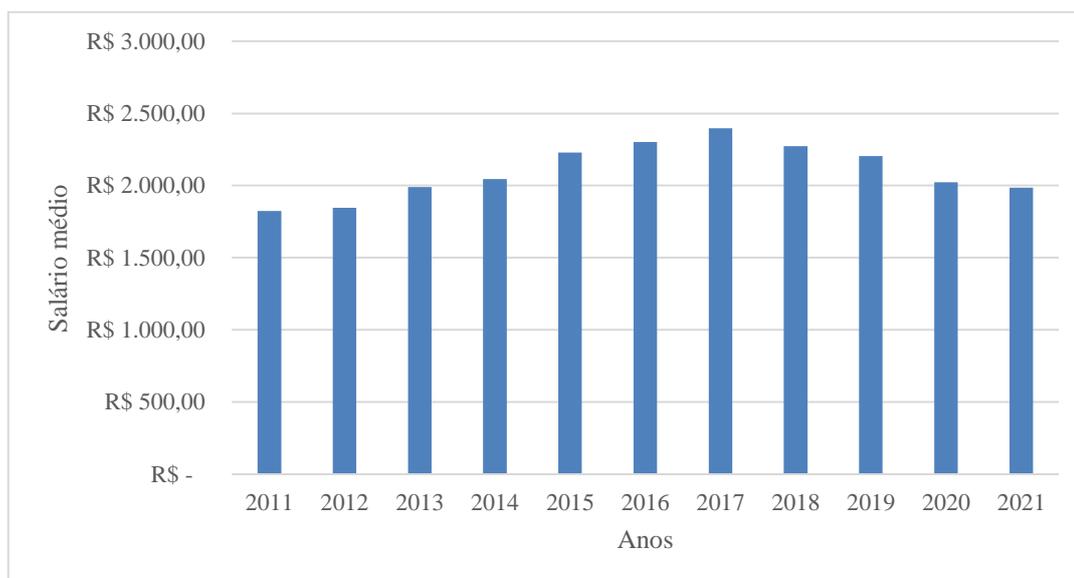


Fonte: Rais, 2023.  
Elaborado pelo autor

A queda no número de empregos retrata o mesmo cenário apresentado pelos estabelecimentos, com queda apenas nos anos de 2014 e 2018, mas incremento ininterrupto nos demais anos da série. No período analisado, tivemos um aumento de cerca de 68,8% no número de empregos formais gerados pelo ramo na cidade de Campos dos Goytacazes. Considerando que o comércio varejista gerou na cidade, em 2021, empregos formais, as farmácias responderam por algo em torno de 8,8% dos empregos do setor na cidade. Esse percentual foi de 4,05% no ano de 2011, o que significa dizer que, na esteira da diminuição dos empregos formais no comércio varejista e aumento no caso das farmácias, o ramo farmacêutico aumentou sua importância dentro do ramo nos últimos anos.

O varejo farmacêutico em Campos também apresentou um incremento real no salário médio pago aos trabalhadores entre os anos de 2011 e 2017, com posterior queda (figura 8). Esses valores abrangem todos os trabalhadores, incluindo balconistas, técnicos e farmacêuticos, o que significa que, para as atividades com maior qualificação, a remuneração é maior, obedecendo o salário base estabelecido nas negociações com sindicato patronal. Os balconistas na função de atendentes têm salário base menor, geralmente estabelecido pelas associações de comércio local, e muitos recebem comissão pelas vendas que não se refletem nos dados.

**Figura 8-** Salário médio pago pelas farmácias em Campos dos Goytacazes (2011-2021)



Deflacionado pelo IPCA  
Fonte: RAIS/CAGED, 2022.

As farmácias independentes apresentam uma organização um pouco específica na cidade de Campos dos Goytacazes, algo que provavelmente se repete no ramo por todo o país, pois os seus proprietários são majoritariamente formados como farmacêuticos e exercem uma

ou duas funções dentro da empresa, quer dizer, atuam como farmacêuticos e também como gerentes dos estabelecimentos. Sendo assim, fazendo uma média entre os entrevistados, 1 a cada 5 farmácias visitadas tinha a figura do proprietário que atuava também na função de farmacêutico. Portanto, o incremento dos trabalhadores como farmacêuticos, conforme os números da tabela abaixo (tabela 4), se explica tanto pelo aumento da presença das grandes redes quanto pela proliferação de pequenas farmácias em Campos dos Goytacazes.

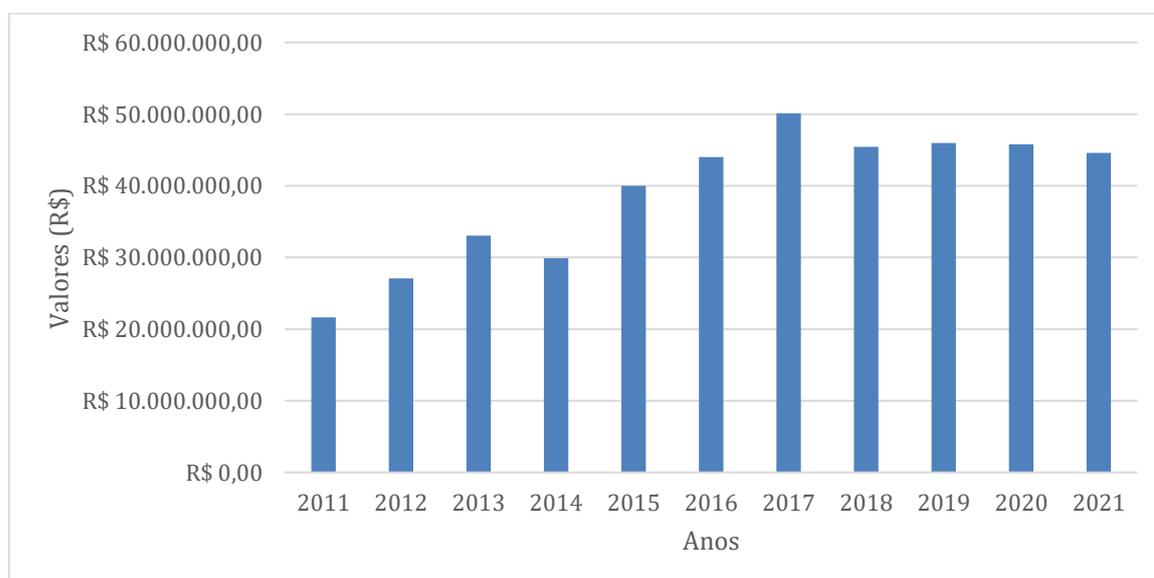
**Tabela 4-** Empregos formais por função nas farmácias em Campos dos Goytacazes (2011-2021)

Função	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variação 2011-2021
Farmacêutico	227	269	351	292	370	371	394	413	421	470	497	118,90%
Balconista	199	249	255	229	209	344	412	443	528	550	640	221,60%

Fonte: RAIS/CAGED, 2022.

O número de farmacêuticos e de balconistas contratados aparece de forma crescente, acompanhando o aumento dos estabelecimentos no município. Porém, cabe ressaltar a expansão significativa no número de balconista ou atendentes, com uma variação de mais de 200% no período de 2011 a 2021. O aumento dos empregos, se relacionados com os salários médios pagos, permitem aquilatar o impacto da atividade na renda gerada sob a forma de salários e outras remunerações na economia local (figura 9).

**Figura 9-** Massa salarial (R\$) gerada pelo varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes (2011-2021)



Deflacionado pelo IPCA  
Fonte: RAIS/CAGED, 2022.

A figura indica, exceto para o ano de 2014, um aumento constante da massa salarial entre 2011 e 2017, quando atinge R\$ 50 milhões no ano. Esse comportamento reflete a dinâmica do salário médio recebido pelos trabalhadores, que também exhibe aumento no mesmo período. Na sequência, temos uma ligeira queda da massa salarial, que se estabiliza em torno de R\$ 45 milhões ao ano. A massa salarial é um indicador que apoia na leitura da importância de uma atividade econômica para a economia local e regional, mas, em se tratando dessa atividade de comércio varejista especificamente, ela esconde os valores das comissões obtidas com as vendas, que podem inclusive superar os próprios salários obtidos.

Desse modo, sobre a caracterização do varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes, pode-se observar uma expansão dos capitais locais e extralocais que contribuem para a economia local no que se refere à geração de renda, ao número de empregos gerados. Essa dinâmica se deve não só pelas grandes empresas - que por muitas das vezes possui capital aberto em bolsas, mas também diversificam seus produtos, atuando como drugstore - e as pequenas empresas, essas nunca como drugstores mas com a lógica de fidelização de clientes com a venda de medicamentos controlados sem receitas, preços menores em medicamentos sem controle e oferta de serviços relacionados aos medicamentos (aplicação de injeção, por exemplo).

### **3.2 Estratégias espacial dos capitais farmacêuticos em Campos dos Goytacazes**

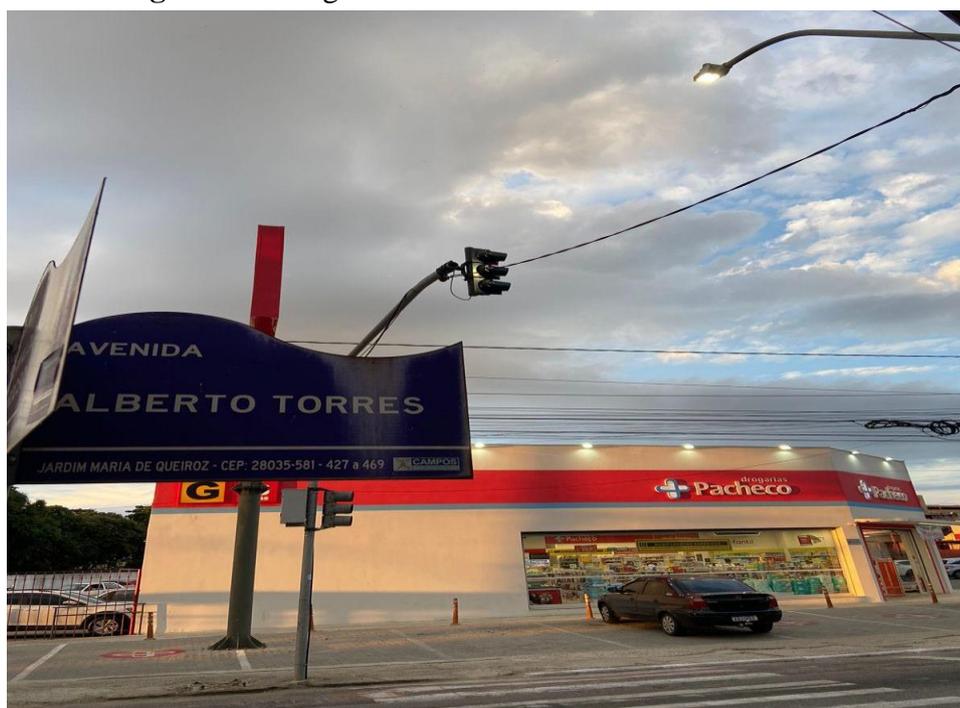
Entendemos como estratégias espaciais as formas como as empresas se organizam no espaço, como escolhem os locais de instalação, ou seja, quais atributos do lugar podem agir no sentido de atrair esses capitais. Entendemos que isso varia conforme as escalas espaciais, pois, no âmbito nacional, as escolhas podem estar relacionadas às perspectivas de crescimento do mercado escolhido, revelando uma antecipação espacial dos capitais. As aquisições e fusões ou os investimentos novos podem se antecipar aos mercados potenciais ou mesmo se aproveitar dos já existentes, criando estabelecimentos ou incorporando os já existentes na sua rede de atuação. Na escala local, a escolha dos lugares de atuação não é aleatória e nada trivial, pelo contrário, as unidades guardam sua relação com a estruturação urbana, especialmente os eixos de circulação, os centros e centralidades e, no caso do ramo, com os equipamentos fixos de saúde (hospitais e demais equipamentos de saúde).

Até a primeira década deste século, as grandes empresas do varejo farmacêutico buscavam locais como metrópoles e grandes cidades brasileiras, algumas delas capitais regionais, por onde ampliavam sua capilaridade por meio da multiplicação de estabelecimentos

e compra de pequenas redes locais. Nos últimos anos, porém, com o crescimento das cidades de porte médio e cidades médias, seja em termos econômicos seja do ponto de vista da dinâmica econômica, essas grandes empresas passaram a expandir seus capitais em direção a esses centros importantes na rede urbana, no sentido de atender não apenas o mercado intraurbano como também o interurbano, tendo em vista que muitas cidades exercem papel relevante no seu entorno regional. Campos dos Goytacazes se insere nesse contexto e seu crescimento recente, muito apoiado na dinâmica da exploração do petróleo e também do Porto do Açu, atraiu as grandes redes farmacêuticas que anteciparam a ampliação do mercado local.

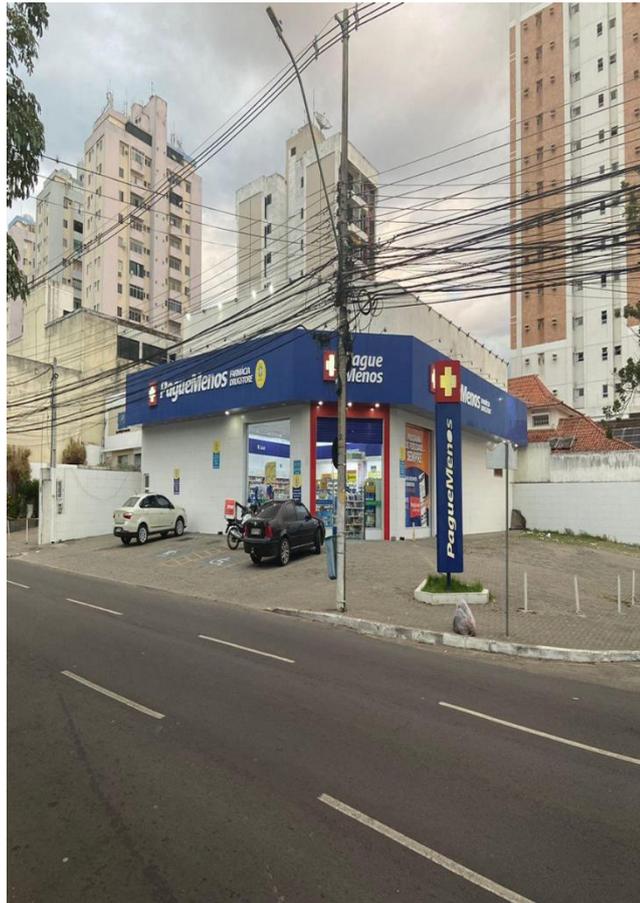
Nas cidades médias e de porte médio, porém, essas grandes capitais buscam se instalar em locais como principais vias de acesso à cidade, eixos de circulação com a finalidade de captação de fluxos, além do centro histórico e comercial por atrair um fluxo considerável de pessoas de todas as direções. Na cidade Campos dos Goytacazes, observa-se que as grandes redes de farmácias estão nos principais eixos de circulação e de maior visibilidade, instalando-se nas esquinas e locais com centralidades consolidadas ou em formação, como proximidade com supermercados, hospitais, vias de interligação com o centro histórico entre outros (figuras 10, 11, 12 e 13).

**Figura 10-** Drogaria Pacheco na Avenida Alberto Torres



**Fonte:** Acervo pessoal do autor.

**Figura 11-** Drogaria Pague Menos na Saldanha Marinho



**Fonte:** Acervo pessoal do autor.

**Figura 12-** Droga Raia na Conselheiro Otaviano



**Fonte:** Acervo pessoal do autor.

**Figura 13-** Drogaria Tamoio na Avenida 28 de Março



**Fonte:** Acervo pessoal do autor.

É importante descartar que as Drogarias Pacheco, Pague Menos, Droga Raia e Tamoio - que são de capitais extralocais - possuem grandes estacionamentos, e isso se dá por serem localizadas em vias de grande circulação e muitas vezes de localização direta com o centro. Dessa forma, elas buscam atrair e dar conta dos fluxos que chegam por automóveis, o que garante uma certa visibilidade naquela localidade. Entretanto, pela localização privilegiada, a locação e/ou compra dos espaços têm um valor por metro quadrado mais elevado do que outros lugares. Por isso, essas empresas adotam estratégias como a arrendamento a longo prazo e a atuação como drugstore, ou seja, passam a vender de tudo e prestar muitos serviços diferentes, no sentido de obter um elevado faturamento por metro quadrado.

Algumas farmácias como a JR drogaria (figura 14) se apresentam como uma exceção à estratégia espacial predominante das grandes redes, uma vez que, embora possam ser consideradas farmácias pequenas, elas buscam se localizar em uma porção central ao invés de buscarem bairros mais afastados do centro. Mas são estabelecimentos pequenos, sem estacionamentos e tampouco atua como drugstores, o que eles buscam é aproveitar o grande fluxo de pessoas que buscam o centro comercial da cidade.

**Figura 14- JR Drogaria no Centro Histórico**



**Fonte:** Elaborada pelo autor.

Existem alguns pontos da cidade com grandes equipamentos de circulação onde essas farmácias menores são encontradas, como por exemplo onde na porção da cidade onde se encontra o Terminal Roberto Silveira e, nas suas proximidades, o Hospital Plantadores de Cana e outras clínicas populares (Cartão de Todos, por exemplo). Esse padrão espacial não é novo, ao contrário, trata-se de uma permanência de estratégia espacial de atuação dos capitais no varejo farmacêutico, que sempre buscaram estar próximos ao centro, aos equipamentos de transporte de grande circulação e aos hospitais públicos e privados. Por isso, notamos a presença desses estabelecimentos nas imediações do Hospital da Unimed, Plantadores de Cana, Hospital Geral de Guarus, Posto de Urgência Saldanha Marinho (Sandu) etc. Geralmente são pequenos

capitais locais ou regionais que procuram aí se instalar, com unidades menores e sempre atuando na comercialização de remédios e serviços complementares.

Tendo em vista que alguns capitais locais operam mais de um estabelecimento (Farmácia Vieira, Drogaria Cesar, Única Farma), suas estratégias espaciais podem ser ao mesmo tempo diversas e combinadas dependendo do lugar de atuação. A JR drogarias, por exemplo, está no centro da cidade, especificamente no Terminal Rodoviário, onde é permissionária do município e atende ao fluxo de pessoas dos distritos e localidades distantes da cidade além de cidades vizinhas, e outra loja própria na Avenida Princesa Isabel, por meio da qual atende o bairro e também os fluxos propiciados pelo eixo de circulação. Essa estratégia de atuação nos eixos de circulação por capital local parece ser mais evidente e única no caso da Farmácia Vieira, que instalou suas unidades nas principais avenidas (figura 14).

**Figura 15-** Farmácia Vieira no final da Avenida 28 de Março



**Fonte:** Arquivo Pessoal do Autor

A Drogaria Cesar (figura 16) apresenta uma característica interessante por emular as estratégias espaciais e concorrenciais das drogarias grandes, contendo estacionamento e ofertando uma diversidade de produtos e serviços, o que se dá principalmente por estar localizada numa via de grande circulação. Além disso, juntamente com a Única Farma (figura 17) que, apesar de estar numa via importante para o distrito de Goytacazes, se utiliza da centralidade que a localização tem e também apresenta característica de lojas que possuem caixas 24 horas.

**Figura 16-** Drogaria César na Avenida José Alves de Azevedo



**Fonte:** Arquivo Pessoal do Autor

**Figura 17-** Unica Farma no distrito de Goytacazes



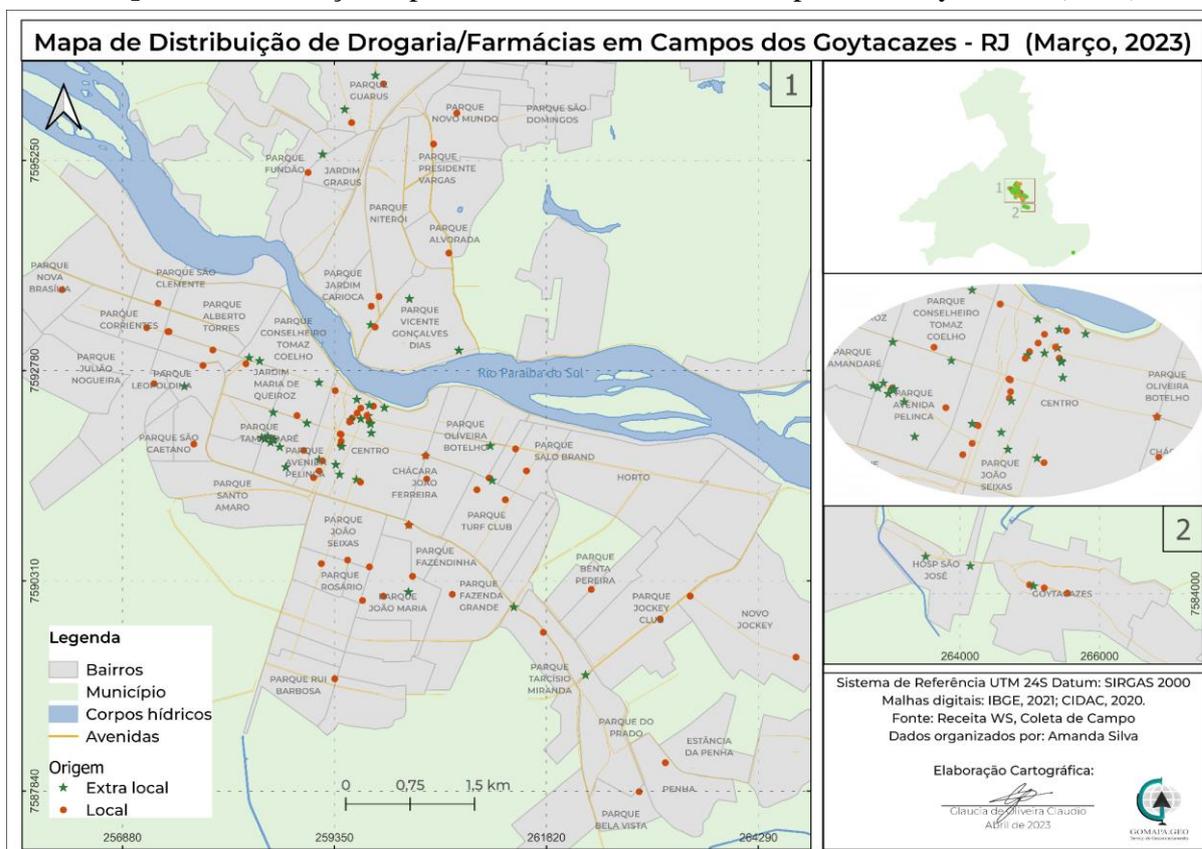
**Fonte:** Arquivo Pessoal do Autor.

Sobre isso, é importante destacar que, apesar de estarem localizadas nos bairros, elas possuem também lojas em regiões como a Pelinca, outras em localizadas próximas de equipamentos de saúde (a Única Farma que está localizada próxima ao Sandu) e ainda possuem lojas nas regiões de circulação (Drogaria César próximo ao terminal rodoviário). Dessa forma, elas estão presentes nos bairros mas não são capitais locais pequenos, e estão localizadas em lugares onde as grandes redes tendem a atuar como drugstores, embora não atuem dessa forma.

A Única Farma ainda apresenta uma característica específica por atuar em distritos como Goytacazes, Travessão e Morro do Coco, e também nas demais cidades da região como São João da Barra e Bom Jesus do Itabapoana, o que reforça o ponto de não serem capitais locais pequenos que possam ser analisados juntamente com as empresas com apenas um estabelecimento comercial no ramo.

Vimos que as grandes empresas estão instaladas nas principais vias da cidade como Avenida Pelinca, Avenida 28 de Março, Avenida Alberto Torres, BR 101, entre outras. Alguns capitais locais com mais estabelecimentos tendem também a buscar os eixos de circulação, porém quase sempre atuam como farmácias. Já as farmácias de único estabelecimento se organizam no espaço urbano buscando se instalar nos bairros mais afastados do centro, que possuem menores preços de aluguéis. Grande parte das pequenas redes não possui imóveis próprios, quando por vezes estão no centro ou em principais vias, optam por lojas menores, sem estacionamentos porém nunca como drugstores (mapa 10).

**Mapa 10- Distribuição espacial das Farmácias em Campos dos Goytacazes (2023)**



**Fonte:** Elaborado pelo autor.

As grandes por vezes buscam as principais vias, pois atuam com maior diversificação de produtos sempre como drugstore, não comercializam só remédios, fidelizam os clientes por

oferecer descontos com cadastro ou planos de saúde. Portanto, os pequenos atuam mais na comercialização de medicamentos, vezes ou outra com alguns produtos de outros segmentos, não possuem diversificação de marcas e, quando isso acontece, sempre com produtos mais de acesso popular. Em média, os serviços representam entre 16% a 40% no faturamento total de pequenas redes.

A partir disso, podemos fazer uma análise baseada em Batista; Santos (2021, p.144):

[...] Ou seja, a escolha locacional de grupos de empresas e de uma grande empresa tende a se intensificar ou criar uma nova centralidade (o que não se dá sem um conjunto de fatores criados anteriormente, geralmente pelo poder público).

Dito isso, entende-se que as estratégias de localização espacial das empresas de grande e pequeno porte em Campos dos Goytacazes refletem o padrão locacional pré-determinado, na medida em que são atraídas por locais com maior centralidade, sendo esses locais com potencial polarizador que podem intensificar ou criar novas concentrações. As empresas tendem cada vez mais a mudar suas dinâmicas de atuação, aquelas que anteriormente preferiam estar no centro, tendo em vista o potencial de locais específicos, têm procurado outros lugares, principalmente por conta do elevado preço do solo urbano.

### **3.3 Estratégias de concorrência e os nexos espaciais**

A cidade de Campos já conta atualmente com mais de duzentos estabelecimentos farmacêuticos por todo espaço urbano. Considerando a expansão dos grandes e pequenos capitais, fica a pergunta: quais as estratégias de concorrência que os pequenos capitais estão adotando para sobreviverem nesse mercado competitivo? Existem diferenças de estratégias entre grandes e pequenas redes? O tamanho e a estrutura organizacional interferem diretamente nas estratégias de concorrência?

Observa-se que os pequenos capitais estão se reinventando e adotando estratégias de fidelização dos seus clientes e, quando atuam em locais como vias de acesso, procuram atender público diverso, sobretudo no sentido de diversificar mais a sua diversidade de produtos. Os pequenos ainda buscam distribuidores que são do Rio de Janeiro, ou seja, localização privilegiada e proximidade de entrega, sendo seu abastecimento constante, enquanto os grandes capitais, por serem apenas filiais, têm centros de distribuição estão localizados em lugares próximos às suas sedes, o que dificulta o abastecimento diários de todos os produtos nas unidades.

A taxa no número de empregos gerados pelos pequenos capitais varia entre 40 a 3 tendo em vista a quantidade de lojas ou filiais que o mesmo dono possa ter, tendo em vista que não são filiais e sim novas empresas ou seja outro CNPJ com o mesmo dono. Alguns dos pequenos capitais estão tomando como estratégia de concorrência e sobrevivência nesse ramo associação a grandes grupos, como por exemplo a farmácia Vieira, que atualmente se associou a um grande capital chamado “grupo Prime”, a Drogeria Vila Rica também é associada a um grande grupo chamado “Nova Rede”. Por meio da associação em redes, esses capitais buscam benefícios como melhores preços com as compras em grandes quantidades, uma logística de abastecimento constante, maiores margens na venda de produtos, facilidades de qualificação da mão de obra etc.

Outra estratégia de concorrência que observamos é a estratégia de oferecer outros tipos de serviços em lojas situadas em grandes redes, como por exemplo a presença de caixas eletrônicos. Esses estabelecimentos são atrativos para potenciais clientes, tendo em vista que, com a lógica de diversificação de produtos em grande escala, se o cliente vai à farmácia para retirar dinheiro, dentro desse estabelecimento já obtém o produto que ele deseja, não tendo que ir em busca dele em outros lugares.

Por fim, os pequenos capitais ainda contam com um sindicato chamado “Afro Cofre” que já existe há 6 anos, porém antes era somente uma associação. No ano passado, foi registrado como sindicato, conta com 45 empresários que possuem cerca de 70 lojas do varejo farmacêutico. As empresas independentes de Campos dos Goytacazes geram cerca de 70% dos empregos em campos, sendo os outros 30% gerados pelas grandes redes. Conforme aponta Sposito (2017, p.474):

[...] Isso não significa que as pequenas e médias empresas desapareçam do mercado: ao contrário, muitas estabelecem suas estratégias de sobrevivência de acordo com a sua capacidade de competir na rede urbana ou em diferentes espaços da cidade, seja ela no nível metropolitano ou intermediações na rede urbana.

No que se refere às estratégias mais específicas das farmácias locais e de bairros, temos também alguns pontos interessantes que foram observados principalmente através do trabalho de campo com a realização das entrevistas. O primeiro ponto a destacar é a proximidade que essas pequenas farmácias têm com os clientes, sendo muito comum que os clientes conheçam os funcionários e farmacêuticos e vice e versa. Dessa forma, eles conseguem singularizar o atendimento e criar uma relação de confiança até mesmo no que diz respeito a indicação de

remédios que não precisam de prescrição médica, tendo em vista que é muito comum a automedicação no país sem o uso de receita médica. Nas grandes farmácias, que funcionam muitas vezes 24 horas, sobretudo as que estão nos principais eixos de circulação da cidade, a rotatividade dos funcionários é grande, além de ser mais numerosa por estabelecimento, dificultando qualquer relação de proximidade com os consumidores. A própria lógica organizacional desses capitais atua no sentido de despersonalizar as relações no ato da troca.

Outra estratégia concorrencial de aproximação com o cliente diz respeito à comercialização de medicamentos controlados por receita, os famosos tarjados. Embora todos digam que atuam dentro da lei, muitos dos entrevistados apontaram, sempre para o concorrente é obvio, o uso dessa prática que, embora ilegal, se tornou concorrencial e de permanência na atividade, considerando que aqueles que a utilizam conseguem gerar uma fidelidade do cliente à sua loja na busca desses medicamentos. Ao mesmo tempo, a ida a esses estabelecimentos na busca de remédios controlados pode gerar sempre a comercialização de outros produtos. Essas práticas são mais comuns nos capitais locais que naqueles de grande porte.

Uma estratégia concorrencial interessante adotada pelas farmácias locais e de bairro é a oferta de serviços que facilitam a vida dos clientes e evitam por exemplo que eles precisem ir ao médico, enfrentem fila nos postos, para conseguirem alguns serviços considerados mais simples como por exemplo: a aplicação de injeções, administração de alguma medicação e a realização de alguns tipos de testes. Alguns produtos vendidos pelas farmácias precisam ser administrados e, embora as grandes redes possam oferecer muitas vezes preços melhores, elas não oferecem o serviço de apoio. As pequenas redes locais procuram oferecer seus produtos e serviços como comodidade para os consumidores, evitando que ele tenha que recorrer a plano de saúde ou serviço público para administração do remédio.

Considerando que as grandes redes oferecem produtos por aplicativo e com cupons de desconto (ifood), os capitais locais passaram a utilizar o whatsapp e a ligação direta para o estabelecimento (televendas). Algumas delas, como no exemplo da farmácia MEGA e Drogeria Cesar, existiam até veículos e profissionais de transporte a domicílio do próprio estabelecimento. Nas entrevistas, os empresários afirmaram que a taxa de entrega cobria todos os custos da entrega, não afetando a lucratividade de suas operações. Os pequenos capitais, por não terem possibilidade de estar nos lugares mais centrais, ampliam sua forma de atuação com venda por tele entrega, alguns relataram que essa forma de comercialização respondia por quase metade das vendas.

Dessa forma percebe-se uma forte expansão do varejo farmacêutico em Campos dos Goytacazes, não só das grandes redes extralocais, mas também das pequenas que desenvolvem com o tempo estratégias de sobrevivência nesse ramo tão competitivo, tendo em vista o grande número lojas na cidade. Essas formas singulares de atuação dos capitais locais contemplam estratégias concorrenciais específicas e também práticas tributárias visando redução de seus custos - como a fragmentação de CNPJs e atuação em rede de modo informal. Ao mesmo tempo, alguns desses capitais locais, especialmente aqueles que operam em rede com mais de uma unidade, emulam as estratégias concorrenciais e espaciais das grandes redes, denotando certa complexidade nas suas operações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a expansão multiterritorial de grandes grupos que formam o varejo farmacêutico no Brasil, ocorreram mudanças nos padrões locais desse ramo, tendo em vista que esses grandes grupos dilatam seus capitais para além dos ambientes metropolitanos, incorporando cidades médias e de médio porte. Por isso, mais do que nunca, é preciso entender as mudanças locais como sendo partes de uma totalidade social ou um espaço como um todo.

O estudo das interações entre os diversos elementos do espaço é um dado fundamental de análise. Na medida em que função é o ação, a interação supõe interdependência funcional entre os elementos. Através do estudo das interações, recuperamos a totalidade social, isto é, o espaço como um todo e, igualmente, a sociedade como um todo. Pois cada ação não constitui um dado independente, mas um resultado do próprio processo social.” (SANTOS, 1982, p. 18).

As lógicas econômicas como concentração e centralização do capital, maior articulação com o capital financeiro, atuação como drugstore, expansão multiterritorial etc. não podem ser vistas isoladamente, porque atuam de forma conjunta no sentido de reorganizar o ramo farmacêutico no Brasil. Os grandes grupos expressam sua competitividade fundindo-se entre si para competirem com os demais, e os pequenos capitais adotam estratégias de concorrência para sobreviverem no mercado.

No começo dessa pesquisa, levantamos algumas questões que nortearam o andamento das investigações realizadas dentro da temática do varejo farmacêutico no município de Campos dos Goytacazes. São elas: 1) Quais são as principais lógicas de atuação por trás da ação desses capitais? 2) Quais as estratégias espaciais de localização espacial e seus nexos com as dinâmicas urbanas? 3) Qual o comportamento empresarial e locacional das pequenas capitais locais?

Podemos considerar então que, no que diz respeito a primeira questão levantada, em Campos dos Goytacazes os capitais presentes atuam dentro das seguintes lógicas: 1) Concentração e Centralização do capital; 2) Abertura do capital para expansão; 3) “Drugstores” seguindo o modelo estadunidense; 4) Fidelização de Clientes para descontos maiores; 5) Oferta de serviços e 6) Produtos com marcas próprias. Essas lógicas descrevem as mudanças no ramo causadas pelas grandes redes.

A partir disso, podemos considerar também - como levantado na segunda questão - que as formas de localização espacial na dinâmica urbana, passam pelos seguintes pontos: Os

grandes capitais repetem padrões de localização, nos eixos principais e interligação com o centro principal, já os capitais menores muitas das vezes buscam por bairros mais afastados, mas procuram atender públicos de diversas regiões com seu sistema de televidas. Os capitais menores que conseguem se manter em eixos de circulação ou até mesmo próximo ao centro histórico buscam se diversificar nos produtos, aumentando os seus estacionamento, ou por vezes atuam como lojas menores só na comercialização de remédios.

Os pequenos capitais são importantes dentro do varejo farmacêutico local e operam através das seguintes ações concorrenciais: 1) Fidelização de clientes com venda de medicamentos sem receitas e oferta de serviços de administração de remédios; 2) Multiplicação de CNPJs (atuação em rede de formal informal); 3) Expansão para os principais eixos de circulação com um catálogo de produtos mais abrangente; 4) Uso dos canais de televidas como forma de ampliar o público atendido. Por meio dessas práticas esses capitais logram permanecer na atividade e, em alguns casos, se expandir formando redes informais com unidades pelo território do município (inclusive em distritos mais distantes) e em cidades vizinhas.

Nossos resultados, portanto, indicam que o ramo farmacêutico cresceu consideravelmente em Campos dos Goytacazes nos últimos anos no que se refere ao número de estabelecimentos, geração de empregos e massa salarial, apresentando uma dinâmica diferente do próprio comércio varejista na cidade, que diminuiu sua importância quanto aos empregos (embora seja o setor que mais emprega). As estratégias de concorrência dos pequenos capitais farmacêuticos são a fidelização de clientes, a multiplicação de CNPJs e centro de distribuidores próximos. Ademais percebe-se também uma redefinição das estratégias espaciais, em que as grandes redes ficam nos eixos de circulação e nos arredores do centro e as pequenas buscam por bairros mais afastados.

É importante pontuar que essa pesquisa não pretende se colocar como uma conclusão dos estudos da temática dentro da Geografia e das demais disciplinas que analisam as inter-relações entre dinâmicas econômicas e espaço urbano - pelo contrário - o intuito é potencializar o aumento das pesquisas acerca do varejo farmacêutico na cidade de Campos dos Goytacazes, gerando assim um aprofundamento cada vez maior no entendimento do tema.

Por fim, deixo como sugestão aos futuros pesquisadores que queiram se aventurar no estudo dessa temática, que busquem responder às inúmeras questões que surgem a partir do meu trabalho e se aprofundar cada vez mais no entendimento da dinâmica urbana que o varejo farmacêutico provoca no município de Campos dos Goytacazes e quem sabe, a partir disso,

realizar trabalhos que tenham também - além do caráter investigativo - a elaboração de ações interventivas e de potencialização econômica e social para a região.

## REFERÊNCIAS

- A BOLSA do Brasil | B3. Disponível em: [https://www.b3.com.br/pt\\_br/](https://www.b3.com.br/pt_br/). Acesso em: 20 jun. 2023
- ANDRIETA, Lucas Salvador. CARDOSO, Artur Monte. Análise de Demonstrações Financeiras de Empresas do Setor de Saúde Brasileiro (2009-2015): Concentração, Centralização de Capital e Expressão da Financeirização. Rio de Janeiro: **Caderno Saúde Pública**, 2. Ed, 2022.
- AVELAR, Valdeir Marcelo de. **Algumas considerações sobre farmácias em Ituiutaba-MG**. 2019.
- BATISTA, H. F.; LÍRIO, J. N. As transformações na estrutura da cidade no limiar do século XXI: análise das áreas de concentração de comércio e serviços em Campos dos Goytacazes. **Formação (Online)**, v. 27, n. 50, p. 109-148, 2020.
- BATISTA, Henrique Ferreira; FERREIRA, Jaiana Nunes Lírio; SANTOS, Leandro Bruno. O papel da acessibilidade na localização das atividades comerciais e de serviços na cidade de Campos dos Goytacazes (RJ). **Cadernos do Desenvolvimento Fluminense**, n. 21, p. 132-157, 2021.
- BATISTA, Henrique Ferreira; SANTOS, Leandro Bruno. Campos dos Goytacazes: De uma Cidade Mononucleada à Muito(poli)centralidade. Ituituba: **Brazilian Geographical Journal: Geosciences and Humanities research medium**. v. 9, n. 2, p. 04-24, 2018.
- CATELAN, Márcio José. Heterarquia Urbana e interações espaciais interescolares: proposta analítica para estudos na rede urbana. **Anais XIII Simpósio Nacional de Geografia Urbana**, 2013.
- CARVALHO, Ailton Mota de; TOLTI, Maria Eugênia (Orgs). **Formação Histórica e Econômica do Norte Fluminense**. Rio de Janeiro: Garamoed, 2006.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. Editora Ática. Série Princípios. 3 Ed, n. 174, p. 1-16, 1995.
- GONÇALVES, Camilla Sales; MESQUITA, Zandor Gomes; SANTOS, Leandro Bruno. Concorrência transescalar e reação do varejo alimentício local: O caso do Grupo Barcelos em Campos dos Goytacazes (RJ). **Brazilian Geographical Journal**, v. 12, p. 146-173, 2021.
- HELOU, J. H. **Evolução da Farmacotécnica no Brasil**. Revista da Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 103-116, Dezembro 1986.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Regiões de Influência das Cidades 2018**. Diretoria de Geociências, Coordenação de Geografia, 2018.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Áreas dos municípios 2018**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estruturateritorial/15761-areas-dos-municipios.html?=&t=acesso-ao-produto>. Acesso em: 03 de agosto de 2019.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estimativas da população residente no Brasil e para as unidades da federação com data de referência em 1 de julho de 2018**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?edicao=22367&t=resultados>. Acesso em: 03 de agosto de 2019.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Produto interno bruto dos municípios 2016**. In: IBGE. Sidra: sistema IBGE de recuperação automática. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em: 3 de novembro de 2019.

KON, Anita. Concentração e centralização do capital. In: KON, Anita. **Economia Industrial: teorias e estratégias**. São Paulo: Nobel, 1994. p. 46-65

MARASCHIN, Clarice; RIBEIRO, Bárbara; DUPONT, Letícia. **Forma Urbana e Localização Comercial**. Porto Alegre: Conference: VI CINCCI - Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade, 2018. Disponível em:

<http://www.labcom.fau.usp.br/?evento=proximos-eventos>

MATTOS, Leonardo Vidal; SILVA, Rondinelli Mendes da; SILVA, Flávio da Rocha Pires da; LUIZA, Vera Lúcia. Das Farmácias Comunitárias às Grandes Redes: Provisão Privada de Medicamentos Sistema de saúde e Financeirização no Varejo Farmacêutico Brasileiro. Rio de Janeiro: **Caderno Saúde Pública**, 2. Ed, 2022.

MATTOS, Leonardo Vidal; CARVALHO, Elza Maria Cristina Laurentino de; BARBOSA, Diego Viegas Sato; BAHIA, Lígia. Financeirização, Acumulação e Mudanças Patrimoniais em Empresas e Grupos Econômicos do Setor Saúde no Brasil. Rio de Janeiro: **Caderno Saúde Pública**, 2. Ed, 2022.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho e Emprego. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho. Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) Campos dos Goytacazes, RJ, 2011a. Disponível em: <<https://bi.mte.gov.br/temp/consulta17072080p.htm>> Acesso em: 27/07/2023.

NETO, Jayme B.; NETO, Romeu. Reestruturação Produtiva e Interiorização da Economia no Estado do Rio de Janeiro: Uma nova dinâmica para a Região Norte Fluminense. **Anais do XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais**, Caxambu, 2006.

NETO, João Lima (Orgs). Uma geografia em movimento. São Paulo: **Expressão Popular**, 2010. p. 199-228.

PESSANHA, Roberto Moraes (org); NETO, Romeu e Silva (org). **Economia e Desenvolvimento no Norte Fluminense da Cana-de-açúcar aos Royalties de Petróleo**. Campos dos Goytacazes: WTC Editora, 2004.

RIBEIRO, Miguel Angelo. Transformações Socioeconômica e Mudanças na Rede de Localidades Centrais no Rio de Janeiro: O Papel de Campos dos Goytacazes Macaé e Itaperuna. Rio de Janeiro: **Revista brasileira de geografia econômica; Espaço e Economia**, 2012.

SANTOS, Flaviane Ribeiro dos. Questão Locacional e Teorias de Localização: Contextualização e Análise de sua Validade no Período Contemporâneo. Presidente Prudente: **Caderno Prudentino de Geografia**, n. 40, v. 2, p. 120-142, 2018.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4 ed. 2. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Milton. Da indivisibilidade do espaço total e de sua análise através das instâncias produtivas. In. **Espaço e Método**. São Paulo: Edusp, 2014, p. 81-86.

SOUZA, A. M.; BARROS, S. B. M. **O ensino em farmácia**. Proposições. Unicamp: Campinas, 2003, v.14, p.29-38.

SOUZA, Marcelo Lopes. **ABC do desenvolvimento urbano**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SPOSITO, Eliseu Savério. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, v. 21, n. 2, p. 462-479, 2017.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Novas redes urbanas: cidades médias e pequenas no processo de globalização. **Geografia**, v. 35, n. 1, p. 51-62, 2010.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Multi (poli) centralidade urbana. Uma Geografia em Movimento. São Paulo: **Expressão Popular**, p. 199-228, 2010. In: SPOSITO, Eliseu Savério; SANT'ANNA.

SPOSITO, M. E. B. Cidades médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org). **Cidades médias: espaços em transição**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 233-253.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Estruturação urbana e centralidade. **Anais do III Encontro de geógrafos da América Latina**, 1991.

SPOSITO, M. E. B. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. **Revista Território**. Ano III, n. 4. Jan./jun. 1998.