

## ANÁLISE DE ASPECTOS DA ORGANIZAÇÃO E COMPOSIÇÃO DO APARELHO COMERCIAL E DE SERVIÇOS: ESTUDO DE CASO DO BAIRRO SIMÕES LOPES/PELOTAS

**GLUSZEVICZ, Ana Cristina<sup>1,2</sup> ; BORGES, Emilene Silveira<sup>1,3</sup>;  
Orientador: VIEIRA, Sidney Gonçalves<sup>4</sup>.**

<sup>1</sup>Integrante do Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais de Ensino em Geografia – LEURENGEO/DEGEO/ICH/UFPEL – Rua Alberto Rosa, 154, Centro. Pelotas-RS. CEP: 96010-770

<sup>2</sup>Acadêmica do curso de Geografia- Licenciatura/UFPEL, bolsista BIC/FAPERGS/ LEURENGEO – anacristina.geografia@gmail.com

<sup>3</sup>Acadêmica do curso de Geografia- Licenciatura/UFPEL, bolsista BIC/CNPQ/ LEURENGEO – milasilbo@hotmail.com

<sup>4</sup>Professor Orientador e Coordenador do Laboratório de Estudos Urbanos, Regionais e de Ensino de Geografia – sid\_geo@hotmail.com

### 1 INTRODUÇÃO

A composição do aparelho comercial e sua organização resultam de um intenso processo de formação do espaço onde intervêm diversos processos de ordem global e local. Apesar de se admitir que as forças de ordem global que afetam o comércio varejista manifestam a sua presença em qualquer escala, só poderão ser compreendida de maneira adequada a partir da análise dos condicionantes locais, pela análise do poder de mediação dos lugares. Dessa forma, aparecem os espaços locais, apoiados na pequena empresa e em capitais da região.

O presente trabalho representa um fragmento de estudo de caso aplicado no Bairro Simões Lopes, em Pelotas, tornando-se um fragmento de levantamento quantitativo e caracterização estrutural que integra um projeto de pesquisa maior, voltado para o desenvolvimento de uma metodologia única que visa a realização de um Atlas e Censo do comércio e consumo em Pelotas, caracterizando também o perfil do consumidor que frequenta o local.

### 2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Este estudo orientou-se por procedimentos metodológicos, em destaque:

1) Adotou-se a metodologia desenvolvida na Escola de Liège por Spork (1964) e Mérenne-Schoumaker e Browet (1993), a fim de caracterizar o aparelho comercial urbano, sua composição e organização, que dá suporte a uma análise que permite identificar o número de lojas, sua distribuição e a importância que possuem em determinada área, permitindo a construção do cenário completo do comércio e serviços da cidade que, na ausência de informações de sua evolução, aponta para a análise da organização e composição do presente, na busca dos marcos do passado e dos processos espaço-temporais que exerceram influência.

2) Definimos a área que receberá a pesquisa como projeto piloto: Bairro Simões Lopes (Pelotas), delimitada pela Rua Frederico Bastos ao Oeste, Avenida Duque de Caxias e Praça XX de Setembro ao Norte, BR-392 ao Sul e Avenida Brasil ao Leste. A pesquisa seguirá a classificação indicada pelo IBGE, em setores censitários (fig.1). Desse modo, poderá se estabelecer uma classificação hierárquica das quadras e, a partir daí, uma classificação geral da área, determinando os locais de ocorrência das atividades de comércio e serviços.

3) O levantamento de dados consiste em saída de campo para aplicação de questionário quantitativo e com informações relevantes ao projeto, como: lote,

número da quadra (fig.2), nome do estabelecimento, ramo de atividade, serviços oferecidos, características estruturais com base na fachada, endereço do mesmo e definição de uma classificação própria com base na “Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE 1.0”/IBGE. De acordo com a metodologia proposta por Spork (1964), analisamos aspectos visuais de Standing com relação à disposição da vitrine, identificação do estabelecimento, informações complementares. O Modernismo analisa aspectos da fachada, imagem de apresentação do estabelecimento, acessibilidade, decoração e mede a posição do estabelecimento comercial numa hierarquia de valores, referentes à apresentação do estabelecimento respeitando a idade e aspecto antigos ou recentes como restauração do quadro tanto exterior quanto interior (MÉRRENNE-SCHOUMAKER e BROWET, 1993 apud CACHINHO, 2001, p. 327). A Superfície do estabelecimento também é analisada na ordem de pequena (< 30m<sup>2</sup>), média (de 30 a 60m<sup>2</sup>) ou grande (> 60 m<sup>2</sup>).

Figura 1



Classificação em setores censitários, segundo o IBGE.  
Imagem: Google Heart.

Figura 2



Classificação das quadras no Bairro Simões Lopes- Pelotas.  
Imagem: [www.pelotas.com.br/politica\\_urbana\\_ambiental/planejamento\\_urbano](http://www.pelotas.com.br/politica_urbana_ambiental/planejamento_urbano)

4) Serão utilizadas fontes diretas como a documentação e mapeamentos urbanos existentes em órgãos públicos responsáveis pelo cadastro das atividades. O acesso ao registro de estabelecimentos na Junta Comercial(Porto Alegre), datados de 1980 até o presente, permitirá o acesso à dados como endereço, atividade desempenhada, porte empresarial e situação dos empreendimentos da área urbana central, sendo efetivado com levantamento de campo e localização através de mapeamento.

5) O mapeamento e análise das atividades baseiam-se na digitalização dos dados e seu georeferenciamento, com produção de mapas temáticos referentes aos itens trabalhados. Os mapas serão produzidos em SIG e/ou CAD a fim de espacializar as informações funcionais e de análise teórica.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Como objetivos delineados têm-se a localização dos estabelecimentos na área de estudos. Ao caracterizá-los sob a lógica de indicadores definidos e classificá-los quanto às atividades desenvolvidas no comércio urbano, teremos base de análise do movimento das atividades comerciais no tempo e no espaço, em Pelotas.

A pesquisa é efetivada por intermédio de levantamento “a rés do chão”, analisando individualmente cada estabelecimento comercial ou de serviço, quadra por quadra, definidas dentro da subdivisão dos setores censitários, segundo o IBGE, no interior do perímetro delimitado previamente para investigação, com o qual se inventariam as atividades do setor comercial e serviços locais.

Este projeto vem suprir a demanda de informações quantitativas, de distribuição e organização referentes à composição e organização do setor de serviços e do aparelho comercial pelotenses, a partir da escassa existência de dados sobre o tema. Nessa análise, destaca-se a importância que o levantamento dessas informações possui ao tratar-se do desenvolvimento da cidade, à medida que serve como instrumento de análise quantitativa, capaz de classificar dados censitários da área delimitada relacionando os estabelecimentos presentes nesta, tendo como meta a realização de uma radiografia do comércio.

### **4 CONCLUSÕES**

A área central de Pelotas concentrou os estabelecimentos comerciais e de serviços, com maior diversidade de ofertas de bens e produtos. Porém, vem desenvolvendo-se uma dispersa distribuição de estabelecimentos destinados à satisfação das necessidades imediatas da população, rumo às centralidades diferenciadas em áreas periféricas da cidade. Reconhecemos com facilidade as concentrações significativas de comércio, alargando-se à Zona Norte do Centro de Pelotas, fragmento de estudo que integra o projeto de pesquisa do Censo Comercial de Pelotas, e centralizando-se no “Bairro-cidade”: Fragata, recorte espacial da análise. Porém, no caso de Pelotas, se desconhece aspectos organizacionais e de composição quantitativa dos setores comerciais e de serviços. Há carência de análise evolutiva e de modernização do espaço comercial, bem como, da distribuição dos estabelecimentos pelos diferentes ramos de atividades, o que poderia fornecer uma imagem da capacidade do aparelho comercial.

O estabelecimento de contatos, tanto para auxiliar na elaboração da pesquisa, quanto para divulgação da mesma, é fundamental para estender os

resultados à sociedade, de modo a contribuir para seu desenvolvimento. É nesta perspectiva que tem sido realizados elos com órgãos públicos, Junta Comercial e SEBRAE, para atender as demandas de investigação e difusão da pesquisa. Da mesma forma, as informações inventariadas são fundamentais a futuras pesquisas relacionadas à área, bem como, intervenções econômicas que visam à instalação de estabelecimentos comerciais e de serviços na busca pelo melhor local.

## 5 REFERÊNCIAS

- BARATA SALGUEIRO, Teresa. *Novas formas urbanas de comércio*. In: Finisterra, XXIV: 151 – 217, 1989.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. *Geografia urbana*. 2. ed. Lisboa: Gulbenkian, 1997.
- CACHINHO, Herculano. *L'urbanisme commercial: um instrument au service de l'aménagement des activités commerciales*. In: BARATA SALGUEIRO, Teresa (org). *Commerce, aménagement et urbanisme commercial*. Lisboa: GECIC, 1992. (247 – 260).
- MÈRENNE-SCHOUMAKER, Bernadete . Le grands centres commerciaux en Belgique. Étude comparative. *Bulletin de la Société Géographique de Liège*. N. 10, 1974.
- VARGAS, Heliana Comim. *Espaço terciário. O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: SENAC, 2001. (49 – 90).
- VIEIRA, Sidney Gonçalves. *A fragmentação social do espaço urbano. Uma análise da (re) produção do espaço urbano em Pelotas, RS*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PROPUR/FAUrb/UFRGS, 1997.
- VIEIRA, Sidney Gonçalves, PEREIRA, Óthon Ferreira & DE TONI, Jakcson Silvano. *Evolução urbana de Pelotas: Um estudo metodológico*. In: Núcleo de Documentação Histórica da UFPel. *História em Revista*. N. 1. Pelotas: UFPEL, 1994. (21 - 34 )
- VIEIRA, Sidney Gonçalves Vieira. *A cidade fragmentada*. Pelotas: Ed. UFPel., 2005.
- VILAÇA, Flávio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Bertrand Brasil, 2001.