



# XIV Encontro Nacional da ANPUR

23 a 27 · maio · 2011 · Rio de Janeiro

---

XIV ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR  
Maio de 2011  
Rio de Janeiro - RJ - Brasil

---

A CONSOLIDAÇÃO DE UM PÓLO ATACADISTA DE CONFECÇÕES A PARTIR DAS  
ARTICULAÇÕES DOS AGENTES SOCIAIS DO ARRANJO PRODUTIVO E DOS SHOPPING  
CENTERS ATACADISTA DA CIDADE MÉDIA DE MARINGÁ – PR

**Adeir Archanjo da Mota** (UNESP - Presidente Prudente) - arcanjogeo@hotmail.com  
*Doutorando em Geografia pela*

**Gilmar Aparecido Assalin** (UEPR - Campus Paranavai) - asalin@uol.com.br  
*Professor Assistente de Geografia da UEPR*

## Introdução

O processo de urbanização, ocorrido no Brasil, caracteriza-se pelo crescimento demográfico das metrópoles e das cidades médias, assim como o número de cidades. Neste contexto, ocorreu uma grande transformação do setor terciário da economia.

Nos últimos anos, o segmento de prestação de serviços absorveu uma porcentagem significativa da População Economicamente Ativa (PEA), que foi dispensada de outros setores econômicos. Neste sentido, o crescimento da demanda da população urbana por bens e serviços também vem contribuindo para a concretização deste fenômeno, na qual a maior parte do PIB produzido no Brasil tem sua origem no setor terciário, que de acordo com IBGE (2005), representa 58,1%.

O comércio e os serviços tornaram-se mais diversificados e sofisticados, tanto nas metrópoles como nas cidades médias, a exemplo de Maringá, com a criação de múltiplas empresas do setor terciário da economia. Nesta cidade, tal setor representa 65,85% do PIB municipal, ou seja, mais de três bilhões de reais, seguida pelo secundário, com apenas 18,71% e 0,70% do setor agropecuário, a diferença (14,74%), é atribuída aos impostos. Parte significativa da grande representatividade do setor de comércio e serviços está relacionada ao surgimento dos shopping centers, que são, por excelência, as espacialidades das práticas comerciais do final do século XX e início do século XXI das cidades grandes e, atualmente, das cidades intermediárias.

A cidade de Maringá, conforme as classificações e tipologias de cidades de diversos pesquisadores e órgãos governamentais, aparece como cidade média, tanto pela quantidade de habitantes e densidade demográfica, quanto pelos papéis que desempenha regionalmente.

Maringá é cidade-pólo de múltiplos papéis urbanos e de complexos arranjos produtivos, o que dificulta afirmar o setor econômico propulsor da economia local, porém, o setor de comércio e serviços se destaca desde sua gênese. No início do século XXI, é considerada: pólo médico-hospitalar (MACHADO, 2004); pólo do setor terciário (GHIZZO, 2006); pólo educacional (MOTA, 2007); pólo atacadista de confecções; pólo financeiro (concentração do setor bancário da parte oeste da mesorregião Norte Central e das mesorregiões Noroeste e Centro-ocidental paranaense, conforme a regionalização do IBGE de 1989), além de outros equipamentos e atributos urbanos culturais, informacionais, de transporte e serviços, impossibilitando a compreensão, principalmente a partir da década de 1960, do norte do Paraná de ignorar essa cidade.

Essa complexidade funcional crescente vai traduzir-se, entre outros aspectos, no fato de que cada centro situa-se simultaneamente em pelo menos duas redes, uma em que cada centro tem uma posição (metrópole, capital regional, centro sub-regional, centro de zona,

centro local) e outra, na qual cada centro desempenha um papel singular e / ou complementar com outros centros (CORRÊA, 1997).

Ao se evidenciar o setor terciário da cidade de Maringá, cabe ressaltar que a diversidade e a oferta de produtos demonstram a hegemonia do comércio desta cidade-pólo sobre as cidades-periféricas, pela qualidade, variedade, crédito e acessibilidade adquiridos pelos comerciantes através de uma maior capitalização.

As necessidades locais e a demanda regional fazem com que os shopping centers se adaptem a tais situações, contribuindo para que coexista uma diversidade de tipos de empreendimentos. Conforme a ABRASCE (2007), fundamentada em publicação da *International Council of Shopping Center (ICSC)*, os principais tipos são:

- *Shopping Regional*  
Este tipo de shopping fornece mercadorias em geral (uma boa porcentagem de vestuário) e serviços completos e variados. Suas atrações principais são âncoras tradicionais, lojas de departamento de desconto ou hipermercados. Um shopping regional típico é geralmente fechado, com as lojas voltadas para um hall interno.
- *Shopping Comunitário*  
O shopping comunitário geralmente oferece um sortimento amplo de vestuário e outras mercadorias. Entre as âncoras mais comuns estão os supermercados e lojas de departamentos de descontos. Entre os lojistas do shopping comunitário, algumas vezes encontram-se varejistas de "off-price" vendendo itens como roupas, objetos e móveis para casa, brinquedos, artigos eletrônicos ou para esporte.
- *Shopping de Vizinhança*  
É projetado para fornecer conveniência na compra das necessidades do dia-a-dia dos consumidores. Tem como âncora um supermercado. A âncora tem o apoio de lojas oferecendo outros artigos de conveniência.
- *Shopping Especializado*  
Voltado para um mix específico de lojas de um determinado grupo de atividades, tais como moda, decoração, náutica, esportes ou automóveis.
- *Outlet Center*  
Consiste em sua maior parte de lojas de fabricantes vendendo suas próprias marcas com desconto, além de varejistas de "off-price".
- *Festival Center*  
Está quase sempre localizado em áreas turísticas e é basicamente voltado para atividades de lazer, com restaurantes, fast-food, cinemas e outras diversões.

Conforme essa classificação, a definição que mais se aproxima dos shoppings atacadistas de confecções estudados é o de *outlet center*, por ser constituído por lojas que comercializam os produtos diretamente de suas indústrias, caracterizando –se por possuírem algumas singularidades.

O termo *shopping center* não será destacado como as demais palavras estrangeiras por ser o tema principal desse estudo, para evitar o excesso de palavras destacadas no texto, aparecendo também com as abreviaturas SC ou, quando no plural, SCs. No caso do shopping center atacadista se utilizará a abreviatura SCA, no plural, SCAs.

O comércio atacadista de confecções de Maringá tem se desenvolvido de forma significativa desde meados da década de 1980, resultando na criação de diversos empreendimentos do setor, como a fundação de diversos SCAs de confecções.

A relevância da centralidade em questão ganha legitimidade através do dinamismo do comércio atacadista local, gerado pela grande quantidade de fluxos de pessoas e mercadorias, o que pode ser comprovado pelas grandes distâncias percorridas por alguns industriais-lojistas e pela maioria dos compristas desse setor.

## **A origem do comércio atacadista de confecções em Maringá**

O início das atividades relacionadas ao setor de confecção se inscreve no contexto de dois aspectos de um mesmo processo, o da desconcentração produtiva da metrópole paulista. O primeiro aspecto seria a emergência do número de pequenas e micro-empresas na cidade, a partir da década de 1970, fruto da força e competência dos agentes e capitalistas locais, assim como se deu em outras cidades norte-paranaense (Cianorte, Apucarana e Londrina); o segundo, relacionado a transferência de indústrias ou de terceirização de parte ou de toda produção de roupas de renome nacional e internacional.

O surgimento das indústrias de confecção em Maringá possui diversas origens, assim como em Cianorte, estudada por Fresca (2004), segundo o qual os principais tipos de gênese são: - a partir da experiência prévia ou correlacionada a esta (comércio de roupas e tecidos e trabalhadores das indústrias do vestuário); e, - a partir de pessoas com capital para investir, mas sem experiência ou nenhum conhecimento no setor.

Segundo as entrevistas e questionários realizados com os industriais-lojistas, administradores e vendedores dos SCAs maringaenses, pode-se observar que os tipos predominantes da gênese de indústrias de confecções na cidade foi a partir da experiência adquirida pelos profissionais relacionados à produção e comercialização de confecções. Alguns com melhores oportunidades e capital, advindos de acúmulos em poupança, venda de algum imóvel ou pelo dinheiro do acerto demissional, compravam matérias-primas e produziam (como por exemplo a Rhenzo Confecções, Jean Paolo, Confecções Aline) ou terceirizavam a produção para uma ou mais fábricas (como a Opção G e a Aldecon Jeans).

Alguns profissionais, em sociedades ou individualmente, adquiriam as principais máquinas utilizadas, produzindo em diversas formas de distribuição das atividades: alguns casos se reuniam em uma residência, utilizada também como moradia; em outros, reuniam em uma residência ou pequeno salão comercial alugado, exclusivamente para a atividade; e, em outros, cada parte da produção era realizada em locais diferentes. Enfim, produziam, como se encontra comumente nos dias atuais, na forma de manufatura, eventualmente no sistema de cooperativa, pois, geralmente, um adquire os maquinários, gerencia o processo e

fica com o lucro, repassando aos demais trabalhadores o mínimo possível, visível até mesmo no tipo de transporte utilizado, pois na frente da maioria dessas empresas, percebe-se uma grande quantidade de bicicletas, o meio de transporte mais barato.

Com a maior capitalização desses pequenos industriais do setor de confecção, na década de 1980, construíram indústrias relativamente maiores, com maior potencial de produção, o que passou a exigir espaços mais amplos. Essa demanda espacial associada aos interesses de algumas administrações municipais, como a política do governo municipal Said Felício Ferreira, ocorrida no período de 1983 a 1988, que segundo funcionário da Prefeitura Municipal de Maringá, foram doados lotes urbanos para diversas empresas do setor de confecções, a exemplo das indústrias Calmexi, Robynil, Malharia Três Irmãos, Recco, Mac Lerry, instaladas em frente ao antigo parque de exposições Emílio Garrastazu Médici. Tais lotes já possuíam grande acessibilidade ao principal eixo viário de Maringá, a Avenida Colombo.

Alguns desses industriais foram os pioneiros no lançamento de uma galeria especializada no comércio atacadista de confecções de Maringá, em outubro de 1990, denominado desde a época de Shopping Vest Sul (Fotografia 1), num primeiro momento suas instalações ocorreram junto a um pavilhão do parque de exposições de Maringá, que no período tinha o nome de Emílio Garrastazu Médici, a partir de uma parceria com a prefeitura e a Sociedade Rural de Maringá, durante a gestão do prefeito Ricardo Barros (1989-1992). Em instalações provisórias, contava com 46 industriais-lojistas de Maringá (dos quais, Torch, Bandeirantes, Fábrica de Acolchoados, Jean Paolo, Nannys, Emma Fiorezi, Aston, Linda Li, Dilian, Mac Lerry, Kit Kat, Baby Lu, MR Malharia, Scalon, Pakita, Klausid, Dkleris, Flavilinne, Atelier, Recco, Robynil Malhas, Mazetto Enxovais, Belle Jeans) e região (das quais, Pirracinha e Titús de Apucarana, Green Jeans de Marialva, Liege Fashion de Paranavaí e Modinha de Londrina) esses, criaram uma infra-estrutura para atender os compristas que vinham especialmente do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Esse empreendimento surgiu devido às demandas dos consumidores, pois comprar diretamente em diversas indústrias demandava mais tempo e mais custos para o consumidor e o industrial nem sempre conseguia trazer até sua fábrica todos clientes desejados, dessa forma, procuraram concentrar as lojas num único local, onde a comercialização de seus produtos pudesse se realizar de forma tranqüila, cômoda, segura e mais econômica.

No início da década de 1990, diante da pujança de tal setor, foi criado o Shopping Mercosul, considerado o primeiro shopping atacadista de confecções de Maringá, que segundo o administrador atual, Gomes (2007), o empreendedor imobiliário desse shopping, transformou um barracão de produção de barcos – Marreco do Brasil -, junto à rodovia PR 317, km 01, em um shopping voltado a atender no atacado, tal estratégia locacional se deve à

informação da futura localização do Shopping Vest Sul, cuja sede começou a ser construída no Km 6, junto a mesma rodovia.



Fotografia 1: Primeira sede do Vest Sul no interior do Parque de Exposições Emílio Garrastazu Médici, situado na quadrante leste de Maringá – PR.

Fonte: O autor, pesquisa “in loco”, 2007.

Em frente ao portão do parque de exposição de Maringá, que dava acesso ao Vest Sul, na Avenida Guaiapó, instalou-se uma galeria, denominada de “Vest Center”, que comercializava confecções no atacado, aproveitando-se da localização e dos fluxos de excursões para o Vest Sul. Com a informação sobre a mudança desse para a rodovia PR 317, o Vest Center transferiu as lojas para um barracão adaptado a nova função de SCA, sendo aberto para comercialização antes da transferência do Vest Sul, e passou a ser denominado de Caiuá.

No segundo quinquênio da década de 1990, foi inaugurado no km 5 da PR 317, entre os SCAs Vest Sul e Caiuá, o SCA Catarinão, com mais de 100 salas, em posição estratégica, buscando aproveitar os fluxos de compristas que transitavam entre os SCAs pré-existentes.

Assim, na década de 1990 foram inaugurados quatro shoppings atacadistas de confecções em Maringá: o Mercosul, o Vest Sul, o Catarinão e o Caiuá (Figura 1), desses, os dois últimos encerraram suas atividades, devido às diversas crises políticas-econômicas, que propiciou uma alta nati-mortalidade nos diversos setores econômicos, devido às conseqüências das crises subseqüentes à implementação em 1994 do Plano Real, além da oferta de pontos para o comércio atacadista de confecções, maior que a demanda. Os outros dois SCA, por terem maior capitalização e estratégias, tanto dos industriais-lojistas, como dos administradores desses empreendimentos, conseguiram superar o período de crise e até ampliarem seus negócios, como, por exemplo, a construção da sede própria do Vest Sul na

PR 317, por não comportarem mais o crescente mercado que passava a ser constantemente ampliado, frente ao fluxo de consumidores, advindos das mais variadas localidades.

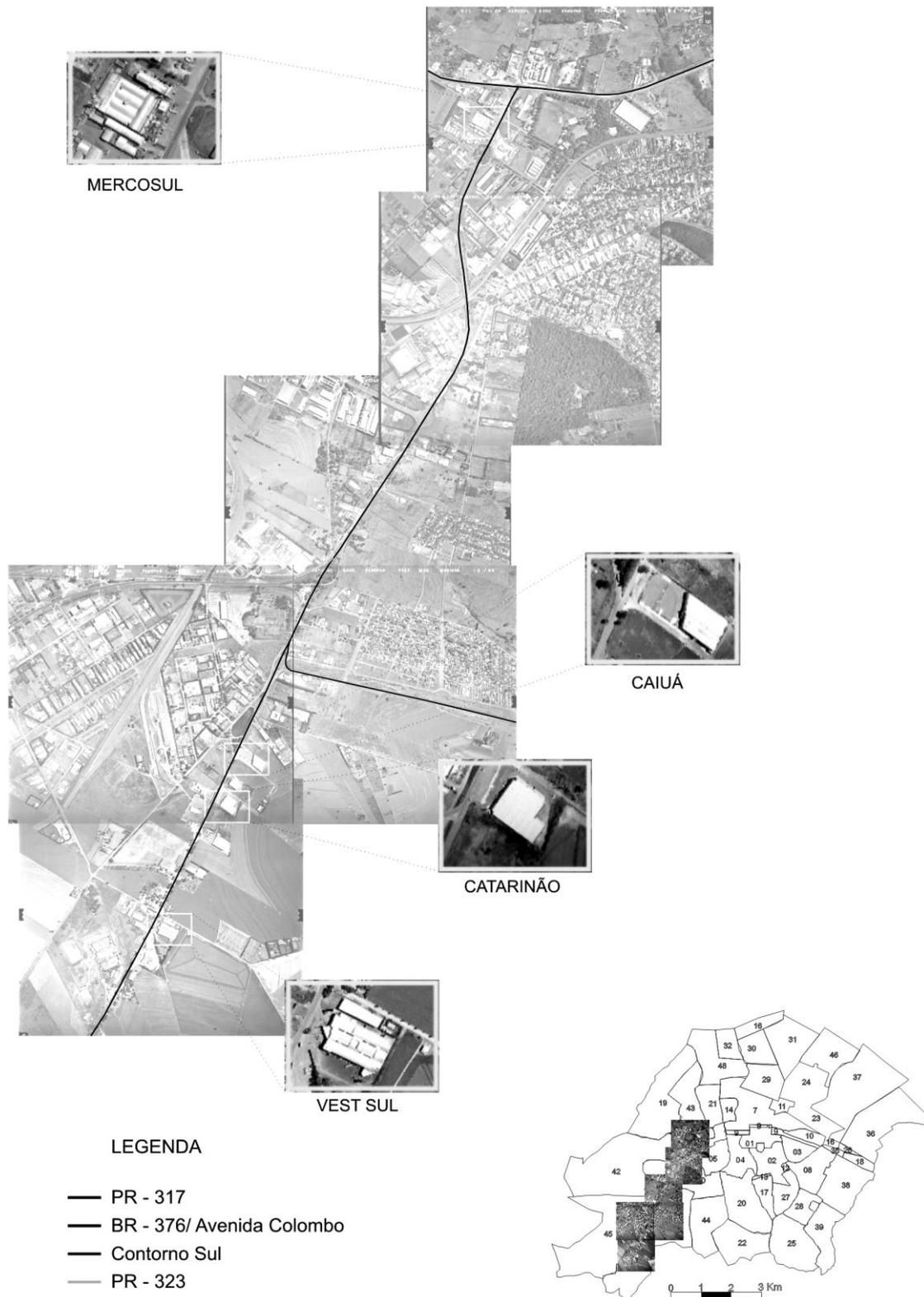


Figura 1: Shopping centers atacadistas de confecções de Maringá na PR 317, em 1995.

Fonte: Adaptado de Prefeitura Municipal de Maringá, 2000.

Esses empreendimentos prosperaram assim como os demais setores econômicos,

principalmente, por se situarem numa cidade planejada para ser um pólo regional – Maringá, que consolidou-se devido às políticas e as infra-estruturas implantadas, onde uma das políticas para o desenvolvimento dessa cidade foi a localização estratégica no anel de integração rodoviário do Paraná, no qual intersectam as rodovias PRs e BRs que ligam o norte ao sudoeste, sudeste, leste e oeste do Estado, sendo passagem também de outros Estados, como de São Paulo, Mato Grosso do Sul, e países do Mercosul, Paraguai e Argentina, como se pode observar nos fluxos de veículos de transporte de mercadorias no cruzamento das Avenidas São Paulo/Morangueira com a Avenida Colombo, trechos de conservação municipal da BR 376 e PR 317.

Os SCAs apresentam uma dinâmica espacial distinta das promovidas pelos SCs varejistas, pois esses últimos despertam o interesse do mercado imobiliário para a construção de loteamentos e condomínios fechados nas áreas limítrofes a esses empreendimentos – como no caso do Shopping Catuaí, em Londrina, enquanto, os SCAs, por não comercializarem no varejo, não influencia diretamente no mercado imobiliário, pois, não desperta o interesse de consumidores em comprarem residência ou lotes próximos, nem da maiorias dos trabalhadores desses SCAs, por se encontrar situados numa Zona Industrial, longe das demais infra-estruturas e equipamentos urbanos, além de não ser permitido a criação de loteamentos pelas diversas legislações urbanas de Maringá.

### **Uma nova centralidade urbana a partir dos shopping centers atacadistas de confecções de Maringá**

O início da centralidade propiciada pelas galerias de comércio atacadistas no quadrante leste da cidade de Maringá, no entorno do Vest Sul, situado no parque de exposição, foi transferida na segunda metade da década de 1990 para a PR 317, entre os km 1 e 6, no quadrante sudoeste da cidade.

Neste item, buscou-se um maior aprofundamento das características e das singularidades dos três SCAs da cidade de Maringá, todos do setor de confecções (Figura 2), no qual percebe-se diferenças tanto espaciais, como econômicas e estratégicas.

A relevância do setor atacadista de confecções de Maringá pode ser demonstrada a partir de uma situação vivenciada em 1998, quando o Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá – SINDVEST reuniu-se com os demais sindicatos da indústria de vestuário dos principais pólos norte-paranaense – Apucarana, Cianorte e Londrina, para realizarem uma feira itinerante, um ano em cada cidade. A primeira a ser sede do evento – Moda Paraná, foi Maringá, que obteve grande sucesso, a qual contou com a presença de pessoas renomadas da mídia e do mundo *fashion*, como o estilista Clodovil, a modelo Adriane Galisteu, o ator Marcelo Novaes e a atriz Elke Maravilha. Porém, a segunda edição do evento, realizada em

Londrina, já não teve a cooperação das demais cidades, o evento não teve o mesmo êxito e a idéia foi descartada.



Figura 2: Imagens de satélite evidenciando os shopping centers atacadistas de confecções de Maringá na PR 317, entre os km 1 e 6, em 2006.

Fonte: Adaptado de Google Earth e Prefeitura Municipal de Maringá, 2007.

A evolução desse setor, segundo o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá – CODEM, com base nos dados da RAIS de 2000 a 2006, é evidente, ao observar o número de estabelecimentos e empregos da indústria têxtil do vestuário e artefatos de tecidos, nos quais nota-se um acréscimo acentuado até 2005 (Gráfico 1), devido à estabilidade econômica nacional e regional até 2004.

Em 2006, o número de empresas teve uma queda de apenas 0,9% em relação a 2005, porém, a redução do número de empregos foi significativa, atingindo mais de 20% (Gráfico 1), devido a instabilidade econômica da região, correlacionada principalmente às condições desfavoráveis no setor agropecuário, desencadeada pela queda do preço da soja, com a valorização do real em relação ao dólar e do boicote da venda da carne bovina paranaense devido à febre aftosa, atingindo de forma relevante o comércio varejista e atacadista e, por consequência, a produção de confecções em Maringá.

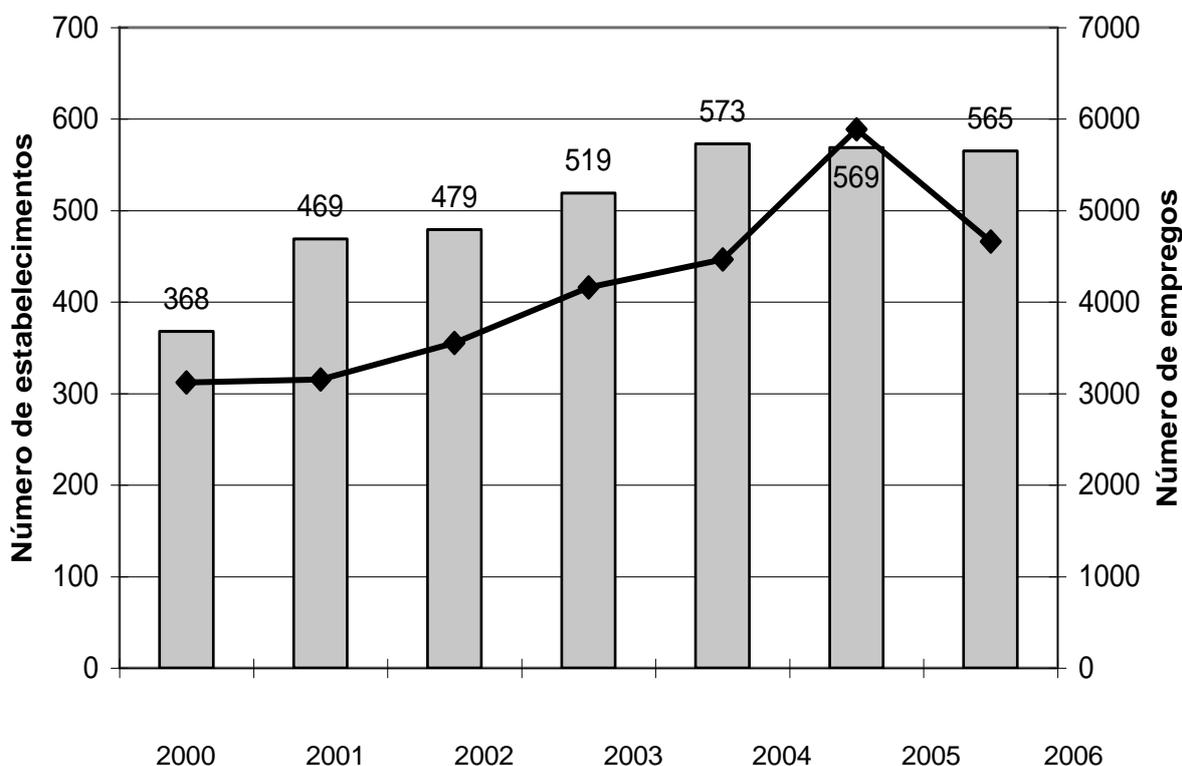


Gráfico 1: Número de estabelecimentos e empregos da indústria têxtil do vestuário e artefatos de tecidos de Maringá nos anos de 2000 a 2006.

Fonte: RAIS (Dados trabalhados pelo CODEM), 2000-2006.

Antonio Recco, presidente do SINDVEST, em entrevista a Fragoso (2006), explica que a crise de 2005 no setor é fruto do excesso de lojas abertas no período anterior, ao analisar que: “após os anos de 2003 e 2004, quando os shoppings obtiveram os melhores resultados dos últimos anos, houve um crescimento desordenado no número de postos de venda [...]. Na

avaliação do empresário, o fechamento em larga escala de lojas prova que o setor “comporta, no máximo, 500 lojas”. E, Wilson Roberto Chatalov, responsável pelo setor financeiro do SCA Vest Sul, também em entrevista a Fragoso (2006), complementa, que “perdemos muitos compradores que vinham do Rio Grande do Sul, depois que o governo estadual passou a cobrar a diferença do ICMS na fronteira”.

Entre os anos de 2003 e 2004, percebe-se um crescimento acelerado do número de comerciantes atacadista de confecções, tanto pela duplicação do número de lojas, que passou de 308 para 605 em 2005, como pela comparação com o número de estabelecimentos da indústria têxtil do vestuário, artefatos e tecidos, que teve um crescimento menor, de menos de 10% no período. Esse crescimento relativamente menor pode ser justificado pela adoção da produção a partir de fações, com as quais diversos lojistas buscam diminuir os custos, realizando apenas as etapas iniciais e finais da produção, como modelagem, corte e acabamento final, que além do favorecer o aumento de lucro, utiliza-se da estratégia para serem aceitos nos SCAs que têm tal exigência.

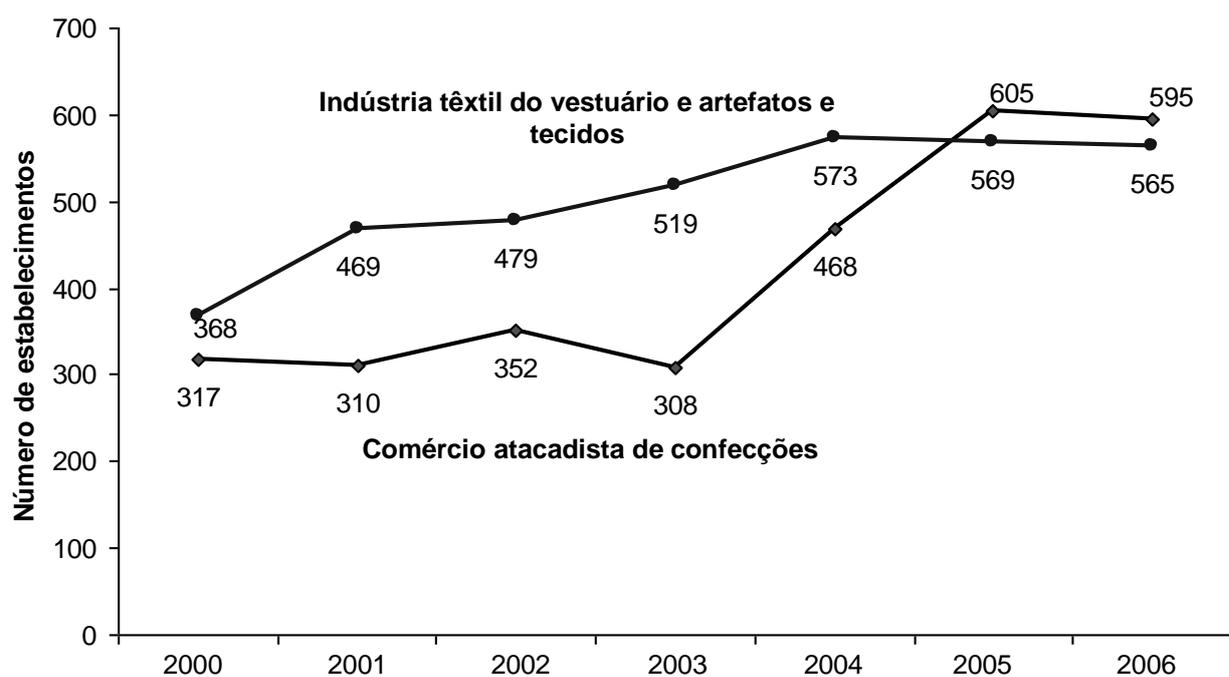


Gráfico 2: Número de estabelecimentos da indústria têxtil do vestuário e artefatos e tecidos e dos estabelecimentos de comércio atacadista de confecções de Maringá de 2000 a 2006.

Fonte: RAIS (Dados trabalhados pelo CODEM), 2000-2006.

A relevância desse setor do comércio atacadista de Maringá, torna claro a importância do segmento para a economia municipal, que passou de 59,5% do número de estabelecimento do comércio atacadista em 2000 para 73,5% em 2006 (Tabela 1 e Gráfico

3). Tal crescimento não se deu de forma uniforme, como já discutido anteriormente, pois algumas variações no setor foram maiores para o comércio atacadista de confecções que para o comércio atacadista em geral. Sendo que na última crise regional, em 2005, percebeu-se que essa afetou de forma relativamente inferior o setor estudado que os demais, expressos na ascensão da representatividade do setor, ou seja, mesmo diminuindo o número de estabelecimentos do comércio atacadista de confecções entre 2005 e 2006, esse setor ganhou mais representatividade sobre o comércio atacadista em geral.

Ainda referindo-se sobre a relevância do setor, Hess (2006), utilizando-se da estimativa do SINDVEST, aponta que o setor destaca-se no Estado do Paraná e nacionalmente, possuindo, aproximadamente, 1,2 mil das 5 mil empresas paranaense do vestuário, e, empregando 39,5 mil trabalhadores diretamente e 72 mil indiretamente.

**Tabela 1: A representatividade do comércio atacadista de confecções no comércio atacadista e as indústrias têxteis do vestuário e artefatos de tecidos da cidade de Maringá nos anos de 2000 a 2006.**

<b>Ano</b>	<b>Nº de estabelecimentos da indústria Têxtil do vestuário e artefatos de tecidos</b>	<b>Nº de empregos da indústria Têxtil do vestuário e artefatos de tecidos</b>	<b>Nº de estabelecimentos do comércio atacadista</b>	<b>Nº de estabelecimentos do comércio atacadista de confecções</b>	<b>Representatividade do comércio atacadista de confecções no comércio atacadista (%)</b>
<b>2000</b>	368	3120	533	317	59,5
<b>2001</b>	469	3154	556	310	55,8
<b>2002</b>	479	3555	569	362	63,6
<b>2003</b>	519	4160	576	308	53,5
<b>2004</b>	573	4465	733	468	63,8
<b>2005</b>	569	5888	836	605	72,4
<b>2006</b>	565	4662	810	595	73,5

Fonte dos Dados: RAIS (Dados trabalhados pelo CODEM), 2000-2006.

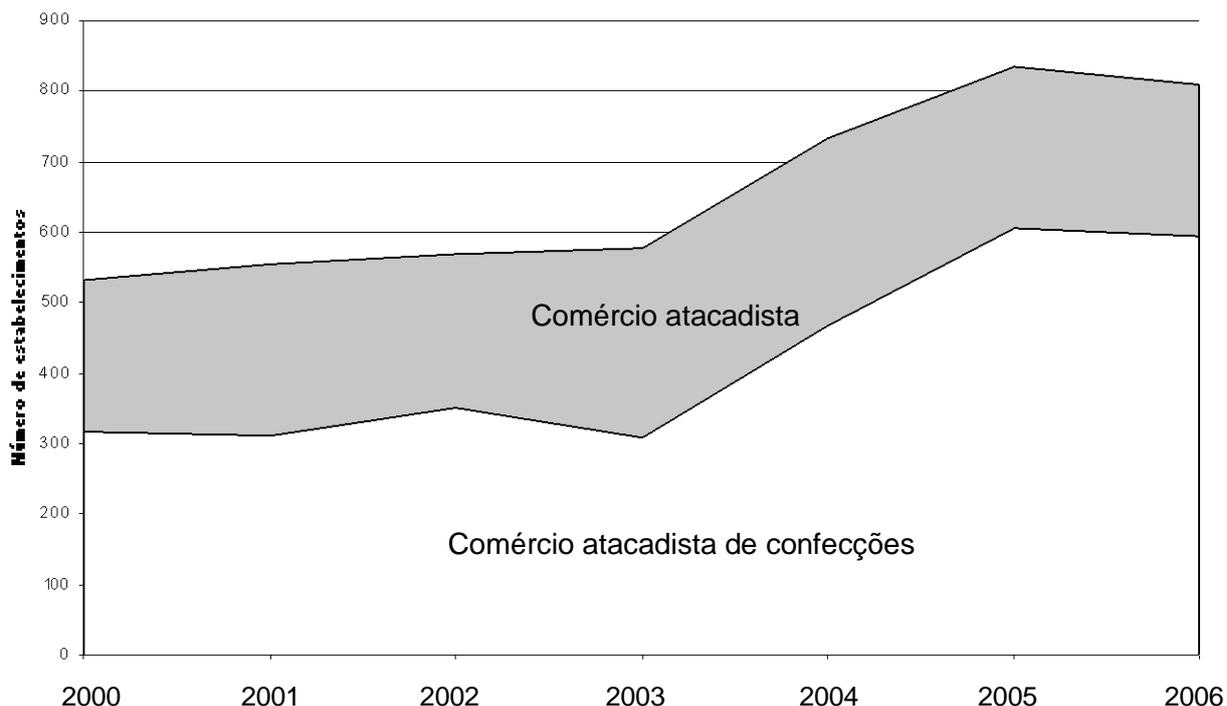
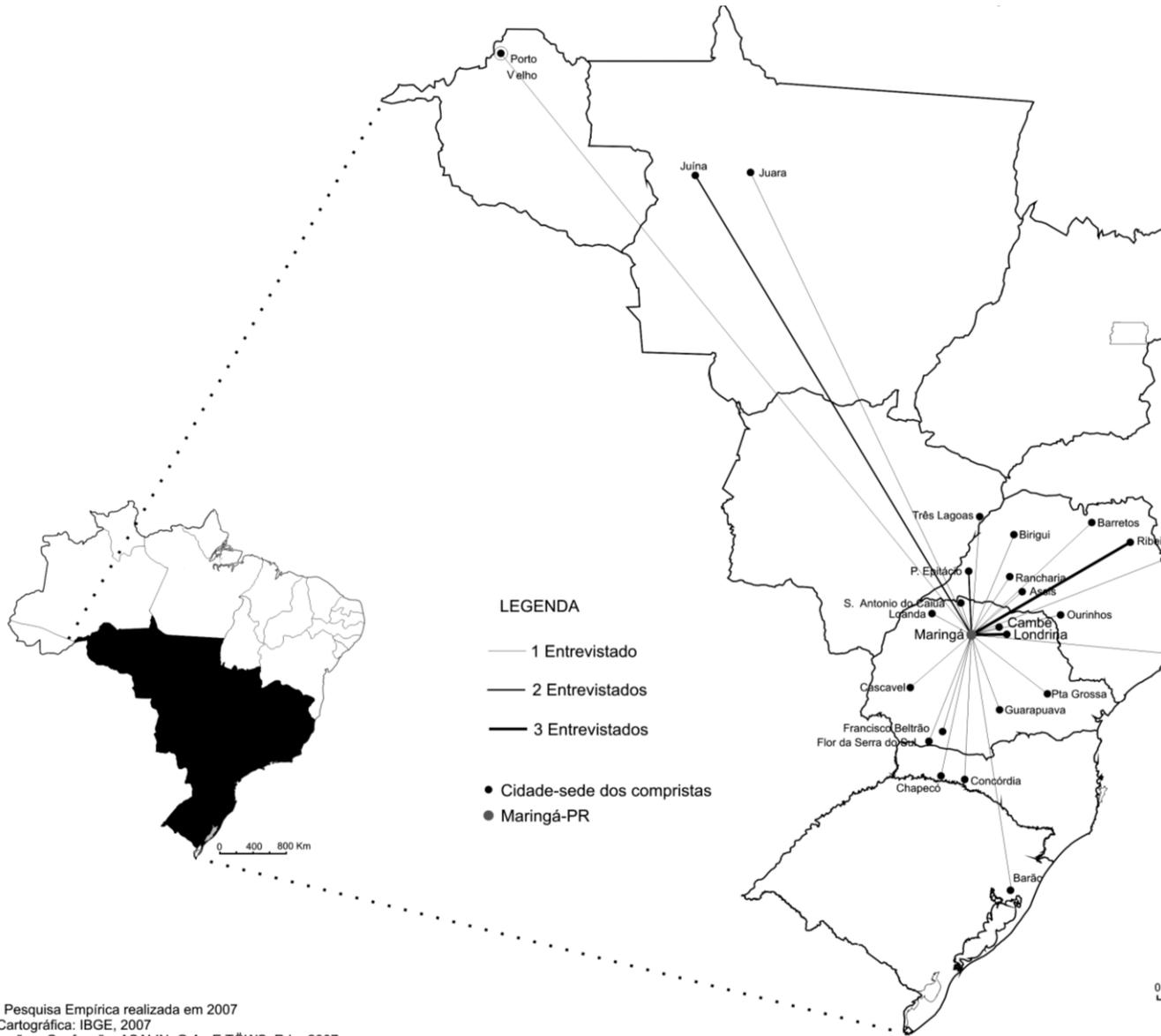


Gráfico 3: Número de estabelecimentos de comércio atacadista e do comércio atacadista de confecções de Maringá nos anos de 2000 a 2006.

Fonte: RAIS (Dados trabalhados pelo CODEM), 2000-2006.

Conforme os 30 compristas entrevistados, os restaurantes são mais importantes para aqueles que residem no Paraná e sul-sudoeste de São Paulo, devido a maior acessibilidade, pelas menores distâncias percorridas até Maringá, e, as pousadas para aqueles que vêm de localidades mais distantes, como, por exemplo, os casos dos compristas de Rondônia, Santa Catarina, norte-nordeste de São Paulo e Mato Grosso, que após viagens de até 2.500 quilômetros, necessitam de pouso para descanso (Mapa 1).

Mapa 1: Cidades de origem dos compristas entrevistados nos shoppings atacadistas de confecções



A distribuição espacial dos guias evidencia as principais cidades que possuem compristas que se deslocam para o pólo atacadista de confecções de Maringá, dos quais se destacam as regiões Sul e Sudeste, com 87,5% dos 248 guias cadastrados, seguida pela região Centro-Oeste, com 12% guias cadastrados. Ao se analisar a distribuição do número de guias percebe-se que o maior contingente encontra-se nos Estados da Região Concentrada, como demonstra a Tabela 2.

Tabela 2: **Origem estadual dos guias cadastrados nas centrais dos shoppings atacadistas de confecções de Maringá em maio de 2007.**

<i>ESTADOS</i>	<i>Número de guias cadastrados</i>
Paraná	97
São Paulo	43
Rio Grande do Sul	31
Santa Catarina	25
Mato Grosso do Sul	16
Minas Gerais	14
Mato Grosso	10
Rio de Janeiro	5
Goiás	3
Espírito Santo	2
Rondônia	1
Distrito Federal	1

Fonte: Central de guias – pesquisa “*in loco*” em mai. 2007

O SC pode ser identificado como produção de nova centralidade, por concentrar um conjunto de estabelecimentos voltados ao comércio e aos serviços numa nova localização, associada a um novo modelo de acessibilidade, pois muitos desses empreendimentos são alocados próximos a vias expressas e conjugam grandes áreas de estacionamento.

Identificada pela densidade dos fluxos e fluidez no território, a centralidade é um processo que se manifesta pelo espaço a partir da reprodução da cidade, sendo expressa das mais variadas maneiras. O centro caracteriza-se pela expressão territorial e em seu interior podemos encontrar um ou mais pontos que expressam a centralidade.

### **Considerações finais**

O espaço urbano, assim como a sua reprodução, apresenta determinantes impostas pela centralidade, num processo complexo e dinâmico que é demonstrado pelas relações entre as formas, as funções e as estruturas, se materializando em (re)arranjos espaciais, dentro da dinâmica das variadas condições de atração e acesso.

Na economia de mercado, onde é evidente a luta de classes, os mais variados interesses influenciam na forma espacial do urbano, onde os grupos sociais com maior poder político e econômico articulam-se de forma planejada, impondo a outros segmentos a lógica que vai ao encontro da reprodução do capital.

Conforme a especificidade de cada localidade foi possível visualizar como as formas espaciais são socialmente produzidas por agentes sociais concretos, a saber, incorporadores imobiliários, industriais-lojistas e o Estado, num processo de estruturação do urbano, caracterizado pelas mais variadas formas, como o caso do desenvolvimento dos SCAs e pelos investimentos e articulações que levaram a criação da Passarela da Moda, passarela sofisticada sobre a rodovia PR 317, km 6, financiada pelo Estado.

A origem do capital empregado no setor industrial de confecções está relacionada aos profissionais ligados às atividades de produção e comercialização, que após trabalharem e adquirirem experiência e capital inicial, criaram suas próprias “fabriquetas”.

Muitos industriais do setor de confecções maringenses iniciaram suas atividades a partir de facções que desenvolveram para empresas paulistas, desencadeadas pelo processo de desconcentração produtiva devido às deseconomias de aglomeração, tanto prosperaram, que já estão agindo em outros setores da economia, como o setor de comércio varejista e atacadista, de transporte e da construção civil. Em outros casos, deram início as atividades na produção de confecções a partir de um pequeno número de máquinas e empregados, eventualmente sobre a forma de organização cooperativa, desenvolvendo-se para fábricas maiores e iniciando, posteriormente, em outros setores da economia, culminando como industriais-lojistas do comércio atacadista.

Por caracterizarem uma centralidade urbana os shopping centers atacadistas apresentam uma dinâmica espacial diferente dos shoppings varejistas, primeiro por possuírem fluxos de pessoas, capitais e mercadorias em nível nacional, no qual destaca-se o número de compristas de outras mesorregiões paranaenses e de outros estados; segundo, por terem, no caso da cidade de Maringá, uma área de ocorrência numa zona industrial; terceiro, por não ter grande especulação imobiliária, nem pressão sobre o governo municipal para a criação de loteamentos residenciais nos arredores da PR 317, por não se tratar de shopping que atenda no varejo.

Outro agente produtor do espaço urbano correlacionado ao desenvolvimento do setor e a produção da cidade de Maringá é o promotor imobiliário, que sem dúvida é um dos mais importantes agentes, pois atua como coordenador das atividades dos demais agentes que integram essa forma de produção capitalista imobiliária.

Nesse estudo, percebeu-se, que existem diferenças de interesses e estratégias na produção de SCAs construídos e/ou administrados por promotores imobiliários, de outros SCAs produzidos e/ou geridos por industriais-lojistas, como no caso dos três shoppings

analisados: o Shopping Vest Sul, tem a sua gênese relacionada diretamente com as articulações e estratégias criadas pelos próprios industriais-lojistas, desde a construção até a gestão do mesmo, comumente, os lojistas são proprietários de sua(s) sala(s); o Shopping Avenida Fashion se caracteriza como um empreendimento cujo grupo de proprietários são incorporadores imobiliários, o qual possui uma administração voltada às estratégias do mercado imobiliário, admitindo empresas, em seu mix, que não tenham necessariamente indústria, além de não apresentar um mix muito rígido; no caso do Mercosul, o proprietário é um incorporador imobiliário, porém a administração possui relação direta com os industriais-lojistas, fruto de uma readequação espacial, transformando uma indústria de barcos em um shopping atacadista de confecções, no qual as salas são alugadas, porém paga-se pela localização interna, o que chamam de “luva”.

Ao se analisar a abrangência de polarização dos SCAs de Maringá, observou-se que há fluxos de pessoas e mercadorias de diversas unidades da federação, principalmente das regiões Sul e Sudeste, porém, os níveis são diferentes entre cada SCA estudado: o Mercosul configura-se como um comércio atacadista de polarização regional, no qual, predominam os compristas do Estado do Paraná, os demais de cidades num raio de aproximadamente 500 quilômetros; o Vest Sul e o Avenida Fashion caracterizam-se como SCAs de polarização nacional, pois a minoria dos compristas entrevistados são paranaenses, predominando compristas de São Paulo, Santa Catarina, do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

O urbano pode ser visto como uma mercadoria e a partir de sua análise podemos entender os limites, assim como as potencialidades do movimento do capital a nível nacional, como se verificou nesse estudo, pois de forma geral, os compristas dos SCAs não consomem a cidade de Maringá, restringindo-se à centralidade especializada do comércio atacadista de confecções, junto a PR 317, a sete quilômetros do Centro Tradicional.

Com esse estudo foi possível perceber ainda, novas possibilidades de pesquisas, como: o papel que desempenham as galerias que se desenvolveram nas áreas adjacentes aos shoppings atacadistas; as galerias que vendem tanto no atacado como no varejo; estudo comparativo entre os SCAs de Maringá e Cianorte, até que ponto concorrem e até que ponto se complementam; as diferenças de atuação dos distintos agentes sociais urbanos correlacionados ao setor de comércio atacadista de confecções, como os diferentes níveis de envolvimento do governo municipal em investimentos de dinheiro público para o marketing do setor, como nos casos das cidade de Maringá e Cianorte; o papel que desempenha o setor de comércio atacadista de confecções em cidades de tamanhos diferentes.

## Referências

ABRASCE – Associação Brasileira de *Shopping Centers*. *Shopping centers no Brasil*. Disponível em: <[http://www.abrasce.com.br/gr\\_numeros.htm](http://www.abrasce.com.br/gr_numeros.htm)>. Acesso em: 26 abr. 2007.

ARANTES, O; VAINER, C; MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000.

BENKO, G. *Economia, espaço e globalização: na aurora do século XXI*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRASIL. Ministério do Trabalho. *Relação anual de informações sociais*. Brasília, DF, 2003.

CAPEL SAEZ, H. *Capitalismo y Morfologia Urbana em España*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1990.

CORRÊA, R. L. *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

FIRKOWSKI, O. L. C. F. *A nova territorialidade da indústria e o aglomerado metropolitano de Curitiba*. 2001. Tese (Doutorado em Geografia), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

FRAGOSO, M. Atacado de confecções vive crise de 'excessos'. *O Diário do Norte do Paraná*, Maringá, 16 abr. 2006. Cidade. p. 5.

FRESCA, T. M. *A Rede Urbana do Norte do Paraná*. Londrina: Eduel, 2004.

FIRKOWSKI, O. L. C. F. *A nova territorialidade da indústria e o aglomerado metropolitano de Curitiba*. 2001. Tese (Doutorado em Geografia), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

GHIZZO, M. R. *A mobilidade do consumo na cidade de Maringá – PR: o ensaio de uma noção*. 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia)–Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2006.

GOMES, H. Entrevista a Gilmar Aparecido Asalin, Maringá: 25 de Maio de 2007.

HESS, D. Maringá Moda Show: Evento reuniu as novidades da Coleção Outono/Inverno 2006 oferecidas por 600 lojas de seis shoppings atacadistas. *O Diário do Norte do Paraná*, Maringá, 02 abr. 2006. *É Moda*. p. 10.

MACHADO, J. R. *As centralidades e as (des)centralidades: um olhar geográfico sobre a espacialidade dos serviços da saúde na cidade de Maringá*. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia)–Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2004.

MOTA, A. A. *A Geografia do Ensino Superior de Maringá: a dinâmica regional e as transformações no espaço urbano*. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) Departamento de Geografia, CCH, Universidade Estadual de Maringá. Maringá, 2007.

PADILHA, V. *Shopping center: a catedral das mercadorias*. São Paulo: Boitempo, 2006.

PINTAUDI, S. M.; FRÚGOLI, H. (Orgs.). *Shopping Centers: Espaço, Cultura e Modernidade nas Cidades Brasileiras*. São Paulo: Editora Unesp, 1992.

SANTOS, M. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

\_\_\_\_\_. *A Urbanização brasileira*. 5. ed. São Paulo: EDUSP, 2005.

SPÓSITO, M. E. B. *Multi(poli)centralidade urbana em Bauru, São José do Rio Preto e Presidente Prudente*. Projeto de Pesquisa Integrada, Presidente Prudente, 1996.