

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE ARQUITETURA E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA**

FERNANDA ALVES CHAVES

**CENTROS COMERCIAIS ABERTOS:
O CASO DA RUA DAS FLORES
FACE ÀS RELAÇÕES SOCIOPOLÍTICAS**

**CURITIBA
2017**

FERNANDA ALVES CHAVES

**CENTROS COMERCIAIS ABERTOS:
O CASO DA RUA DAS FLORES
FACE ÀS RELAÇÕES SOCIOPOLÍTICAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana – PPGTU, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, na linha de pesquisa de Políticas Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Mario Procopiuck

**CURITIBA
2017**

Dados da Catalogação na Publicação
Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR
Biblioteca Central

C512c
2017 Chaves, Fernanda Alves
Centros comerciais abertos: o caso da Rua das Flores face às relações sociopolíticas / Fernanda Alves Chaves; orientador, Mario Procopiuck. – 2017. 161 f.: il.; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2017.

Bibliografia: p. 104-115.

1. Centros comerciais. 2. Política pública. 3. Ruas - Curitiba (PR). 4. Governança corporativa. 5. Planejamento urbano. I. Procopiuck, Mario. II. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana. III. Título.

CDD 20. ed. – 711.4

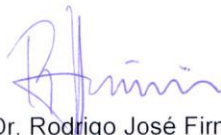
TERMO DE APROVAÇÃO

**“CENTROS COMERCIAIS ABERTOS: O CASO DA RUA DAS FLORES EM
CURITIBA-PR FACE ÀS RELAÇÕES SOCIOPOLÍTICAS”**

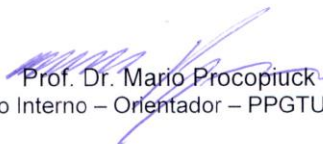
Por

FERNANDA ALVES CHAVES

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana, área de concentração em Gestão Urbana, da Escola de Arquitetura e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

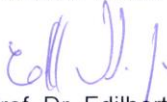


Prof. Dr. Rodrigo José Firmino
Coordenador do Programa – PPGTU/PUCPR



Prof. Dr. Mario Procopiuck
Membro Interno – Orientador – PPGTU/PUCPR

Prof. Dr. Carlos Hardt
Membro Interno – PPGTU/PUCPR



Prof. Dr. Edilberto Nunes de Moura
Membro Interno – PPGTU/PUCPR

Prof^a. Dra. Maria Lucia Figueiredo Gomes de Meza
Membro Externo – UTFPR

Curitiba, 24 de fevereiro de 2017.

À vovó Ana Chaves e ao vovô Aristorides Alves Chaves,
que me propiciaram as mais belas experiências. Seu amor,
seu cuidado e seus valores permitiram-me viver dignamente –
mesmo quando já não estavam presentes. Os avós são os
únicos adultos que sempre têm tempo para a gente.

Ao meu amado esposo, David Fernando Gomes,
que me permitiu voar, mesmo sem asas.

AGRADECIMENTOS

É uma grande responsabilidade reconhecer o nível de importância do outro na nossa vida. Há sempre a possibilidade de, por um deslize, esquecer alguém que não poderia deixar de ser lembrado e agradecido. São muitas as pessoas a serem citadas, pois o trabalho se iniciou muito antes do curso de Mestrado; elas contribuíram, direta ou indiretamente, para realizar esta dissertação e, sobretudo, para tornar minha vida cotidiana, na fase de sua elaboração, mais produtiva, agradável e feliz.

Ao David Fernando Gomes, companheiro de todas as horas, cujas palavras de encorajamento e ações de cumplicidade e apoio, independente das dificuldades, permitiram-me realizar este sonho: ser mestre.

Aos colegas do programa de Mestrado em Gestão Urbana, das turmas de 2014, 2015 e 2016; principalmente, à Manon Garcia e Mauro Guariente, por seu incentivo, ajuda em momentos difíceis e troca de conhecimento.

Aos amigos e à família que me auxiliaram, compreendendo minhas ausências, contribuindo com livros ou material, doando seu tempo para ouvir minhas ideias ou lamúrias. Agradeço por todas as formas de ajuda que deram, consciente ou inconscientemente. Gratidão especial à tia Eliane Mara Alves Chaves que muito auxiliou nas finalizações de cada etapa desse documento.

À Associação Comercial do Paraná, na pessoa da gestora Tânia Regina Vieira, por possibilitar minha dedicação a este trabalho em paralelo com minhas atividades profissionais como membro da equipe de RH da empresa.

Aos professores Dr. Carlos Hardt e Dr. Edilberto Nunes de Souza, que participaram diretamente da qualificação e da banca de defesa de dissertação; aos professores que me ensinaram muito sobre Gestão Urbana, permitindo ver as cidades com novos olhos, cada um em sua especialidade, Dr. Carlos Mello Garcias, Dr. Clovis Ultramari, PHD, Dr. Denis Alcides Rezende, PHD, Dr. Fábio Duarte, PHD, Dr. Fábio

Teodoro de Souza, Dr. Harry Alberto Bollmann, Dra. Letícia Peret Antunes Hardt, Dr. Rodrigo José Firmino, Dra. Samira Kauchakje, Dra. Zulma das Graças Lucena Schussel, PHD, Dr. Carlos Alberto Ciocle Sampaio, Dr. Luiz Márcio Spinosa, PHD e Dr. Rodrigo Siqueira Reis; à Pollyana Mara Schlenker, pela cortesia e disponibilidade em cada dificuldade ou dúvida administrativa que tive.

Por fim, especialmente ao meu orientador, Prof. Dr. Mario Procopiuck, pelos ensinamentos, serenidade, compreensão, dedicação e paciência para comigo. Ele nunca desistiu, nem quando eu mesma já tinha me abandonado.

Todos pensam em mudar o mundo, mas ninguém pensa em
mudar a si mesmo. (Leon Tolstoi)

RESUMO

A configuração dos centros comerciais abertos, desenvolvida pela ótica das relações criadas e mantidas pelos agentes sociopolíticos para instaurar políticas públicas, tem favorecido o surgimento de perspectivas inovadoras que potencializam as estratégias de dinamização de tais espaços urbanos em diferentes contextos, principalmente no eixo comercial. Contudo, mormente no Brasil, ainda são incipientes os empreendimentos científicos para compreender tais configurações. Nessa linha, a pesquisa, procurando avançar no conhecimento sobre centros comerciais abertos, teve como objetivo analisar a configuração do centro comercial aberto Rua das Flores, sob as perspectivas dos arranjos sociopolíticos locais. Metodologicamente, a pesquisa foi desenvolvida com base em estudo de caso, com abordagem exploratório-descritiva, pautada em técnicas de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevista, tendo como objeto empírico as relações sociopolíticas em que está implexa a Rua das Flores – situada no centro de Curitiba-PR, com seus 800 metros de extensão – e recorte temporal entre 2005 e 2012. Os resultados permitem afirmar que a Rua das Flores se subsume, em grande parte, ao conceito de centro comercial aberto e que as ações de políticas públicas implantadas expressam preocupações de agentes públicos e privados com a atratividade, competitividade e sustentabilidade do conjunto de empresas comerciais da região, que funcionam como elementos de dinamização do centro urbano de Curitiba. Com preocupações nesse sentido, houve a identificação de agentes sociopolíticos que se destacam no desenvolvimento e aplicação de políticas públicas pensadas de maneira integrada, a fim de potencializar as relações entre o governo, a sociedade civil e os comerciantes. Contudo, ainda existem vários contextos comerciais dentro do centro comercial aberto Rua das Flores que ainda tendem a ser tratados de maneira universal, o que tem desfavorecido parcelas importantes do grupo. De modo geral, os resultados abrem promissoras oportunidades para agentes sociopolíticos compreenderem, com maior profundidade, a complexidade e a lógica de funcionamento desses espaços chamados de centros comerciais abertos e, assim, potencializarem estratégias para viabilizar interesses comuns, a fim de mantê-los ativos e produtivos, bem como atender às suas funções de dinamização social, comercial e cultural consonantes com as necessidades de cidades inovadoras.

Palavras-chave: Centros comerciais abertos. Agentes e arranjos sociopolíticos. Governança urbana. Políticas públicas. Gestão urbana.

ABSTRACT

The configuration of the shopping centers open, developed by optics of the relationships created and maintained by socio-political agents to establish public policies have favored the emergence of innovative perspectives that leverage the strategies of the pivot of such urban spaces in different contexts, especially in the commercial axis. However, especially in Brazil, are still incipient scientific enterprises to understand such settings. In this line, the research, looking for progress in knowledge about open commercial centers, aimed to analyze the configuration of open street shopping mall Rua das Flores under the outlook of the local socio-political arrangements. Methodologically, the research was developed based on case study, with exploratory-descriptive approach, based on techniques of bibliographic research, desk research and interviews, with empirical socio-political relations in object that is input Rua das Flores – located in the center of Curitiba-PR, with its 800 meters long – and timeframe between 2005 and 2012. The results allow to state that the Rua das Flores if subsume, in large part, to the open mall concept and that the actions of public policies implemented express concerns of public and private actors with the attractiveness, competitiveness and sustainability of the set of commercial enterprises in the region, which operate as elements of the pivot from the urban center of Curitiba. With concerns in this sense, there was the identification of socio-political agents who excel in the development and implementation of public policies designed in an integrated way, in order to enhance the relations between the government, civil society and merchants. However, there are still a number of commercial contexts within the mall open street Rua das Flores still tend to be treated in a manner, which has important portions of the disadvantaged group. In General, the results open promising opportunities for socio-political agents to understand in greater depth the complexity and operating logic of these spaces called malls open and thus strengthen strategies to achieve common interests in order to keep them active and productive, taking into account, as well, to their duties of social, commercial and cultural dynamization in line with the needs of innovative cities.

Key words: Shopping centers open. Agents and sociopolitical arrangements. Urban governance. Public policies. Urban management.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema de fundamentação teórico-conceitual	20
Figura 2 – Abordagens econômicas das instituições	32
Figura 3 – Caráter complexo do conhecimento: comércio e serviços varejistas	53
Figura 4 – Bairro central da cidade de Curitiba	71
Figura 5 – Obra de execução do calçamento da Rua XV de Novembro em 1972	73
Figura 6 – Mapa atual, indicando o calçamento da Rua das Flores.....	77
Figura 7 – Quantidade de temas objetos das ações	81
Figura 8 – Entidades mais envolvidas em Políticas Públicas	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Objetivos da pesquisa	17
Quadro 2 – Intenções de Políticas Públicas	36
Quadro 3 – Características das Políticas Públicas	38
Quadro 4 – Os processos das Políticas Públicas	39
Quadro 5 – Motivações que conduzem as intervenções em centros urbanos	49
Quadro 6 – Setores de atividades econômicas	50
Quadro 7 – Morfologia de áreas comerciais urbanas	63
Quadro 8 – Mandatos dos prefeitos de Curitiba-PR	66
Quadro 9 – Esquema da pesquisa	67
Quadro 10 – Compilação de números de ações instauradas	79
Quadro 11 – Empresas abertas e encerradas, anualmente	89
Quadro 12 – Características do centro comercial aberto Rua das Flores	92

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-CONCEITUAL	18
2.1 GOVERNANÇA URBANA	21
2.1.1 Reforma do Estado	23
2.1.2 Modelo de gestão democrático-participativo	26
2.2 ARRANJOS INSTITUCIONAIS PÚBLICO-PRIVADOS	29
2.2.1 Arranjos institucionais privados	31
2.2.2 Arranjos institucionais intergovernamentais	33
2.2.3 Arranjos institucionais intersetoriais	33
2.2.4 Arranjos institucionais com a sociedade.....	34
2.3 POLÍTICAS PÚBLICAS	35
2.4 ECONOMIA URBANA	40
2.5 ESPAÇO URBANO E CENTRO URBANO	44
2.6 CIDADE E COMÉRCIO	50
2.6.1 Ruas comerciais	55
2.6.2 Ruas de pedestres	57
2.6.3 Calçadas	58
2.7 CENTROS COMERCIAIS ABERTOS	60
2.7.1 Configurações dos centros comerciais abertos	62
2.7.2 O comércio de proximidade	64
3 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....	65
4 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	68
4.1 CURITIBA E SEU BAIRRO CENTRAL.....	68
4.1.1 Rua XV de Novembro e sua rua de pedestres.....	72
4.1.2 Rua das Flores	74
5 DADOS E ANÁLISE DE RESULTADOS	78
5.1 POLÍTICAS PÚBLICAS EFETUADAS NA RUA DAS FLORES	78
5.1.1 Ações instauradas	79
5.1.2 Objetivos das ações instauradas.....	80
5.1.3 Agentes sociopolíticos.....	82
5.1.4 Projeto Centro Vivo	85

5.1.5 Transformação de políticas públicas em leis.....	86
5.2 EMPRESAS COMERCIAIS DA RUA DAS FLORES.....	88
5.2.1 Análise das atividades das empresas	90
5.2.2 Características do comércio na Rua das Flores.....	91
5.3 EFETIVIDADE DAS INTERVENÇÕES	93
5.4 DINÂMICA COMERCIAL DA RUA DAS FLORES	94
5.4.1 Atratividade na Rua das Flores	94
5.5.2 Competitividade na Rua das Flores	96
5.5.3 Sustentabilidade na Rua das Flores.....	97
CONCLUSÃO.....	100
REFERÊNCIAS.....	104
DOCUMENTOS CONSULTADOS	114
APÊNDICE A – Ações instauradas	116
APÊNDICE B – Compilação dos números de ações instauradas	126
APÊNDICE C – Empresas comerciais abertas (e encerradas) entre 2005 e 2012 ..	128
APÊNDICE D – Recorte dos códigos CNAE relacionados ao comércio	156
APÊNDICE E – Relação entre empresas comerciais e códigos CNAE	159

1 INTRODUÇÃO

O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2007) denomina a sociedade contemporânea, regida por paradigmas de novidade, de experiência emocional e de hedonismo, como sociedade do hiperconsumo. Dentre os espaços públicos emblemáticos dessa cultura, destacam-se as ruas comerciais, cuja sobrevivência é elemento estruturador da economia urbana como espaço público essencial para a reprodução de práticas sociais. O mesmo autor enfatiza que, com o favorecimento da sociedade do hiperconsumo, a rua comercial caminhou para o final do Século XX abalada pelas amplas transformações da sociedade, mostrando grande capacidade de permanência e adaptação às condições de mercado. Explicações mais detalhadas sobre isso estão no decorrer do trabalho.

O desenvolvimento do consumo praticado nos tempos atuais é interpretado por especialistas como parte da própria evolução social, econômica e cultural da sociedade e, como resultado, observam-se impactos na sociedade tanto no campo das práticas sociais, como nas configurações das cidades, nos espaços urbanos de consumo que as constituem e nas políticas públicas (GARREFA, 2008).

Nessa perspectiva, o centro urbano é um ponto de orientação que tenta suprir necessidades materiais e imateriais da sociedade. Mais que um apanhado de ruas comerciais, calçadas ou centros históricos, é um local de concentração geográfica do comércio, do sistema financeiro e, principalmente, de anseios dos cidadãos, os quais se realizam por prática social e espacial (VILLAÇA, 2001). Os centros devem, portanto, ser percebidos também pela ótica das questões sociais.

Surgem, pois, os centros comerciais abertos. Em muitos países, passam a ser administrados coletivamente, com fins de fazer frente ao declínio dos centros urbanos. Para isso, normalmente estão sendo introduzidos princípios de gestão comercial, transferindo para suas realidades as boas práticas do comércio planejado (VARGAS; CASTILHO, 2006).

A partir do planejamento urbano, Rodrigues (2012) traz algumas iniciativas de políticas públicas implantadas ao longo do tempo e que fizeram com que as ruas comerciais adquirissem configurações diferenciadas. Com a adaptação aos tipos de ruas que vieram com planos e ideologias urbanísticas, houve o surgimento, por exemplo, dos clássicos bulevares, como os de Barcelona e Lisboa. Em Londres, tais

ruas comerciais ganharam o status de “coração da cidade”, *locus* da esfera pública. Nos EUA, sob a nomenclatura de *main street*, as ruas de comércio das cidades tiveram a particularidade de se transformar, também, em locais cívicos. O autor ainda aborda que, nos EUA, houve uma transformação significativa em sua configuração natural, com a criação do *pedestrian mall*.

Procurar novas formas de compreender como vem ocorrendo a configuração dos centros comerciais abertos é uma necessidade emergente como princípio de urbanização. Isso se justifica principalmente porque a organização social e econômica das cidades eleva o potencial de crescimento e desenvolvimento na medida em que otimiza a participação de diversos atores na concepção, elaboração e execução do comércio local, dado que tem se sobressaído como fundamental à necessidade de compreender como os grupos sociais e as relações da população com a cidade permeiam e determinam os centros urbanos (MONTESSORO, 2006).

No Brasil, as ruas centrais das cidades – quando fechadas para circulação de veículos automotores, em que se instalam intensamente atividades comerciais e demais atividades dos centros urbanos – têm sido popularmente designadas de “calçadas”; em muitos casos, não há preocupações explícitas para compreender a complexidade das variáveis que as envolvem. Essa tendência de simplificação pode limitar possibilidades mais promissoras para compreender por que algumas implementações fracassam e outras servem apenas para que esses espaços urbanos se adaptem. Nessa perspectiva, esses espaços tendem a se consolidar como um tipo de rua comercial específico, mais do que como uma solução urbanística para os centros históricos em inúmeras cidades (JANUZZI, 2000).

Nesse sentido, Montessoro (2006) defende a ciência de que os centros urbanos são caracterizados pela sua forma e pelas funções desenvolvidas de acordo com agrupamentos. Assim, os centros comerciais, que historicamente se constituíram nos principais pontos de encontro da população e, principalmente, de comercialização de produtos e serviços, hoje são influenciados e transformados por vários fatores críticos relacionados à sua própria dinâmica e a problemas sociais.

Isso muda o processo de requalificação dos centros urbanos. Ao longo dos anos, esse processo ampliou-se, para se tornar questão de políticas públicas, com estratégia articulada e global (SMITH, 2006). Contudo, como é natural em qualquer sistema político democrático, nesses processos, as relações são pautadas por cooperação e/ou competição entre os entes federados (LINHARES et al, 2012) e

entre os próprios integrantes desses centros, como, por exemplo, comerciários, moradores, pedestres, usuários de veículos motorizados etc. No âmbito das relações horizontais, há, portanto, o desafio de procurar viabilizar interesses de atores da sociedade civil organizada e dos próprios cidadãos; no âmbito das relações verticais, necessários são os esforços para ajustar as relações de diferentes grupos organizados e de organizações formais.

Para ampliar esse cenário e trazê-lo mais próximo da realidade brasileira, há possibilidades promissoras de compreendê-lo a partir do fenômeno denominado Centro Comercial Aberto. Esse termo emergiu timidamente a partir de 1990 (tardamente em relação à experiência internacional) para designar intervenções urbanísticas em áreas centrais, com ruas de predominância comercial. Ganhou importância em muitos municípios interessados em resgatar a dinâmica social e econômica de suas áreas centrais em declínio, alcançando status de programa de governo em algumas cidades (RODRIGUES, 2012).

A urbanização intensificou-se sobremaneira nos últimos 50 anos, transformando centros urbanos em caixas de ressonância das demandas urbanas. Esses são projetados por diversos fatores, podendo-se evidenciar os fatores econômicos, sociais, culturais e, mais recentemente, os fatores tecnológicos. Essa demanda impõe que a cidade exerça funções e crie novas estruturas organizacionais e novas metodologias de gestão. (VIEIRA; VIEIRA, 2003, p. 128).

A partir dessa ideia, o presente trabalho procura compreender a configuração do espaço urbano e do seu desenvolvimento social e econômico, em seu recorte temporal e comercial, com foco de interesse nos centros comerciais abertos e nas políticas públicas envolvidas nessas transformações. Ademais, existem objetivo geral e objetivos específicos almejados, definidos no Quadro 1.

Tipo	Definição
Geral	Analisar a configuração do centro comercial aberto Rua das Flores sob as perspectivas dos arranjos sociopolíticos locais.
Específicos	1) Construir referencial teórico que permita a relação entre políticas públicas e a configuração dos centros comerciais abertos. 2) Realizar levantamento histórico documental das políticas públicas e iniciativas de agentes sociopolíticos voltados ao centro comercial aberto Rua das Flores. 3) Avaliar a relevância das políticas públicas para a dinâmica econômica do centro comercial aberto Rua das Flores. 4) Analisar a atratividade, competitividade, sustentabilidade e os resultados obtidos de intervenções para a dinâmica econômica e a configuração do centro comercial aberto Rua das Flores. 5) Identificar agentes que possam influenciar na alteração da dinâmica do centro comercial aberto Rua das Flores.

Quadro 1 – Objetivos da pesquisa
 Fonte: Autora, 2016.

A pesquisa busca analisar o apanhado da experiência vivenciada na Rua das Flores e as intervenções na área urbana central. Mais do que um levantamento de dados, traz descrição e análise de dados e experiências socioeconômicas relacionadas à aplicação de políticas públicas e, a partir disso, procura compreender o papel dos atores envolvidos na mudança da configuração desse centro comercial aberto.

Justifica-se, pois, pela necessidade de:

- 1) construir fundamentos teórico-conceituais e categorias analíticas para avaliar o objeto estudado;
- 2) desenvolver estudos sistemáticos e pautados especificamente na realidade do objeto;
- 3) repensar as políticas públicas de manutenção, desenvolvimento e sustentabilidade local;
- 4) instrumentalizar práticas de agentes públicos e privados que dinamizam os centros comerciais abertos;
- 5) levantar argumentos que possibilitem debates consistentes acerca dos motivos que influenciaram a dinâmica do centro comercial aberto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-CONCEITUAL

Este capítulo tem por intuito apresentar a fundamentação teórico-conceitual que articula o desenvolvimento da pesquisa sobre a configuração econômica do centro comercial aberto Rua das Flores, sob a ótica da aplicação e manutenção de políticas públicas locais.

Primeiramente, toma-se a Governança Urbana como referência para análise, tendo por finalidade dialogar sobre seus conceitos, passando pela reflexão da Reforma do Estado, que abandona um sistema burocrático de gestão, e trazendo à luz o modelo de gestão Democrático-Participativo, a fim de aferir a sua relevância para criação e modificação do espaço urbano.

Ao destacar o modelo governamental e verificar-se a descentralização das responsabilidades e tomadas de decisão, considerando a frenética relação do Estado e da sociedade civil, são trazidas relevantes modificações na gestão pública no âmbito urbano, políticas públicas praticadas através da reflexão dos novos arranjos institucionais intergovernamentais, intersetoriais e, também, arranjos com a sociedade civil. Tais experiências multidimensionais relatam o envolvimento de todos os atores sociais para garantia dos direitos conquistados na democratização do Estado.

A abordagem sobre Políticas Públicas tem a responsabilidade de aprofundar conceitos e discussões, retrata as origens de intenções de demandas, resume as características das políticas públicas antes e depois do período democrático – a fim de explicar como a democratização influenciou novos arranjos institucionais – e caracteriza os processos de políticas públicas e a participação dos agentes.

A inclusão do estudo sobre Economia Urbana demonstra a sua importância acentuada nos centros urbanos e vice-versa. O espaço urbano como um todo é palco de diversas atividades econômicas e faz-se necessário aprofundar o modo como se formam e mantêm sistemas econômicos urbanos e como esses configuram e reconfiguram o espaço total.

A economia urbana é indissociável do desenvolvimento urbano local, e o entendimento sobre o Espaço Urbano possibilita a relação entre diversos elementos que o compõem. Ademais, discorrer sobre Espaço Urbano e Centro Urbano pode ser complexo e polêmico, haja vista que as sociedades podem ver e entender

ambos de maneiras diferentes, como resultado de concepções sociais e culturais. Apesar de ser produzido de forma natural e, posteriormente, ser manipulado por interesses e políticas sociais, o Estado costuma privilegiar ações capitalistas que favorecem o Centro Urbano. Este possui altos índices de atratividade – já que é muito dinâmico –, e suas múltiplas atividades funcionais e econômicas são fortalecedoras do comércio nas cidades, sendo temas tratados a seguir.

O desenvolvimento da cidade confunde-se com o desenvolvimento da atividade comercial; um reflete diretamente o outro, e a história demonstra isso de maneira clara. Em consequência, são registrados e apreciados conceitos e discussões que intercalam a Cidade e o Comércio, reafirmando o caráter complexo de ambos e de sua conjunção.

É indispensável compreender o papel das Ruas Comerciais e Ruas de Pedestres para o comércio, pois elas deixam de ser entendidas como um simples espaço de circulação, para ser um elemento imprescindível nas relações e ações sociais. Políticas públicas são criadas para atender aos interesses da sociedade, a fim de desenvolver atividades econômicas nas ruas, em suas diversas configurações. Como o objeto de estudo – Rua das Flores – é uma rua comercial, frequentada exclusivamente por pedestres, é trazida uma explanação sobre sua configuração, o popular “calçadão”.

Por fim, a fundamentação teórico-conceitual traz pesquisa sobre os centros comerciais abertos, tema com poucas referências em virtude de sua novidade. Eles nada mais são que agrupamentos de diversos tipos de estabelecimentos comerciais concretos, com proximidade geográfica, identidade e tradição, sem administração formal unificada. Discorre-se sobre as abordagens organizacionais e físicas que configuram o desenvolvimento social e econômico, como também sobre o comércio de proximidade, o qual é entendido como vital nas relações entre os comércios e os comerciantes, nos centros comerciais abertos.

O aprofundamento de todos os temas tem intuito de gerar discussão embasada, a fim de possibilitar discussões e análises de experiências relacionadas às políticas públicas, ao desenvolvimento econômico e à configuração dos centros comerciais abertos.

A Figura 1 – Esquema de fundamentação teórico-conceitual facilita a visualização do que será apresentado e explanado a seguir.

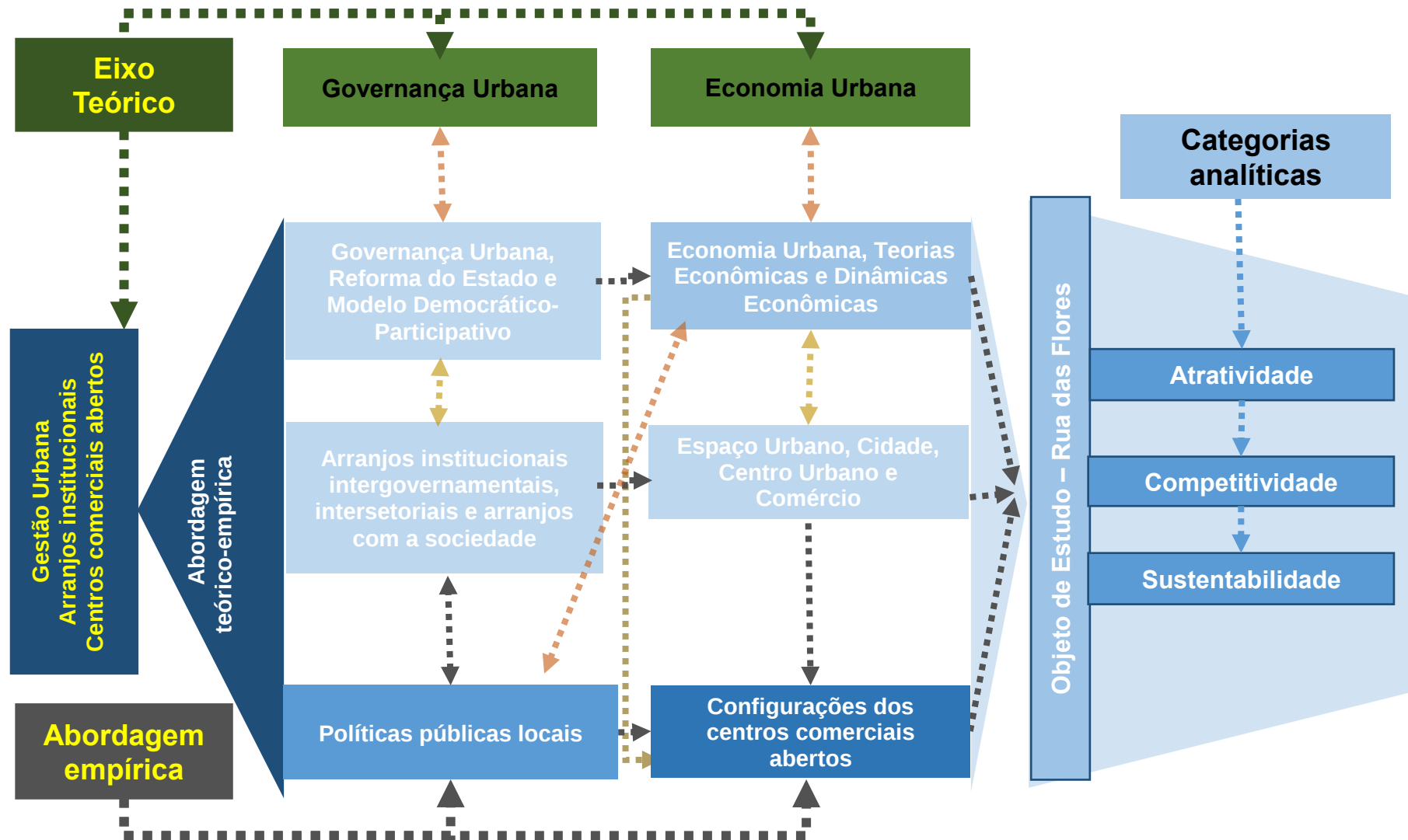


Figura 1 – Esquema de fundamentação teórico-conceitual
Fonte: Autora, 2016.

2.1 GOVERNANÇA URBANA

Este trabalho tem como objetivo geral analisar o objeto de estudo a partir da perspectiva dos arranjos sociopolíticos locais; para tanto, é fundamental introduzir a governança urbana, seus conceitos, suas benesses e também suas disfunções, a fim de possibilitar um levantamento teórico-conceitual compatível com os objetivos almejados.

O conceito de governança urbana surge quando os governos se encontram em situação delicada, na qual não conseguem, sozinhos, fazer com que os desafios políticos, sociais e econômicos sejam superados. O tema tem se destacado nos estudos sobre gestão urbana, e Frey (2001, p. 03) salienta as novas tendências administrativas e de políticas públicas, a fim de mobilizar todo e qualquer conhecimento disponível na sociedade, em benefício do melhor desempenho da democratização nos processos decisórios.

Decerto, vem se delineando a nova estrutura de governança urbana, enfatizando-se o aumento e a efetividade do potencial democrático. Com efeito, quando os resultados de ação estatais não estão compatíveis com as demandas da sociedade, existe a possibilidade de criação de crises de racionalidade que, seguindo o mecanismo da retroalimentação, abalam a confiabilidade da sociedade no Estado, constituindo-se como crises de legitimidade e reiniciando o processo em um nível mais baixo, até atingir a ingovernabilidade.

A governança vem da implantação de práticas democráticas locais, por meio de intervenção e participação de vários agentes sociais e do Estado, em diferentes níveis, de empresas privadas locais, de organizações não governamentais, de trabalhadores e de cidadãos. Anete Ivo traz o conceito de governança descrito pelo Banco Mundial:

[governança é] capacidade governamental de fazer prevalecer regras universalistas nas transações políticas e sociais, através de promoção, formas e mecanismos de coordenação e cooperação, nem sempre sustentadas no uso da autoridade pública, mas em arranjos cooperativos, que reduziriam os custos de transação e evitariam ações predatórias, como clientelismo, corrupção etc. (IVO, 2000, p. 15).

A expressão “*governance*” surge a partir de reflexões conduzidas principalmente pelo Banco Mundial, “tendo em vista aprofundar o conhecimento das condições que garantem um Estado eficiente [...] tal preocupação deslocou o foco da atenção das implicações estritamente econômicas da ação estatal para uma visão mais abrangente, envolvendo as dimensões sociais e políticas da gestão pública” (DINIZ, 1995, p. 400). A capacidade governativa não seria avaliada apenas pelos resultados das políticas governamentais, mas também pela forma pela qual o governo exerce o seu poder, apontando oito características principais para a “boa governança”: 1) efetividade e eficiência; 2) participação; 3) estado de direito; 4) equidade e inclusividade; 5) prestação de contas; 6) transparência; 7) responsabilidade; 8) orientação por consenso.

Da mesma forma, para Maria Santos (1997), a governança refere-se ao modo como os governos articulam e coordenam suas ações, em cooperação com os diversos agentes sociais e políticos, assim como sua forma de organização institucional. A boa governança é fundamental para o desenvolvimento sustentável, a equidade social, o crescimento econômico e a manutenção dos direitos humanos.

Santos Junior, Azevedo e Ribeiro (2004) trazem que o novo papel do governo é de habilitador, possibilitando a adoção de práticas de interação entre si mesmo e as forças de mercado e da sociedade civil, por meio das quais é definido o interesse público. Para problematizar as dificuldades e os desafios dessa interação, surge o conceito de governança definido pelos autores como os padrões de interação entre as instituições governamentais, os agentes do mercado e os atores sociais que realizam a coordenação entre eles, simultaneamente, promovendo a ação de inclusão social, além de assegurar e ampliar a participação social nos processos decisórios de políticas públicas.

A sociedade civil e o Estado travam relações orientadas por interesses e conflitos, a fim de desenvolver agendas e categorias políticas, e também categorias jurídicas mediante isso, é possível esperar variações nos arranjos formais e informais em que essas relações se materializam em forma de políticas públicas. Percebe-se, ainda, a inserção de diferentes instituições participativas e o acréscimo de movimentos sociais e de subconjuntos de atores da sociedade civil (CARLOS; OLIVEIRA; ROMÃO, 2014, p. 12).

A definição geral de capacidade governativa engloba tanto características operacionais do Estado, quanto sua dimensão político-institucional. A maneira como

o Estado se estrutura e sua articulação com outros atores sociais fundamentam uma gestão efetiva das políticas públicas. Dessa forma, a governança deve ser observada em todos os momentos do ciclo de gestão, nas fases de planejamento, implementação, controle e avaliação (SANTOS, Milton, 1997).

A partir dessa exposição de entendimentos, é possível afirmar que a governança define-se como a capacidade de o governo conduzir os processos de formulação, execução e avaliação de políticas públicas, integrando instrumentos e mecanismos de gestão que harmonizem relações sociais e econômicas, por meio da efetividade dos resultados esperados e da transparência dos processos instaurados, favorecendo a sociedade como um todo. Quando o governo é incapaz, por algum motivo, de efetivar seus processos, surgem crises de governança que, para Ivo (2002), podem levar à ingovernabilidade em quatro tendências: 1) o sistema econômico não cria adida necessária de valores para o consumo; 2) o sistema administrativo não produz adida necessária para decisões racionais; 3) o sistema legitimador não produz adida necessária de motivações generalizadas; 4) o sistema sociocultural não cria adida necessária de sentido que motiva a ação.

A governança urbana tem sido um dos temas de maior destaque quando o assunto é gestão urbana, mas ela não está relacionada às atividades do governo, mas, sim, do governo das possibilidades de que a política pública aconteça, na qual a participação das organizações e da sociedade é tida como premissa básica. É percebida como resposta aos inúmeros desafios encontrados pelos governantes na sociedade atual.

2.1.1 Reforma do Estado

A fim de compreender como a governança urbana desenvolve-se nos dias atuais, é importante revisar em que circunstâncias ela ocorreu e quais foram os objetivos da Reforma do Estado.

A Reforma do Estado no Brasil surge da necessidade de se criar uma estrutura capaz de romper com o antigo sistema estatal burocrático que perdurava na década de 1980 e que mostra sinais de esgotamento e ineficiência. Há imprescindível rompimento com as práticas burocráticas e clientelistas por conta das

novas demandas impostas aos Estados. Tais demandas aparecem em decorrência do processo de globalização, que passa a exigir um Estado eficiente, com novas instituições, novas competências e novas estratégias administrativas. Para Pereira (1998a, p. 23), a reforma do Estado, por envolver aspectos políticos (relação com a promoção da governabilidade), econômicos e administrativos (que visam ao aumento da governança), constitui um tema bastante amplo e complexo.

O modelo burocrático teria funcionado por um maior período porque correspondia às necessidades de uma sociedade também lenta; ele funciona não pela sua eficiência, e sim por resolver problemas fundamentais. Porém, na sociedade da informação atual, a realidade é outra: as mudanças são rápidas, o mercado é global.

A administração burocrática substitui a patrimonialista, pois se torna mais eficaz mediante ao capitalismo industrial do Século XIX. Entretanto, Pereira (1998b, p. 241) diz que essa substituição não necessariamente tenha sido positiva, pois, a partir do momento em que o Estado liberal do Século XIX cede lugar ao grande Estado social e econômico do Século XX, verifica-se que a administração burocrática é ineficaz, lenta, cara e pouco ou nada orientada para o atendimento das demandas sociais. Dentre tantos fatores marcantes, a busca de rompimento com os modelos patrimonialistas e burocráticos de administração pública tem papel importante na reforma do Estado em virtude das novas necessidades de uma sociedade então globalizada.

A reforma do Estado configura-se como um marco teórico e uma nova prática para a administração pública – a abordagem gerencial – que vem substituir a perspectiva burocrática anterior.

[...] a abordagem gerencial, também conhecida como nova administração pública, parte do reconhecimento de que os Estados democráticos contemporâneos não são simples instrumentos para garantir a propriedade e os contratos, mas formulam e implementam políticas públicas estratégicas para suas respectivas sociedades tanto na área social, quanto na científica e tecnológica. (PEREIRA, 1998a, p. 07).

Segundo Fernando Henrique Cardoso (1993, p. 19), passa-se por um processo de transição entre um modelo de Estado paternalista e assistencialista para um novo modelo, no qual não basta mais a existência de uma burocracia competente na definição dos meios para atingir os fins; o autor afirma que essa

transição é um dos grandes desafios do mundo contemporâneo. O que se requer é algo muito mais profundo: um aparelho de Estado que, além de eficiente, esteja orientado por valores gerados pela própria sociedade.

A partir da Constituição de 1988 (BRASIL, 1988) – que propicia mais autonomia aos municípios – inicia-se um processo descentralizador das políticas públicas que, até então, ficava a cargo dos governos federal e estaduais. Os governos municipais passam a ter mais responsabilidades no que se refere à qualidade de vida dos cidadãos, em especial da população mais desfavorecida, em virtude da demanda maior por saúde, educação, moradia, transportes, trabalho e renda. Isso significa uma valorização dos níveis subnacionais de governo, em detrimento do governo central, em virtude do esgotamento da capacidade deste em lidar com problemas complexos e extensos.

Analisando as condições da reforma do Estado no nível municipal, fica constatado o enfrentamento de dois principais desafios: o cumprimento das funções de bem-estar e o desenvolvimento local, através do ato de assumir mais responsabilidades. Tais desafios fazem com que o governo municipal tenha suas agendas e relevância ampliadas no desenvolvimento local (ABRUCIO; COUTO, 1996, p. 41).

Nesse contexto, prefeitos e demais governantes locais reconhecem suas limitações para resolver problemas unilateralmente, pois os desafios eram incontáveis diante da responsabilidade adquirida e da complexa dinâmica urbana. Sendo assim, fica evidente a necessidade de aceitar o envolvimento da sociedade civil para efetuar uma gestão urbana conjunta, através de ações e políticas públicas.

Evidentemente, verifica-se que a reforma do Estado dá início à transferência das competências e à descentralização política e social, fazendo com que esta se torne orgânica e imprescindível. Para fazer uma nova realidade funcionar, inicia-se a busca por modelos de governança urbana que favoreçam a democracia participativa.

2.1.2 Modelo de gestão democrático-participativo

Dowbor (1996, p. 27) aborda que a governança “trata de deixar a sociedade gerir-se de forma mais flexível, segundo as características de cada município”, através de diversos tipos de mecanismos participativos da sociedade, ultrapassando “preocupações com a cosmética urbana e algumas áreas sociais” e tornando-se catalisadora de “forças econômicas e sociais da região” além de, também, organizar “redes horizontais de coordenação e cooperação entre municípios tanto no plano geral, como, sobretudo, em torno de programas setoriais”. A governança apenas terá desempenho benéfico se redefinir modelos de desenvolvimento para a sociedade a partir da integração genuína entre poder público e comunidade.

Assim sendo, é relevante apresentar e aprofundar as mudanças da gestão pública no âmbito urbano e suas implicações para a governança e, conseqüentemente, as políticas públicas praticadas.

Em nível nacional, essas mudanças têm início a partir da reforma do Estado, e o próximo item apresenta os conceitos da governança urbana através de um modelo específico que, aparentemente, é o mais adotado na região onde se localiza o objeto de estudo desse trabalho. Tal modelo refere-se às possibilidades de mudança de um sistema burocrático de gestão para outros modelos de gerenciamento público, tais como o modelo gerencial e o modelo democrático-participativo, destacando-se o advento da descentralização, a qual possibilita que muitas das ações, antes de competência do governo federal, passem a ser responsabilidade dos governos municipais.

Ao analisar a governança urbana, é necessário entender o modelo democrático-participativo e observar os conceitos de democracia e participação praticados. Nesse sentido, Egler e Tavares (2012, p. 17) demonstram a necessidade de examinar as políticas públicas e seu impacto no desenvolvimento do território, nas formas de organização institucional, na concepção dos planos urbanos, no crescimento econômico e nas formas de organização do trabalho. As autoras verificam que existem mudanças na base econômica, as quais são responsáveis pela diversificação das atividades e pela integração territorial, exigindo a participação do Estado na redefinição das políticas públicas, e também acusam a importância da ação de novos sujeitos sociais, reafirmando a importância de

políticas públicas territoriais e de desenvolvimento econômico em defesa dos interesses públicos.

A interpretação das instituições participativas tem se valido cada vez mais da tradição de análise de políticas públicas, enquanto os estudos da ação coletiva orientam-se pelas teorias dos movimentos sociais. Todavia, a análise de políticas públicas tem como foco entender que o Estado não dá conta, por si só, da compreensão das instituições participativas devido à natureza diferenciada de seus atores e às formas de ação coletiva empreendidas (JOBERT, 1985, p. 654).

Para Ferreira (2004, p. 291), democracia é uma “doutrina ou regime político baseado nos princípios da soberania popular e da distribuição equitativa do poder”, e Fleury (2003, p. 111) diz que a construção da democracia no Brasil deve-se, principalmente, ao novo formato constitucional das políticas sociais brasileiras.

Soares e Gondim afirmam que o primeiro ciclo do novo modelo de democracia urbana inicia-se em 1985, quando foram retomadas as eleições diretas para prefeito, nas quais prevaleceu a soberania do voto. O segundo ciclo da democracia foi marcado pelas eleições de 1988, inaugurando-se uma nova concepção de gestão local centrada na capacidade ativa do povo, e o discurso da participação direta torna-se radical a partir das propostas de instalação de conselhos populares deliberativos. O terceiro ciclo reforça a participação, a parceria e o desenvolvimento econômico, destacando-se a experiência do orçamento participativo e a “combinação de formas de participação semidireta com a parceria da iniciativa privada, de ONG e organizações populares no desenvolvimento de projetos econômicos” (SOARES; GONDIM, 1998, p. 67).

A reconstituição dos ciclos da democracia no Brasil possui dois modelos distintos: 1) Democracia formal e 2) Democracia participativa.

A primeira apresenta uma divisão de trabalhos entre sociedade civil e governo, na qual este trata dos negócios públicos e ela trata dos interesses privados, salientando que a participação da sociedade civil acontece prioritariamente em períodos eleitorais, podendo-se entender que se trata de uma participação limitada. A democracia participativa oportuniza decisões não usuais que afetam setores da sociedade, fazendo com que essas sejam discutidas com os interessados. Para favorecer isso, é imprescindível que os prefeitos invistam em uma cadeia de confiança com os líderes comunitários e de classe, a fim de convencê-los de que é viável vivenciar esse modelo. O maior desafio é deixar que a

democracia participativa não se oponha à formal, fazendo com que ela seja mais ampla e autêntica (SINGER, 1998, p. 125).

O ponto fundamental é, sem dúvida, a compreensão da importância de abrir as estruturas estatais de planejamento e gestão à sociedade, para que se possam criar processos democráticos de cogestão. Aceitar, enfim, que dividir o poder não diminui o poder do governante, mas sim o multiplica: eis a base da geração de governabilidade local, requerida na transformação da gestão de estruturas tradicionalmente comprometidas com o clientelismo e a corrupção. No campo das políticas sociais, em que há interesses tão diversos em jogo e em que são enormes as disparidades de recursos dos diferentes grupos de interessados, é imprescindível criar espaços públicos nos quais haja interesses de negociação e geração de consenso (FLEURY, 2003, p. 112).

Governo e sociedade têm parceria de processo político cada dia mais dominante na governança local; por isso, as dificuldades existentes quanto à efetivação da democracia devem ser superadas: a participação representa “o reconhecimento dos próprios limites da ação estatal. [Governar] torna-se um processo interativo porque nenhum ator detém sozinho o conhecimento e a capacidade de recursos para resolver problemas unilateralmente” (FREY, 2001, p. 136).

Assim sendo, vem se delineando a nova estrutura de governança urbana, com governos enfatizando o aumento e a efetividade do potencial democrático; por conseguinte, percebe-se claramente o empoderamento dos governos municipais.

As relações entre o Estado e a sociedade podem ser reconfiguradas por meio de diversos tipos de relação que, como canais institucionalizados de participação, constituem uma modalidade de controle público e uma corresponsabilização quanto ao planejamento, monitoramento e avaliação das políticas públicas (MARTINS; CKAGNAZAROFF; LAGE, 2012, p. 227).

Os canais institucionalizados participantes, representantes da sociedade, para os fins da pesquisa que se propõe no presente estudo, representam o ponto de contato em sistemas de governança que procuram constituir espaços públicos de interação entre governo e sociedade civil organizada.

2.2 ARRANJOS INSTITUCIONAIS PÚBLICO-PRIVADOS

A organização do país em estados e municípios é uma ação político-administrativa estabelecida pela Constituição de 1988 (BRASIL, 1988), baseada em princípios federativos. Um sistema político é apoiado nessa premissa e no compartilhamento de poder entre os diferentes níveis de governo, derivado do Pacto Federativo, por meio do qual as partes concordam em constituir um poder nacional (ABRUCIO, 2005).

Davis e North (1971), de forma pioneira, definiram arranjos institucionais como uma organização de regras que governa a forma pela qual agentes econômicos podem cooperar e/ou competir. Usando essa definição, Fiani (2011, p. 4) exemplifica utilizando um mercado, com as suas regras peculiares – como uma bolsa de valores ou uma bolsa de cereais –, ou as regras que presidem uma aliança entre empresas – como uma *joint-venture* – como caso de arranjo institucional. Desse modo, arranjos institucionais são regras que definem a forma particular como se coordena um conjunto específico de atividades econômicas em uma sociedade.

Com relação ao espaço no qual a governança se materializa, o qual abrange tanto a cidade quanto seu entorno, tanto físico quanto espacial, esse pode ser caracterizado como espaço urbano. Para Vieira e Vieira (2003, p. 128), o espaço urbano é uma expressão maior das cidades, na qual as cidades são consideradas “um acontecimento populacional, social e econômico e de poder político”, enquanto que urbano somente se refere a “uma articulação espacial, contínua ou descontínua, da população e suas atividades”. Acompanhando o mesmo raciocínio, Lefèbvre (1999) também tem preferência pela palavra urbana à palavra cidade, pois esta “parece designar um objeto definido e definitivo”, e urbano supõe mais uma direção, e não uma realidade acabada.

A estrutura de poder no sistema federalista é matricial, havendo autonomia das unidades subnacionais e compartilhamento de poder com o governo central. Em outras palavras, o poder não é sobreposto, mas é estabelecida uma horizontalidade entre os entes. Esse modelo, portanto, gera interdependência entre as unidades autônomas tanto no envolvimento na tomada de decisões, quanto no partilhamento de responsabilidades, aspecto que será retomado adiante.

Novos arranjos institucionais exigem a superação do modelo de provisão estatal como modelo único e apontam para a necessidade de criação de redes, que reúnam diversos agentes – da sociedade civil e do setor privado –, envolvendo articulações intersetoriais e intergovernamentais e garantindo um avanço da qualidade do serviço prestado pela ação do Estado.

À luz de Hall e Taylor (2003), verifica-se que a compreensão da real importância dos arranjos favorece a relação entre instituições e organizações, dando forma às políticas governamentais e às alianças e estratégias dos grupos de interesse.

Segundo Abrucio (2005), pelo menos duas condições essenciais levam uma nação a aderir ao pacto federativo. A primeira seria a existência de heterogeneidades; e a segunda, a disponibilidade em manter a “unidade na diversidade”. Geralmente, os modelos federativos são preferenciais em virtude da possibilidade de se administrar melhor as heterogeneidades existentes no território e impedir a fragmentação política.

O Brasil é um país heterogêneo, marcado por diferenças e desigualdades regionais, devido às dimensões continentais e à grande diversidade de ecossistemas ao longo de um vasto território. Paralelamente às diferenças físicas, o modo de colonização do país também contribui para produção de outras heterogeneidades, destacando-se os regionalismos. Para administrar o vasto território brasileiro, o Brasil é sistematizado em capitanias hereditárias, e isso faz com que partes habitadas ou colonizadas do território desenvolvam-se e formem culturas particulares. Hoje, há uma configuração tão diversa internamente, sendo possível falar em diferentes nações ao referir-se às diferenças regionais brasileiras (ABRUCIO, 2005).

Esses aspectos não só explicam a origem do federalismo brasileiro, mas também como esses fatores contribuem para a configuração institucional atual. Em virtude da tendência centralizadora herdada do Brasil Colônia, em diversos momentos, os governos convivem com centralização versus descentralização, como um paradoxo, fazendo com que se opte, alternadamente, entre centralização autoritária e descentralização não formalmente coordenada. Em 1988, é consolidado o federalismo que garante aos estados e municípios a autonomia, agora resguardada por regras constitucionais. O município, assim como os estados, é classificado como matéria federativa, e delineia-se o desenho institucional do novo

pacto federativo, o que abre um processo de ampla descentralização financeira, administrativa, política, cooperando para maior democratização das políticas públicas (ABRUCIO, 2005).

2.2.1 Arranjos institucionais privados

A importância da colaboração e das parcerias entre Estado e instituições não governamentais e privadas é inquestionável para a governança, mas também é necessário verificar as condições em que a atuação conjunta dessas instituições ocorre e como essa relação pode favorecer as políticas públicas, tornando-as mais eficientes.

Mazzucato (2014) diz que, quando não existe respeitabilidade quanto ao papel dos agentes público-privados e o impacto deles, as parcerias tornam-se ineficazes. A busca por inovação e crescimento deve sempre primar pelo entendimento do importante papel de cada agente envolvido.

Segundo Fiani (2011), os arranjos institucionais para o desenvolvimento, à luz dos economistas, são, basicamente, divididos em dois grupos: 1) Os que concentram atenção no papel do ambiente institucional para a prosperidade da economia, ou seja, preocupam-se com a importância das liberdades econômicas e políticas para o desenvolvimento; 2) os que analisam os arranjos institucionais e admitem grande necessidade de o Estado atuar mais ativamente no sistema econômico para que o desenvolvimento exista.

Os arranjos institucionais são deveras importantes para que o desenvolvimento urbano exista e de vital importância para as políticas públicas que demandam parceria com agentes privados. Sendo assim, o autor diz que há evidências de que a construção de bons arranjos institucionais é condição para efetivas políticas públicas.

A Figura 2 (WILLIAMSON, 1991) demonstra a abordagem econômica das instituições, e é possível verificar que o primeiro ponto demonstra as abordagens institucional e não institucional na teoria econômica. O ponto superior descreve aquelas que consideram o funcionamento da economia frente à luz tecnológica, já que direitos de propriedade estavam abertos e bem definidos tanto na teoria

neoclássica, quanto em outras abordagens. No ramo abaixo, verificam-se diferentes pontos de análise que reconhecem as instituições no sistema econômico. Portanto, a primeira divisão ocorre entre as abordagens que privilegiam o papel do ambiente institucional na economia e aquelas que não. O setor privado (teoria dos direitos de propriedade) e o setor público (na teoria da escolha pública) estudam os arranjos institucionais. Entre a primeira, privada, verifica-se novamente uma divisão: de um lado, há teorias que pedem levantamento completo, supondo que dificuldades podem ser solucionadas antes do desenvolvimento contratual, desde que as provisões contratuais adequadas (na forma de incentivos para alinhar as preferências do agente com o principal) sejam adotadas.

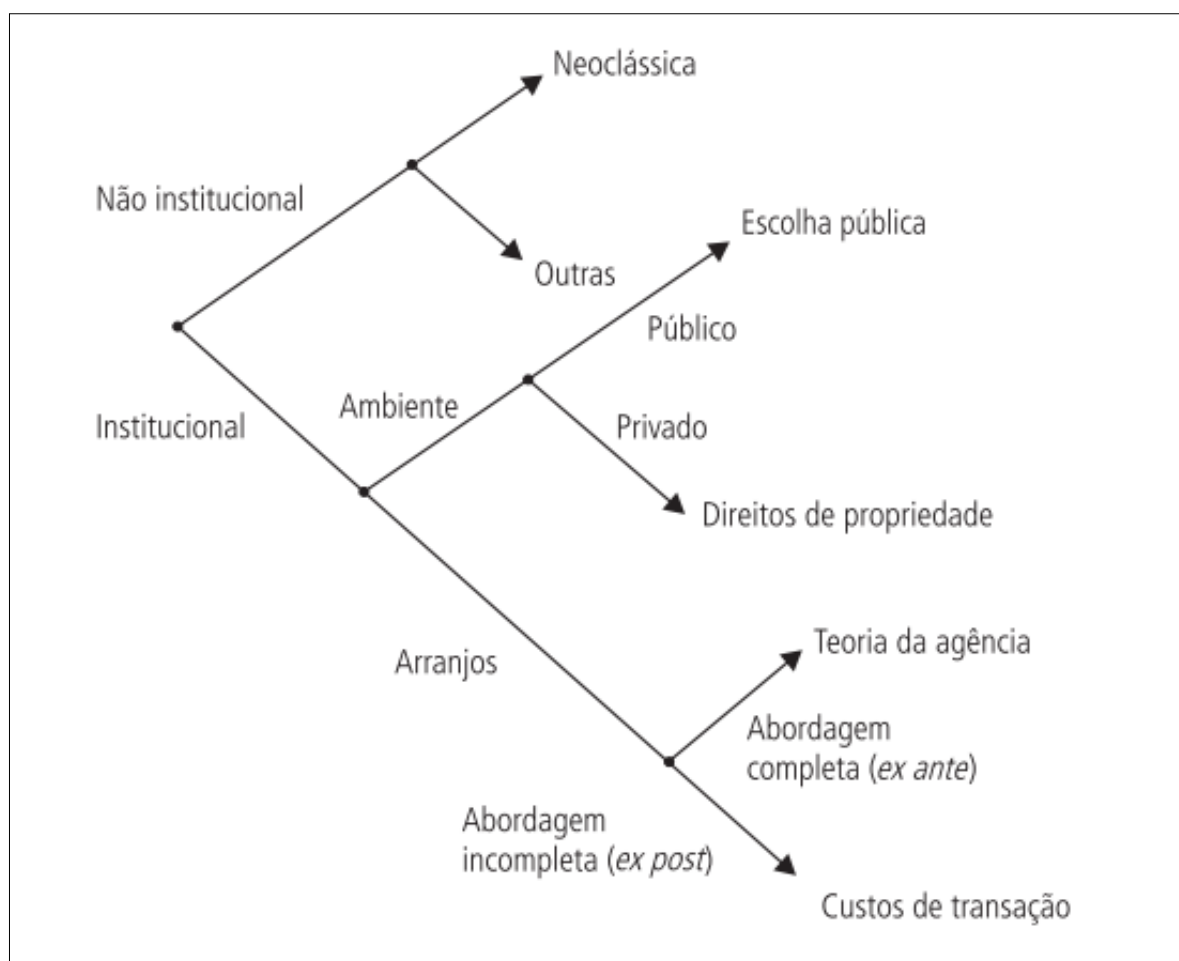


Figura 2 – Abordagens econômicas das instituições
Fonte: Williamson (1991, p. 195).

2.2.2 Arranjos institucionais intergovernamentais

As políticas públicas são afetadas por consequências do federalismo no que diz respeito ao ambiente de interdependência que se instala entre os entes, sendo o Governo Federal, os Estados e os Municípios unidades autônomas, que produzem simultaneamente ações com efeitos de uns sobre os outros e, portanto, que exigem cada vez mais da cooperação entre si, sendo preciso coordenar as ações dos diferentes níveis de governo para que se obtenha sucesso na implementação de políticas públicas (ABRUCIO, 2005).

A produção de políticas públicas envolve, naturalmente, a constituição de arranjos institucionais que entrelacem instituições políticas com os requisitos jurídico-organizacionais necessários à constituição de capacidades técnico-administrativas. No entanto, tal entrelaçamento não é trivial, pois pode envolver tensões (ou mesmo dilemas) ao significar, por exemplo, que a ampliação da participação de atores da sociedade civil ou do sistema político-representativo (como partidos ou parlamentares) prejudica a produção de decisões eficientes e céleres (GOMIDE; PIRES, 2012, p. 27).

Mediante à democratização, toda formulação de programas, projetos ou ações governamentais envolve mais de uma esfera de governo. A descentralização demanda articulações complexas de mobilização dos agentes envolvidos para que eles não sejam apenas executores das políticas decididas de maneira centralizada. É imprescindível a provisão de recursos aos executores já que o município não tem capacidade financeira (na grande maioria dos casos) de custear as políticas. A articulação de múltiplos níveis na formulação e implementação das políticas públicas torna-se condição essencial (FARAH, 2001).

2.2.3 Arranjos institucionais intersetoriais

A segmentação setorial estatal adotada no período anterior à democratização está sendo substituída, aos poucos, pelo modelo de integração das políticas públicas e é tema recorrente em discussões acerca de políticas públicas, impulsionando o setor social brasileiro. Na América Latina, crescem as experiências

de políticas públicas com uma abordagem multidimensional, principalmente para garantir direitos conquistados.

Após a Constituição de 1988 (BRASIL, 1988), há uma busca pela união de esforços intragovernamentais, o que contribui para a efetividade das políticas públicas setoriais, pois essa interlocução evita a fragmentação institucional e a superposição de políticas. Em virtude de ser um processo recente, verificam-se contradições ou falta de complementariedade de algumas políticas; contudo, esse arranjo tem gerado coordenação melhor e sinergias para a ação estatal.

Alguns autores asseguram que esse processo traz novos arranjos intersetoriais, nos quais a União atua como incentivadora (estimulando o desenvolvimento de determinadas ações), com uma lógica de repasse de recursos vinculados ao engajamento voluntário, mas com indução de condições, contrapartidas e monitoramento, na medida em que a adesão seja feita (ALMEIDA, 2005; ARRETCHE, 2008).

Almeida (2005, p. 31-40) percebe a possibilidade de existirem diferentes graus de descentralização e de cooperação, assim como de recentralização e coordenação que dependem das políticas e setores. Esse processo vem no sentido de construir patamares mais equitativos de políticas públicas para estados e municípios, considerando-se as dificuldades que apresentam para sua implementação. Em paralelo, outro movimento surge nos últimos anos e caracteriza-se por uma maior complexidade de novos arranjos, por conta do envolvimento de outros agentes, para além de entes governamentais, nos processos de formulação, implementação e avaliação de políticas públicas.

2.2.4 Arranjos institucionais com a sociedade

Este último movimento, que acarreta mudanças significativas nos desenhos dos arranjos institucionais, possibilita envolver novos atores sociais, não governamentais, nas políticas públicas – não apenas pensando nos processos decisórios com a participação da sociedade, mas como na atuação de organizações não governamentais na efetivação das políticas públicas. Essa questão é colocada na agenda com o Plano Diretor da Reforma do Estado de 1995, e é prevista, entre

outras coisas, a possibilidade de atividades não exclusivas (como associações, universidades, hospitais, centros de pesquisa, museus etc.), serem executadas por organizações públicas não estatais que, sob a elaboração de um instrumento celebrando o contrato de resultados, executariam os serviços financiados pelo governo (AVRITZER, 2007, p. 443-446).

Organizações públicas não estatais pertencem ao terceiro setor e podem ser contratadas para executar serviços públicos segundo a lógica e as regras estabelecidas pela organização pública. Esse processo toma corpo ao longo das décadas de 1990 e de 2000, gerando experiências que concretizam uma nova relação entre Estado e organizações do terceiro setor, marcando os novos arranjos institucionais que temos visto recentemente, como demonstram Bauer, Galvão e Pierce (2013).

Considerando as últimas grandes transformações das organizações e das políticas públicas, surgem diversas questões que, embora ainda estejam em processo de aprendizado, propõem novos arranjos institucionais com desenhos que aprimoram a relação entre os entes federativos e articulam os setores das políticas públicas, ao criar novos espaços para participação da sociedade civil ou desenvolver formas de relação com organizações do terceiro setor. Esses arranjos institucionais com a sociedade objetivam resultados mais efetivos, democráticos e integrados de políticas públicas (BAUER; GALVÃO; PIERCE, 2013).

Também cabe ressaltar a importância do envolvimento da sociedade, que é o próprio público-alvo afetado pela política, o que demanda articulação entre as áreas para planejar, executar e controlar as políticas públicas.

2.3 POLÍTICAS PÚBLICAS

A área de políticas públicas possui quatro grandes fundadores: Harold Laswell, Herbert Alexander Simon, Charles Edward Lindblom e David Easton. Cada um tem papel fundamental, inclusive na criação do conceito de políticas públicas, conforme descrito a seguir (SOUZA, 2006). Na década de 1930, há a iniciativa, por parte de Laswell, de conciliar pesquisas científicas com as atividades já desempenhadas pelos governos. É a forma de fazer com que os cientistas sociais,

os grupos de interesses e o próprio governo tenham interesse por uma discussão comum. Quase vinte anos depois, no final da década de 1950, Simon evidencia que a limitação e os problemas dos decisores públicos poderiam ser contidos com a introdução do conceito de racionalidade. Esse conceito tem como função equalizar o processo decisório dos envolvidos ao estruturar um conjunto de regras e incentivos, normatizando decisões e comportamentos. Entre o final da década de 1950 e 1970, outro importante personagem, Lindblom, propõe deixar dissociar políticas públicas de algo inflexível, incorporando novos elementos, tais como as relações de poder e a integração, por vezes aleatória, do processo decisório. Já na década de 1960, Easton traz o conceito de que o sistema foi aliado à política pública, relacionando os processos de formulação, de resultados e do ambiente. Ou seja, foi impossível negligenciar a influência dos partidos, da sociedade, dos grupos de interesse e, principalmente, não levar em consideração os impactos dessas influências no resultado final da política pública.

Silva e Bassi (2012) apresentam cinco possíveis origens de demandas de políticas públicas. Elas são baseadas em sobrevivência, necessidades, desejos, interesses e ideologia, conforme o Quadro 2.

Origem	Descrição
Sobrevivência	Atividades que são fundamentais para a população ter o mínimo de condições de sobrevivência.
Necessidades	Atividades que melhoram a qualidade de vida da população, mas não são essenciais.
Desejos	Novas possibilidades que auxiliam a população.
Interesses	Demandas advindas de interesses coletivos, mas com forte apelo e articulação política.
Ideologias	Ações entendidas como estratégicas para manutenção do Estado.

Quadro 2 – Intenções de Políticas Públicas
Fonte: Adaptado de Silva e Bassi (2012, p. 20).

Ao catalogar e analisar as origens das políticas públicas, entende-se que, de acordo com a origem, diversos tipos de interesses da sociedade podem ser atingidos, além de qualificar agentes públicos e privados envolvidos.

As definições de políticas públicas vão desde a qualificação mínima: “[...] tudo o que o governo decide fazer ou não fazer” (HOWLLET; RAMESH, 1995, p. 4), até algumas mais completas, em que a política pública se apresenta como um programa de ação governamental num setor da sociedade ou num espaço

geográfico: a saúde, a seguridade, os trabalhadores imigrados, a cidade de Paris, a Comunidade Europeia, o oceano Pacífico etc. (MÉNY; THOENIG, 1989, p.130-131).

Não existe uma única maneira de conceitualizar política pública. Essa expressão é percebida e interpretada por diferentes autores e em diversas óticas. Heidemann (2002) fala que a definição de política pública inclui dois elementos-chave: ação e intenção. Pode haver uma política sem intenção formal manifestada; porém, não haverá uma política positiva se não houver ações que materializem a intenção. Ou seja, não há política pública sem ação.

Souza (2006, p. 24) retrata a política pública como “o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, colocar o governo em ação e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no curso dessa ação (variável dependente)”, entendendo que toda e qualquer política pública tem um propósito coletivo em benefício da sociedade, mas são feitas com base nas escolhas do governo, conforme suas intenções.

Tanto a formulação dos processos como a implementação de políticas públicas são cruciais na construção da sociedade. Uma bem-sucedida formulação de políticas públicas depende, em parte, do sucesso da elite governamental e mobiliza coalizão de apoio; como resultado, a criação de arenas de negociação evita paralisias decisórias. O êxito na implementação de políticas exige coalizão de apoio ao governo, além de capacidade instrumental, operacional e financeira do Estado. Constate-se que a coalizão de apoio às políticas governamentais é repetidamente distinta no que se refere às fases de formulação e implementação, bem como é conformada de acordo com a natureza das políticas, ponto de especial relevância para a agenda de reforma dos países em desenvolvimento (SANTOS, 1997).

O Quadro 3 resume as características das políticas públicas antes do início do período democrático e depois da elaboração da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988). Percebe-se que houve descentralização das políticas públicas e inclusão de novos atores no ciclo das políticas, com novos arranjos institucionais no período democrático.

Até o início dos anos 1980	Após 1988
Centralização decisória e financeira na esfera federal.	Integração das ações – coordenação federativa.
Fragmentação institucional.	Estabelecimento de vínculos de parceria com outros níveis de governo e com governos de 20 outros municípios.
Exclusão da sociedade do processo de formulação das políticas.	Novos atores na formulação e implementação das políticas públicas no nível local.

Quadro 3 – Características das Políticas Públicas

Fonte: Adaptado de Vaz e Lotta (2012, p. 04).

Surge, então, uma relação nova entre os níveis de governo – União, estados e municípios – e “novas relações entre as próprias organizações do governo federal, em um referencial de intersectorialidade, [...] criando espaços específicos para a participação da sociedade civil, numa lógica de democratização das tomadas de decisão” (VAZ; LOTTA, 2012, p. 05).

Embora a Constituição tenha empoderado os municípios com recursos fiscais, estes não se mostram suficientes para suportar os desenhos políticos locais. Além disso, os municípios demonstram incapacidade administrativa (VAZ; LOTTA, 2012), alterando a forma como as políticas foram elaboradas e implementadas. Tais mudanças nos arranjos “passam de um modelo de gestão baseado em visão tradicional, hierarquizada, funcional, setorial para modelo transversal, intersectorial, sistêmico, participativo e voltado à efetividade” (VAZ; LOTTA, 2012, p. 01), para um modelo no qual “[...] os governos locais têm contribuído para a formatação de novos arranjos institucionais e de novos processos de gestão em que se rompem alguns dos elementos críticos que caracterizavam as políticas sociais até os anos 1980” (FARAH, 2001, p. 122).

Não adianta estabelecer apenas leis se não existem arranjos institucionais capazes de implementá-las. Com isso, reforça-se o complexo e integrado ciclo de desenvolvimento da política pública, que surge com a definição de uma demanda ou um problema e vai até o processo de avaliação e melhoria contínua da sua execução. O Quadro 4 retrata as cinco fases de uma política pública, com caracterização da participação dos agentes em cada fase.

No entanto, a descentralização e a transferência de atribuições e competências não vêm acompanhadas de repasse de recursos e capacitação técnica suficiente para formulação e execução das políticas públicas, causando frustração e preocupação, pois o Estado demonstra pouca capacidade de

enfrentamento dos desafios ora colocados mediante o novo contexto globalizado mundial, tão pouco da agenda social democrática.

Em face do exposto e após a discussão sobre as origens das políticas públicas, faz-se necessário abrir espaço, como os processos das políticas públicas costumam acontecer, suas descrições e envolvidos – expresso no Quadro 4. Como isso, é possível perceber, por exemplo, que a participação democrática na definição, implementação e execução das políticas públicas depende do amadurecimento das instituições na compreensão da sua importância e atuação no desenvolvimento das ações governamentais em prol da sociedade. Apesar de a política pública ser uma ação de governo, as instituições formais e informais são agentes determinantes para o alcance do objetivo dessas políticas e para melhoria da condição de vida da sociedade.

Processo político	Descrição genérica da etapa	Agentes participantes
Identificação do problema	Identificação dos problemas políticos por meio da demanda de indivíduos e grupos de ação governamental.	Instituições formais e informais (responsáveis por identificar o problema por pressões sociais, econômicas, políticas, ambientais ou culturais).
Agenda dos agentes	Atenção da mídia e dos órgãos públicos oficiais sobre problemas públicos específicos, para definir o que será decidido.	Instituições formais e informais (responsáveis por discutir o problema e apresentar demandas ao governo).
Formulação da política	Desenvolvimento da proposta de política pelo interesse de grupos.	Instituições formais, informais e o governo (a responsabilidade é compartilhada, mas depende do arranjo institucional existente; um deles será o responsável por consolidar a formulação da política).
Legitimação da política	Definição da ação e da política como sendo oficial, tornando-a lei.	Governo (responsabilidade típica do governo que garante a legitimidade da política).
Implementação da política	Implementação da política por burocracias, gastos públicos, regulações e outras atividades afins.	Governo e instituições formais, informais (a responsabilidade é compartilhada, mas normalmente é coordenada pelo governo; em alguns casos, é exclusivamente implementada pelo governo).
Avaliação da política	Avaliação continuada da política pública tanto em termos de processo, quanto de resultado.	Governo e instituições formais, informais (a responsabilidade é compartilhada, mas o governo necessariamente deve avaliar a sua política. As instituições formais e informais, quando bem-estruturadas e atuantes, sempre como uma espécie de auditoria dos resultados e grupo de pressão para melhoria das ações com intuito de não desvirtuar dos objetivos definidos pela política).

Quadro 4 – Os processos das Políticas Públicas
Fonte: Silva e Bassi (2012, p. 23).

As políticas públicas, por sua abrangência, interferem em âmbitos urbanos – em vários sentidos –, e um dos mais impactantes é a Economia Urbana. Para tal, tratar-se-á das teorias econômicas, a fim de compreender tais impactos.

2.4 ECONOMIA URBANA

As áreas urbanas centrais têm importância econômica acentuada. Nos últimos tempos, a economia vem sendo modificada pela agilização das comunicações – liderada pela tecnologia –, conduzindo a uma alteração significativa da percepção humana. O espaço urbano adquire uma condição diferente e deixa de ser apenas um espaço produtivo para se transformar em objeto de consumo; passa a ser palco de diversas atividades graças a sua capacidade de criar localizações, de divulgá-las e de induzir demandas variadas. O espaço agora é um espaço consumido e muito cobiçado por investidores, políticos, consumidores, moradores e turistas (VARGAS; CASTILHO, 2006).

O estudo dos centros comerciais abertos encontra-se associado à importante discussão da economia urbana. Ao debater a economia das cidades brasileiras e do mundo como um todo, torna-se essencial analisar a Teoria da Análise dos dois Circuitos, proposta por Milton Santos em 1979.

A teoria dos circuitos da economia urbana constitui-se em um novo paradigma do planejamento urbano, demonstrando que as cidades são criadas a partir de dois subsistemas contraditórios e solidários: o circuito superior e o circuito inferior (SANTOS, 1979). Tal teoria deixa de lado os modelos estatísticos, enaltecendo a história das cidades e utilizando como principal ferramenta a formação socioespacial de cada cidade, demonstrando que a economia urbana é particular de cada região.

Ambos os circuitos – superior e inferior –, unidos, formam um sistema econômico urbano. Em um primeiro momento, tal teoria é desenvolvida para analisar os países subdesenvolvidos; posteriormente, em 1996, o autor declara que ela também se encaixa para analisar a economia urbana em países desenvolvidos. No entanto, tal teoria ainda é mais utilizada pelos países que constituem a América

Latina e, neste caso, será aplicada para auxiliar no entendimento de dinâmicas econômicas na cidade de Curitiba.

A teoria dos circuitos abarca dois grandes subsistemas dentro do sistema maior, que é a economia urbana praticada. As cidades estão em constante transformação, trazendo modificações nas suas configurações, nas formas de trabalho e ação, nas relações políticas e sociais etc., perfazendo uma complexidade que só pode ser estudada de forma integral se for subdividida para garantir a melhor compreensão dos aspectos que caracterizam a economia das cidades (SANTOS, 2009).

O circuito superior, também tido como circuito moderno, é baseado em uma lógica capitalista e tem como principais elementos a avançada tecnologia, com maior aderência e abrangência nas atividades nacionais e internacionais, com relações essencialmente externas ao espaço urbano. As atividades predominantes desse circuito são grandes empresas, atacadistas, distribuidores, comércios modernos e serviços modernos complexos. Já o circuito inferior – não moderno – traz como característica principal a prestação de serviços, atividades de pequena dimensão e de grande interesse da população mais pobre das cidades, mantendo fortes relações de proximidade e vizinhança, e tem como atividades mais comuns pequenas indústrias, produções artesanais, comércio não moderno e serviços de baixa complexidade (SANTOS, 1979, p. 29-71).

Os circuitos superior e inferior podem ser vistos como opostos em atividades, público, influências e propósitos, mas há grande relação entre eles no que tange a alguns produtos e serviços. De qualquer maneira, é forte a dependência do circuito inferior para com o superior, o que não impossibilita que os consumidores consumam de ambos os circuitos, mesmo que aconteça de forma particular e escassa. Ressaltam-se, ainda, outros atributos:

[O circuito superior] inclui bancos, comércio de exportação e importação, indústria urbana moderna, comércio e serviços modernos, bem como comércio atacadista e transportes. O circuito inferior é formado, essencialmente, de diferentes tipos de pequeno comércio, da produção de bens manufaturados de capital não intensivo, constituída em grande parte de artesanato, e também de toda uma gama de serviços não modernos (SANTOS, 2009, p. 48).

Fundamentalmente, a diferença existente entre os dois circuitos da teoria está na forma de aplicação do capital, na organização das atividades e na

modernidade e intensidade de tecnologia. O quesito tecnologia é realmente fator diferencial quando se compreende que o circuito superior a utiliza de maneira intensiva e primordial; por isso, o desenvolvimento das atividades é avançado, sempre com novas técnicas, ao contrário do circuito inferior que privilegia a mão de obra e, por vezes, é dependente dela. Algumas pessoas, grupos e agentes não valorizam as pessoas envolvidas em toda cadeia produtiva do circuito inferior por lhe atribuírem caráter de inutilidade econômica e organizacional, contudo, o circuito inferior “[...] tem sua própria organização e suas próprias leis operacionais e de evolução” (SANTOS, 2009, p. 47).

O circuito superior, algumas vezes, trabalha com reduzido número de mercadorias e serviços, pois esses são voltados a um público seletivo, além de comumente não ser adepto de descontos e promoções. O circuito inferior agrega, em sua maioria, número superior de profissionais (por vezes composto do núcleo familiar que monta o próprio negócio) e também tendo políticas mais flexíveis de preços dos produtos, descontos, promoções e negociações simplificadas (SANTOS, 2009).

Em sua teoria, Milton Santos também revela a existência de um circuito superior marginal, consequência da supervivência de algumas formas de modernização mais reduzidas ou impossibilitadas de se modernizar. O circuito superior marginal tem um caráter residual e em desenvolvimento (SANTOS, 2009).

A cidade possui papel fundamental na relação dos dois circuitos, pois cria aproximação, envolvendo as atividades econômicas, os recursos para o cumprimento do trabalho. “[...] a cidade é um grande mercado, formado por diversos circuitos de produção e consumo” (SILVEIRA, 2010, p. 2).

Os circuitos, tanto superior quanto inferior, remetem a dinâmicas desconhecidas por grande parte das pessoas e demonstram as estruturas econômicas fragmentadas dos países subdesenvolvidos. São lados opostos e servem a indivíduos com rendas diferentes; contudo, é fundamental salientar que a lógica do circuito superior e a do circuito inferior adentram a vida dos cidadãos de igual maneira, através dos apelos pelo consumo.

A avaliação dos dois circuitos é fundamental para uma melhor compreensão da materialização do comércio na cidade, e esse é foco de uma discussão que a cada dia se torna mais complexa, agregando elementos que necessitam de

observação, a fim de formular ideias para o desdobramento de pesquisas que atendam às carências da população urbana. Assim sendo,

[...] os circuitos superior e inferior interagem e participam do movimento que se desenvolve dentro da mesma cidade: trata-se de um único meio construído, embora desigual e fragmentado, e de um único mercado, embora fortemente segmentado (ARROYO, 2008, p. 30).

Ao analisar a dinâmica da cidade de Curitiba, é importante considerar a história desse espaço, e não realidades externas, as quais, geralmente, não dão conta da dinâmica brasileira. A teoria dos dois circuitos da economia urbana explicita que a cidade é única, isto é, marcada somente, ou sobretudo, pelos princípios capitalistas; porém, é segmentada, ou seja, com desigualdades, contradições e combinações no tocante às ações dos agentes sociais e às atividades que esses desencadeiam (SANTOS, 1979). Portanto, ao contrário do que pensam alguns, a teoria dos dois circuitos não é dualista, tão pouco estruturalista; é a proposta teórica que contempla toda complexidade da realidade de Curitiba (cidade para a qual se volta a atenção) que, certamente, é única, mas segmentada (DANTAS, 1997).

Contribuir para o desenvolvimento da economia urbana é um dos maiores desafios enfrentados na recuperação e manutenção da dinâmica da cidade, quanto ao abastecimento do consumidor, à geração e à manutenção de empregos, de renda e receitas, num espaço urbano de qualidade.

As políticas urbanas voltadas à economia urbana e às atividades comerciais repensam alguns aspectos, tais como: 1) quais atividades são incômodas ao espaço urbano; 2) qual é o limite entre o interesse individual e o interesse coletivo; 3) quais são os espaços públicos e quais deveriam ser seus usos; 4) que tipo de tratamento deve ser dado às diversas atividades terciárias da cidade; 5) como adequar áreas urbanas, aspectos físicos e ativos de atividades nas cidades; 6) como favorecer e estimular associação de pequenos comerciantes; 7) como enfrentar questões como crédito, qualificação, promoções e poder de compra; 8) como controlar a quantidade e a qualidade dos diferentes tipos de lojas e serviços; 9) como trabalhar com a estrutura fundiária urbana; 10) como considerar as horas de atividade do comércio; 11) como trabalhar as relações trabalhistas envolvidas no comércio; 12) como auxiliar no processo de revitalização urbana.

Sendo assim, o fato de o espaço ser produzido por todos os agentes sociais e por todas as atividades socioeconômicas (de circuito superior e inferior), revela a real dinâmica do espaço urbano e, mais precisamente, dos centros comerciais abertos, nos centros urbanos.

Adiante será aprofundada a questão existente entre Espaço Urbano e também Centro Urbano que, por vezes, traz dificuldades de diferenciação ou entendimento.

2.5 ESPAÇO URBANO E CENTRO URBANO

O espaço urbano e sua configuração são objetos de estudo da Gestão Urbana, a qual aborda, dentre tantos vieses, a permanente reconfiguração do espaço total, social e de seus diversos recortes.

O espaço urbano possibilita a relação entre os diversos elementos que o compõem: sujeitos sociais, instituições, empresas e outras infraestruturas. O espaço “é um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá” (SANTOS, 1996, p. 51). Assim, há um processo dialético entre a forma e o conteúdo, entre os arranjos espaciais e as relações políticas e sociais, entre os objetos e as ações. Nesse contexto, o comércio promove uma dinâmica espacial nas cidades, relacionando-se com diversos agentes e estabelecendo centrais que constituem a economia urbana em seu circuito superior e circuito inferior, promovendo diferentes usos do espaço urbano.

Apesar de o espaço urbano ser produzido de maneiras diversas, o Estado tem privilegiado as ações de forças hegemônicas no âmbito do sistema capitalista. Dessa maneira, o Estado apresenta-se como coadjuvante no processo de produção corporativa do espaço (SANTOS, 2003). Com isso, o espaço, sob o movimento de interesses conflitantes e individualistas dos agentes dominantes, é produzido de acordo com a lógica de desigualdades, combinações e contradições, tomando-se fragmentado. Todavia, o espaço não é produzido somente pelas grandes empresas e pelo Estado, mas também pelas pequenas empresas (representantes da economia popular) e pelos pobres, que buscam sobrevivência com criatividade e outro tipo de

organização que difere da organização burocrática que caracteriza grandes organizações (SANTOS, 1979).

A urbanização brasileira é um fenômeno recente. A partir dos anos 1940, inicia-se um processo de observação do crescimento das taxas de urbanização no país; antes, grande parte da população era constituída por ruralistas. Na década de 1970, conforme censo realizado pelo IBGE, a população brasileira tornou-se mais urbana; a partir de então, não houve mais regressão nas taxas de urbanização, chegando à exorbitante taxa de 81% no ano 2000, como demonstram os resultados obtidos pelo IBGE através do censo do mesmo ano. Atualmente, existe uma taxa de urbanização de 83% a 84%, tendo em vista as estimativas de crescimento populacional no Brasil. Soares trata a urbanização brasileira e a concentração urbana sob uma nova ótica:

Na contemporaneidade da urbanização brasileira, verifica-se um amplo processo de reestruturação caracterizado pela “explosão” das tradicionais formas de concentração urbana e pela emergência de novas formas espaciais, continentes de novas territorialidades dos grupos sociais. Na escala intraurbana, o fenômeno da “dispersão urbana” está alterando a morfologia urbana tradicional, gerando novas centralidade e novas periferias. Na escala interurbana e regional, são produzidos novos processos de desconcentração e reconcentração espacial da população, das atividades econômicas e da informação sobre o território (SOARES, 2006, p. 65).

Ao buscar entender o centro urbano, verifica-se que esse é um ponto de orientação que tenta suprir necessidades materiais e imateriais. Em verdade, são locais de concentração geográfica do comércio, do sistema financeiro e, principalmente, onde anseios se realizam por prática socioespacial (VILLAÇA, 2001). Os centros devem ser percebidos também pela ótica das questões sociais (MONTESSORO, 2006). Os centros urbanos são caracterizados pela sua forma e pelas funções desenvolvidas de acordo com seus agrupamentos. É necessário entender que os grupos sociais e as relações da população com a cidade permeiam e determinam os centros urbanos. É uma área de maior e facilitada acessibilidade, que concentra e dispersa interesses, onde a interação entre as pessoas sai do plano pessoal e passa para a virtualidade. Entende-se o centro como um local de troca de símbolos, que desempenha papel de concentração de funções de prestação de serviços e comércio.

Para Sposito (1999, p. 10), os centros urbanos possuem atividades voltadas a públicos mais restritos, funcional ou economicamente, como vestimentas sob medida, livrarias especializadas, dentre outros, mas essa característica tem se modificado ao passar do tempo em função da valorização imobiliária (mesmo que abaixo da média) e dos elevados custos operacionais e de infraestrutura. A reafirmação de um centro urbano mostra-se cada vez mais necessária, principalmente pelos seus altos fluxos, que não se transferem para outros locais, sendo o centro urbano um local com maior tradição para o consumo; o desejo de se adquirir ou consumir produtos e serviços vindos desse espaço passa a ser valorizado.

A crescente urbanização e metropolização das principais áreas econômicas e administrativas do país traz o aparecimento de áreas significativas no tocante à oferta de serviços e produtos e à própria recomposição e multiplicação do capital flutuante. Essas áreas, que comumente estão próximas a áreas metropolitanas, compõem a rede hierárquica de ações e intervenções no espaço.

Discorrer sobre o conceito de centro urbano e espaço urbano pode ser complexo e polêmico. Cada sociedade enxerga o espaço de forma diferente, conforme concepções sociais e culturais. Segundo Corrêa,

O espaço urbano capitalista – fragmentado, articulado, reflexo, condicionante social, cheio de símbolos e campo de lutas – é um produto social, resultado de ações acumuladas através do tempo e engendradas por agentes que produzem e consomem espaço. São agentes sociais concretos, e não um mercado invisível ou processos aleatórios atuando sobre um espaço abstrato. A ação desses agentes é complexa, derivando da dinâmica de acumulação de capital, das necessidades mutáveis de reprodução das relações de produção e dos conflitos de classe que dela emergem. A complexidade da ação dos agentes sociais inclui práticas que levam a um constante processo de reorganização espacial que se faz via incorporação de novas áreas ao espaço urbano, densificação do uso do solo, deterioração de certas áreas, renovação urbana, relocação diferenciada da infraestrutura e mudança, coercitiva ou não, do conteúdo social e econômico de determinadas áreas da cidade (CORRÊA, 2000, p. 11).

Em espaços fragmentados e articulados, surgem as cidades como polos atrativos. Suas benesses atendem ao desejo de melhoria de bem-estar social e de vida; simultaneamente, a cidade é repulsiva e excludente, pois a urbanização também expõe o lado cruel do espaço, através da especulação proveniente dos grupos detentores do solo e do capital. Como afirma Corrêa,

O espaço de uma grande cidade capitalista constitui-se, em um primeiro momento de sua apreensão, no conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si. Tais usos definem áreas, como o centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviços e de gestão, áreas industriais, áreas residenciais distintas em termos de forma e conteúdo social, de lazer e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão. Esse complexo conjunto de usos da terra é, em realidade, a organização espacial da cidade ou, simplesmente, o espaço urbano, que aparece assim como espaço fragmentado (CORRÊA, 2000, p. 44).

A produção do espaço urbano está ligada à dinâmica de interesses entre agentes, fruto das relações capitalistas em múltiplas facetas. O espaço urbano é construído em meio natural, mas manipulado posteriormente por ações políticas e sociais; as relações entre os agentes envolvidos nem sempre resultarão na aplicabilidade das soluções que visem às pretensões da maioria. Como expõe Cavalcanti,

Compreender a cidade e explicar a produção do espaço urbano implica entender esse espaço como relacionado à sua forma (a cidade), mas não se reduzindo a ela, pois ela expressa muito mais que uma simples localização e um arranjo de lugares; expressa um modo de vida. Esse modo de vida não está ligado somente ao modo de produção econômica, embora sofra seu constrangimento, mas está ligado a todas as esferas da vida social: cultural, simbólica, psicológica, ambiental e educacional (CAVALCANTI, 2001, p. 27).

A utilização do solo urbano e, conseqüentemente, do espaço urbano, não plenamente utilizado gera crescente massa de excluídos sociais. Sendo assim, o espaço é produzido por lutas que ocorrem na cidade. Corrêa (2000) tende a identificar os agentes sociais envolvidos na produção do espaço urbano: são eles os proprietários fundiários e dos meios de produção, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos. Em contrapartida, salienta-se que o espaço urbano não é mera representação social do espaço, pois é possível encontrar características urbanas no espaço rural e vice-versa. Esses fenômenos geram atrativos para a reprodução do capital e para as condições de desenvolvimento financeiro, como também para a urbanização dessas áreas.

Por fim, a produção do espaço urbano, principalmente do centro urbano, segue os ditames do capital que se reproduzem no espaço artificial e, a partir daí, criam industrialização, urbanização, metropolização, segregação, inclusão e exclusão socioespacial.

Atratividade pelo centro urbano

O centro urbano é identificado como local mais dinâmico da vida urbana, devido à forte atividade terciária – aquela que inclui o comércio e os serviços varejistas, os serviços de educação, de lazer, financeiros, de hospedagem etc. Os centros urbanos são simbólicos e têm sua centralidade fortalecida pela somatória de todas as atividades. Também se observa que, no decorrer da história, os mesmos centros têm recebido adjetivações: centro histórico, centro de negócios, centro tradicional, centro de mercado, centro principal ou, simplesmente, centro.

O centro urbano sempre foi fortalecido; historicamente, é o local espacial das trocas comerciais, de abastecimento, de atividades financeiras e de políticas da sociedade. As atividades secundárias, mas também atribuídas ao centro, fortalecidas pela sua centralidade, são as atividades urbana, religiosa, cultural, de descanso, de encontro e de lazer. Essa visão funcional do centro fortalece seus raios de influência (VARGAS; CASTILHO, 2006, p. 1).

As cidades permitem a colaboração entre as pessoas, o que faz a sociedade crescer e desenvolver-se. Pelo fato de os humanos aprenderem muito com outros seres humanos, aprende-se mais e melhor quando há muita gente em volta. Essa reflexão demonstra o quanto a densidade humana, nos centros urbanos, pode ser benéfica, gerando fluxos constantes de informações. Concentrações urbanas geram benesses no campo das inovações culturais, econômicas e políticas (GLAESER, 2011, p. 244-245).

A concorrência faz as cidades fornecerem serviços melhores e manterem os custos baixos. O Governo Federal não faz nenhum bem ao favorecer lugares específicos, da mesma forma que não faz nenhum bem favorecendo uma empresa ou setor específico em relação ao demais. Para as companhias, é bem melhor a concorrência; para as cidades, também é bem melhor encontrar suas próprias vantagens competitivas (GLAESER, 2011, p. 247).

Quando o autor questiona como o centro urbano pode se tornar mais atrativo para a população em geral e, principalmente, para os consumidores, verifica-se que

existe uma resposta plausível, defendida pelo urbanista Richard Florida*, o qual enfatiza as artes, a tolerância com estilos de vida alternativos e um centro de cidade divertido e cheio de eventos. Uma segunda visão centra-se na melhor prestação de serviços públicos essenciais que sempre foram de responsabilidade das cidades: ruas seguras, transporte rápido, boas escolas etc. (GLAESER, 2011, p. 257).

Em virtude da importância dos centros urbanos, Vargas e Castilho trazem as motivações que conduzem intervenções em centros urbanos (Quadro 5).

Referência e identidade	O centro tem um papel essencial quanto à identidade e à referência de seus cidadãos e visitantes.
História urbana	O centro é o lugar onde se encontram as sedimentações e as estratificações da história de uma cidade.
Sociabilidade e diversidade	A variedade de atividades e a tolerância às diversidades reforçam o caráter singular dos centros urbanos em relação aos subcentros mais recentes.
Infraestrutura existente	Nos centros das cidades, geralmente há sistema viário consolidado, saneamento básico, energia e serviços de telefonia, transporte coletivo, equipamentos sociais e culturais de diversas naturezas. O descarte dessa infraestrutura, tanto do ponto de vista econômico quanto ambiental, é injustificável.
Mudanças nos padrões sociodemográficos	Alterações, como maior expectativa de vida e consequente envelhecimento da população, redução do número de componentes da família, ampliação do trabalho feminino, entre outros aspectos, facilitam e reconduzem ao retorno de habitações nas áreas centrais.
Deslocamentos pendulares	Estatisticamente, o centro de muitas cidades ainda concentra um maior número de postos de emprego. O retorno do uso residencial ao centro diminui sensivelmente a necessidade de movimento pendular diário moradia-trabalho.
Distribuição e abastecimento	Durante muitas décadas, vem ocorrendo a dispersão locacional dos negócios. Em diversas escalas, entretanto, os centros ainda retêm uma parcela da distribuição de bens e serviços.

Quadro 5 – Motivações que conduzem as intervenções em centros urbanos

Fonte: Vargas e Castilho (2006, p. 06).

Para esclarecimento, a economia de um país pode ser dividida em setores primário, secundário e terciário, de acordo com os produtos produzidos, modos de produção e recursos utilizados (Quadro 6). Esses setores econômicos podem mostrar o grau de desenvolvimento econômico de um país ou região (IBGE, 2017).

* Richard Florida, nascido em 1957, é um teórico norte-americano do Urbanismo. Licenciado em Ciências Políticas pela Universidade Carnegie Mellon, em Pittsburgh, sua principal atividade acadêmica encontra-se associada à área de Economia Urbana. É professor da Rotman School of Management da Universidade de Toronto, Canadá.

Setor	Característica	Tipo de economia
Primário	Está relacionado à produção através da exploração de recursos da natureza. Exemplos de atividades do setor primário: agricultura, mineração, pesca, pecuária, extrativismo vegetal e caça. Fornece matéria-prima para a indústria de transformação; é vulnerável, pois depende muito dos fenômenos da natureza como, por exemplo, do clima.	A produção e exportação de matérias-primas não geram muita riqueza para os países com economias baseadas nesse setor econômico, pois seus produtos não possuem valor agregado como ocorre, por exemplo, com os produtos industrializados.
Secundário	Transforma matérias-primas (produzidas pelo setor primário) em produtos industrializados (roupas, máquinas, automóveis, alimentos industrializados, eletrônicos, casas etc.). Como há conhecimentos tecnológicos agregados aos produtos, o lucro obtido na comercialização é significativo.	Países com bom grau de desenvolvimento possuem uma significativa base econômica concentrada nesse setor. A exportação dos produtos também gera riquezas para as indústrias.
Terciário	Relacionado aos serviços, que são produtos não materiais, que pessoas ou empresas prestam a terceiros para satisfazer determinadas necessidades. São atividades econômicas desse setor: comércio, educação, saúde, telecomunicações, informática, seguros, transporte, limpeza, alimentação, turismo, serviços bancários e administrativos, transportes etc.	Esse setor é marcante nos países de alto grau de desenvolvimento econômico. Quanto mais rica é uma região, maior é a presença de atividades do setor terciário.

Quadro 6 – Setores de atividades econômicas
Fonte: IBGE (2017), organizado pela Autora.

O setor terciário foi o setor da economia que mais se desenvolveu no mundo. Em pequena escala, o centro urbano costuma atrair o setor secundário; em alta escala, o setor terciário.

2.6 CIDADE E COMÉRCIO

O desenvolvimento da atividade comercial confunde-se com o desenvolvimento da cidade. Historicamente, é no centro das cidades que está representando fisicamente o lugar onde são realizadas atividades comerciais e tantas outras concomitantes, como a recreação, o lazer, as cerimônias e os eventos. É nesse mesmo lugar que, além do comércio, vê-se e sente-se claramente a vida social da cidade. Certamente pautada pelo senso de comunidade, Jacobs (2000) defende o preceito de que quanto maior o número de contatos entre as pessoas de uma área, tanto maior o grau de estabelecimento de uma rede de confiança e respeito entre elas.

Apesar de a edição ser antiga, a obra é atual e enquadra-se no contexto; sendo assim, será utilizada a ideia de que, para Jacobs (1975), a troca de mercadorias está associada à cidade, ao mercado público e ao centro urbano desde o período Neolítico. Nesses lugares, é possível encontrar produtos à disposição para trocas; então, a troca pode ser entendida como uma atividade humana básica e, para que o escambo aconteça, é necessário o encontro das pessoas; dessa necessidade de encontro, surge um local específico. Vargas, pois, complementa:

A origem do mercado está, portanto, no ponto de fluxos de indivíduos que traziam seus excedentes de produção para a troca, normalmente localizados em pontos equidistantes dos diversos centros de produção. O fato de serem espaços abertos e públicos imprime-lhes uma condição de neutralidade territorial e de segurança no ato da troca, a qual acontece no momento em que as mercadorias são entregues (VARGAS, 2001, p. 5).

O papel desempenhado pelo comércio é muito importante social e economicamente. As cidades surgem nos “locais em que duas estradas se encontram, ou na embocadura de um rio, ou ainda onde a terra apresenta um declive adequado”, conforme Huberman (1984, p. 25-44), que chama também a atenção para o fato de que os lugares escolhidos pelos mercados para negociar localizam-se geograficamente nos arrabaldes de burgos e aldeias feudais. Em virtude da precariedade dos meios de locomoção e do baixo consumo, não existem comércios permanentes, sendo a sua grade maioria, itinerantes. Essa característica faz com que a atividade comercial demore a se tornar estável.

Após o Século XVIII, há um fluxo muito maior de mercadorias sendo comercializadas. Isso ocorre em virtude do grande crescimento e desenvolvimento da atividade industrial – favorecendo a produção em escala –, da migração das pessoas do campo para a cidade – levando ao crescimento demográfico –, do desenvolvimento dos transportes e da comunicação. O consumo aumenta e o comércio acompanha esse aumento, fortalecendo sua função social de possibilitar o abastecimento da população com relação às suas necessidades.

O comércio varejista é estabelecido de forma espontânea, através do surgimento de novas necessidades da sociedade, que estava em franca modificação com o surgimento de estabelecimentos mais aprimorados que, além de produtos, também ofertavam serviços.

A Figura 3 traz à luz a multiplicidade do comércio e dos serviços varejistas, além de sua amplitude em termos de matérias com as quais forte interface é estabelecida. O comércio e os serviços estão diretamente ligados a: 1) economia, 2) território, 3) imagem, 4) arquitetura e *design*, 5) fator sociocultural. Por conseguinte, esses temas de aprofundam em diversos outros.

São propiciadas grandes transformações espaciais, sociais, econômicas e políticas. O comércio de produtos e serviços não só acompanha, como é um dos atores principais nessa transformação, que pode ser vista nas técnicas de vendas, no tipo e no número de mercadorias, mas principalmente na grande mudança no espaço onde essas transações ocorrem, como mudanças no espaço comercial. Vargas reitera o assunto, afirmando:

[...] todos os espaços de mercado analisados no período reforçam a questão da diversidade e dos congestionamentos de imagens, sons, odores, mercadorias e pessoas que refletem a expressão máxima da vitalidade e do dinamismo do lugar. Desordem, confusão e multidão são fortes indicadores de sucesso do comércio ou, pelo menos, de seus requisitos essenciais (VARGAS, 2001, p. 157-158).

A cidade adapta-se ao comércio, e o comércio adapta-se à cidade. A praça do mercado deixa de ser o lugar de encontros semanais e abriga compras realizadas diariamente em ritmo frenético. As pequenas tendas e lojas dão espaço a grandes estabelecimentos; em organizações comerciais, surgem galerias, lojas de departamentos e magazines. A oferta de produtos e serviços expande-se cada vez mais, sendo possível encontrar quase de tudo.

É perceptível que as atividades comerciais elegem as áreas centrais da cidade para se localizar, favorecidas pelo grande volume de transeuntes, com troca de diversos tipos de mercadorias, ou seja, com características bastante comuns.

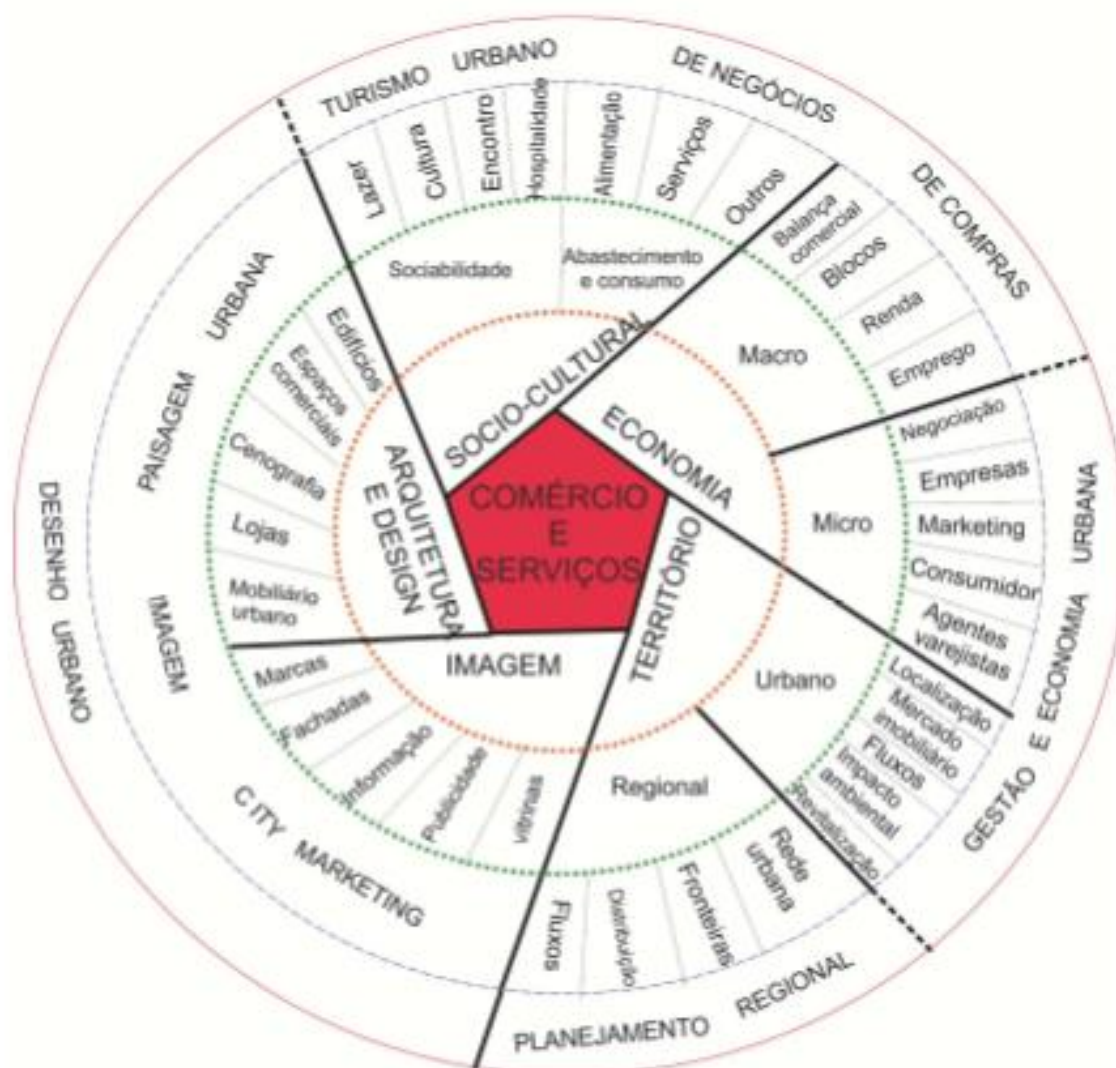


Figura 3 – Caráter complexo do conhecimento: comércio e serviços varejistas
Fonte: Vargas (2010, p. 08).

As mudanças urbanas podem ser sentidas com a migração das áreas residenciais para a periferia das cidades, pois os bairros centrais das cidades têm dado espaço a centros comerciais, centros administrativos e centros de alimentação e lazer. Há a reorganização espacial da cidade, movimentando o mercado imobiliário e exigindo políticas públicas que atendam ao interesse de todas as camadas da sociedade. Atualmente, as atividades comerciais das cidades têm a tendência de seguir a distribuição da população. Com essas modificações na dinâmica das cidades, é evidente que a escolha do solo geográfico para um estabelecimento comercial passa a representar um importante elemento do negócio (VARGAS, 2001).

Estudos específicos sobre a localização dos comércios nas áreas urbanas analisam questões de acessibilidade, quantidade e variedade de bens ofertados, valor dos imóveis, poder de compra da população, concorrência, preço e distância econômica (FREIRE, 2010).

As áreas centrais das cidades não deixam de ser as grandes protagonistas espaciais das atividades comerciais, mas há modificações significativas após o surgimento de novas formas de comércio, quando esses começam a buscar espaços mais amplos para suas instalações em virtude do crescimento expressivo da quantidade de clientes e da sua exigência, também com relação à qualidade do atendimento. Nesses novos lugares, vislumbra-se:

[...] o gigantismo de uma economia superprodutivista e uma sociedade hiperconsumista, o que requereu, mais e mais, o aparecimento de estabelecimentos comerciais urbanos, a princípio concentrados no centro da cidade. Todavia, algumas inovações, como novas técnicas de comercialização, a exemplo do *self service*, com a popularização do uso do automóvel, com o aperfeiçoamento de equipamentos eletrodomésticos, que facilitaram o armazenamento de produtos etc., foram possibilidades para descentralizar certos setores do comércio, isto é, muitos passaram a se localizar em áreas afastadas do centro da cidade, numa espécie de periferização ou suburbanização do comércio (FREIRE, 2010, p. 28).

A urbanização das cidades é instrumento da ampliação do comércio, e a descentralização urbana é causadora da sua migração geográfica. O movimento descentralizador do varejo tem início na década de 1920, em cidades dos Estados Unidos, quando a população começa a se distanciar das áreas centrais da cidade. Desde então, é iniciada a criação de centros comerciais secundários para atender à população que não mais frequenta os bairros centrais urbanos.

Essa rede é alimentada e suportada pelos poderes públicos, através das políticas públicas, com a criação de infraestrutura, mobiliário e equipamento urbano que atenda às novas necessidades. Bairros que são negligenciados passam a receber incentivos e têm seu desenvolvimento instaurado, resultando na valorização das áreas, na diversificação, e também na multiplicação dos centros comerciais urbanos distanciados do centro da cidade (FREIRE, 2010).

2.6.1 Ruas comerciais

O desenvolvimento de grandes espaços públicos, de capital privado, para o exercício de atividade comercial, modifica profundamente a estrutura das cidades e o contexto urbano. Na Europa, do início do Século XII, são criados ciclos de feiras, muitos deles especializados em determinado tipo de artigo; como característica, trata-se de locais muito animados, com diversas opções de práticas, além da atividade comercial, com grande capacidade de atração de pessoas.

Lefèbvre (1999) diz que a revolução medieval instala-se com sucesso nas redes de rotas e caminhos do espaço urbano na cidade, que se transforma em território circundante, dominado e explorado.

O movimento provocado pelas Cruzadas dá vazão ao crescimento das rotas comerciais, e a intensa atividade comercial, por sua vez, favorece o desenvolvimento das cidades. Por consequência da forte atividade comercial e do surgimento e crescimento das cidades, a estrutura da sociedade criada até aquele momento perde sua força. O comércio propicia o surgimento de novos grupos sociais nas cidades e, ainda na Idade Média, surgem os mercados modernos, que se disseminam pelo Ocidente e também formam maneiras menos arcaicas de negociação e troca (LEFÈBVRE, 1999).

Feiras e mercados públicos são estabelecidos nas áreas centrais das cidades, transformando-se em locais de encontro, acordos, contratos de negócios e festividades. Tais feiras e mercados sempre ocuparam lugar estratégico, visando aproveitar a concentração da circulação populacional, conforme Lefèbvre (1999), que afirma o quanto a centralidade é parte constitutiva essencial do fenômeno e da dinâmica urbana.

Até as últimas décadas do Século XVIII, o comércio sofre modificações, sendo caracterizado como espaço público, com lojas que eram pequenos módulos com fim específico de exposição e comercialização de mercadorias. Na Grécia, existem as *ágoras*, caracterizadas por seu formato retangular em “U” e utilização para feitiço de negócios e também para conversas e encontro público. Essas *ágoras* são espaços barulhentos, coloridos, com vários comerciantes falando alto e comumente próximos a uma fonte de água importante para a cidade. No Oriente

Médio, existe o *bazaar*, denominação de um local onde são expostas mercadorias e são essenciais para a sociedade islâmica.

O *bazaar* [...] é o coração da cidade islâmica, espaço público por excelência. [...] num *bazaar*, seus sentidos são assaltados por milhares de odores dos mais variados condimentos, seus ouvidos são preenchidos por burburinho que se completa por sons das ofertas anunciadas em alto e bom tom (VARGAS, 2001, p. 109).

No âmbito geográfico, a rua é entendida como local de circulação e moradia. Já, cotidianamente, as ruas constituem elemento imprescindível nas relações e ações sociais. A rua vai ganhando sentido e ritmo da vida cotidiana; são estabelecidas relações das mais variadas esferas, pois é o lugar da experiência, onde se instalam os conflitos sociais. A rua é o lugar onde o indivíduo e o coletivo mesclam-se, em um jogo de impressões e significados múltiplos, reveladores do conteúdo da vida na grande cidade. A rua também se instaura como lugar de mercado e de troca, como lugar de festa, de ato religioso, de identificação dos encontros e reencontros. No decurso do tempo-espaço, a rua ganha forma pela ação e transforma-se na resposta da metamorfose da sociedade urbana, impondo-se como modo de vida (CARLOS, 2007, p. 51-60).

Estudos sobre as ruas comerciais demonstram a necessidade eminente de entender a constante reinvenção da atividade comercial no espaço urbano; conforme Pintaudi (1999, p. 143-144), “a atividade comercial pertence à essência do urbano, e seu aprofundamento permite um melhor conhecimento desse espaço e da vida da cidade”. É pertinente que, antes de iniciar o processo de compreensão teórica do significado e do conteúdo das ruas comerciais, reflita-se sobre a conceituação de rua, simplesmente. Diversos são os conceitos sobre rua, mas o senso comum compartilha que é um lugar de encontro de pessoas, informação ou mercadorias. Trazendo uma abordagem filosófica, Lefèbvre (1999, p. 29) entende que a rua não se trata de um lugar de passagem e circulação, mas sim de um local de encontro, facilitando encontros em lugares determinados (cafés, teatros, salas diversas). Esses lugares são privilegiados, pois animam as ruas e são favorecidos por sua animação, ou não existem. Nela, efetua-se o movimento, a mistura, sem os quais não há vida urbana, mas sim separação, segregação estipulada e imobilizada.

2.6.2 Ruas de pedestres

A primeira rua intencional de que se tem notícia aparece em Khirokitia, Chipre, no ano 6.000 a. C. Larga, estreita, longa, com ou sem passeios, principal, secundária, estruturante, de trânsito rápido, de pedestres, nova, histórica, restrita, aberta... Desde então, a rua assume muitas funções e feições, mas Kostof (1992) e Jacobs (2011) afirmam que a legitimação da rua é sua condição de espaço público, lugar de ação coletiva e, portanto, o lócus da cidadania.

A rua é distinguida como um espaço essencialmente público que permite o acesso ao espaço privado do edifício de maneira direta – ruas tradicionais – ou indireta – ruas com jardins ou afastamentos. Seja larga ou estreita, curta ou comprida, os contornos da rua são definidos e limitados pelas propriedades às quais dá acesso.

Jacobs (2011) tem uma visão mais integrada do que é a rua, compreendendo o espaço de circulação viária, simultaneamente ao espaço social, ao espaço econômico e ao espaço político. A autora observa que as ruas têm muitas funções além da circulação. A primeira delas é a de prover, ainda que inconscientemente, a segurança pública aos moradores e aos estrangeiros, por meio do que ela chama de “olhos da rua”. As portas e janelas voltadas para o espaço público “vigiam e cuidam” do que acontece nas ruas: “[...] não podem estar com os fundos ou um lado morto para a rua, deixando-a cega” (JACOBS, 2011, p. 36).

Além disso, a rua pode conter muitas outras funções; algumas explícitas e outras nem tanto. Na obra de Jacobs (2011), são descritas as várias funções dedicadas à rua, como, por exemplo: 1) dar acesso aos lotes, sendo o espaço de transição do público para o privado; 2) ser suporte para o abastecimento e distribuição de mercadorias; 3) ser leito de distribuição e passagem de infraestrutura ou da canalização de águas pluviais; 4) ser “vitrine” das fachadas; 5) ser área de estar, com seus bares e restaurantes; 6) suportar a conhecida circulação de veículos e de pedestres; 7) propiciar o espaço para estacionamento de veículos; 8) propiciar o espaço de passeios, brincadeiras e manifestações.

Ao longo dos anos, a rua e outros espaços públicos passam por diversas transformações, seguindo as mudanças sociais, culturais e políticas, também refletidas nos hábitos da sociedade. No período entre as grandes guerras, aparecem

as primeiras ruas fechadas ao tráfego. São vias predominantemente de atividades comerciais, onde não é possível – em virtude da largura escassa – ou talvez não desejado o convívio entre carros e pedestres (MONHEIM, 2001).

2.6.3 Calçadas

A criação de espaços exclusivamente para pedestres e atividades comerciais e serviços nas cidades é parte da estratégia para equilibrar as mudanças sociais que incluem rupturas no tráfego de veículos e alterações dos hábitos de fazer compras (GOSLING; MAITLAND, 1984).

O projeto de fechamento das ruas comerciais é uma tentativa de conciliar padrões de crescimento econômico, renovando estruturalmente a área central das cidades para estimular competições de mercado. Na segunda metade do Século XX, são inúmeras as tentativas de reconstruir partes das áreas centrais, formando unidades urbanas coesas, a fim de estimular a atividade econômica.

Os primeiros registros de ruas de pedestres projetadas são: a Holstenstrasse, de Kiel, e a Kortumstrasse, de Bochum, ambas na Alemanha, em 1951. Logo após, em 1953, aparece a Lijnbaan, em Rotterdam, na Holanda. O empreendimento é um sucesso em termos comerciais, pois proporciona um centro de compras concentrado, adicionando novos elementos à vida da cidade e das pessoas, que se aglomeram para entretenimento ao longo da sua extensão (GOSLING; MAITLAND, 1984).

Em várias situações, a renovação e a reformulação das ruas comerciais iniciam-se com a proibição do tráfego de automóveis; depois, há inclusão de novos tipos de pavimentação, mobiliários urbanos adequados, arborização condizente. Isso é feito em 1974, na St. Joseph, com aproximadamente 600m, em Quebec, no Canadá, que foi considerada um grande sucesso (GOSLING; MAITLAND, 1984).

Nas últimas décadas, muitas ruas de pedestres são reformuladas e construídas ao redor do mundo. O modelo de ruas comerciais exclusivas para pedestres mais comum é o que se assemelha a um *shopping center*, sem cobertura nem administração central, com a adição de equipamentos para dar conforto e tornar o espaço mais agradável ao usuário, buscando sempre a renovação do centro

urbano. O sucesso das ruas de pedestres depende de uma série de fatores, principalmente a variedade de atrações que elas ofertam aos usuários, motivando o seu uso. Outra variante imprescindível para o sucesso é a acessibilidade disponibilizada, a qual deve conter tráfego fluente através de qualidade e quantidade de transporte público e também áreas de estacionamento para veículos (JACOBS, 2011).

As ruas de pedestres – no Brasil, também conhecidas popularmente como calçadas – são introduzidas na década de 1970, primeiro na cidade de Curitiba, em parte da Rua XV de Novembro, que passou a se chamar Rua das Flores, em virtude da quantidade de mobiliário urbano dedicado à arborização com flores. Depois, o exemplo de Curitiba é fortemente divulgado e repete-se em diversas outras cidades, como Londrina, Ponta Grossa, Florianópolis, São Paulo, Bauru, Rio de Janeiro e Juiz de Fora. Então, o conceito populariza-se entre muitas outras cidades brasileiras, dos mais diversos tamanhos (MACEDO, 1999, p. 44-47).

A cidade de São Paulo cria o maior calçadão do país, onde as vias se localizam na parte mais antiga da cidade, no local conhecido como Centro Velho (Distrito Sé) e Centro Novo (Distrito República). O calçadão paulistano possui espaços diferenciados, equipamentos urbanos, vegetação e um tratamento especial no piso, pois é um local de grande circulação de pessoas diariamente, em meio a praças, viadutos, largos, igrejas, monumentos e estações de metrô, conforme a Prefeitura Municipal de São Paulo.

Geralmente, os espaços criados para pedestres no Brasil são fechados para veículos, limitando-se sua circulação em áreas periféricas. Dentre os mobiliários usuais, é percebido um em particular, os quiosques comerciais, que visam ampliar ainda mais o comércio local (JANUZZI, 2000).

Os calçadas nas cidades brasileiras, além de buscar modernização e atenção às necessidades da sociedade, também são um modismo da gestão urbana, muitas vezes ligado à promoção política. Atualmente, esse cenário está modificado, e os calçadas voltam a ser importantes por sua valorização comercial, tendo o gerenciamento por parte do governo municipal e também do comércio local, através de entidades civis organizadas que atuam na sua manutenção, em todos os aspectos.

A criação de calçadas pode atender a diversos objetivos, tais como: diminuição do tráfego, melhoria do microclima, promoção das vendas de serviços e

do comércio, interação social, preservação de centros históricos, oferta de opções de lazer para os cidadãos, entre outros. Entre os objetivos econômicos, Harvey (2005) salienta a promoção da economia e do comércio, o estímulo ao pequeno comércio, o incremento da potência econômica local, a promoção da imagem e do turismo, o respaldo à economia da construção e ao funcionamento. É importante destacar que cada cidade possui características próprias e, por isso, análises específicas devem ser realizadas, procurando contemplar atributos e necessidades do local (HEYBEY, 1979, p. 33).

Diversas estratégias de recuperação de áreas centrais baseiam-se no conceito de uso exclusivo de pedestres nas principais ruas de compras, como se os problemas enfrentados pelo comércio estivessem relacionados à dificuldade de deslocamento a pé. O período entre 1957 e 1962 faz com que, aproximadamente, 50 cidades recuperem o comércio, fechando suas ruas para o uso exclusivo dos pedestres, processo que continua na década de 1970 (FRIEDEN; SAGALYN, 1991). Somente após alguns anos, descoberto o equívoco, muitas cidades, como Toledo, na Espanha, Boston e Seattle, nos Estados Unidos, reabrem as ruas e desconstroem as calçadas (VARGAS; CASTILHO, 2006, p. 20).

2.7 CENTROS COMERCIAIS ABERTOS

Elizagarate e Zorrilla (2004) trazem o conceito de que o comércio é fator importante para definir a saúde e o desenvolvimento de uma sociedade; além dos interessados em compras, ele atrai visitantes, novos investidores e turistas.

Centros comerciais envolvem o agrupamento e até a união de diversos tipos de estabelecimentos comerciais – independentes, mas geograficamente próximos –, conhecidos como Centros Comerciais Abertos (JIMENEZ, 2001).

As pesquisas realizadas mostram que o termo surgiu na Europa, na década de 1990. A Espanha é um importante difusor da ideia, e os centros comerciais abertos vêm dar resposta à crescente competitividade do varejo.

Os centros comerciais abertos são descritos como zonas urbanas de concentração e diversidade comercial, que compartilham espaços públicos de cultura e lazer, dotados de serviços comuns para promover o bem-estar aos

cidadãos consumidores. Inspirados pelos modelos norte-americanos e ingleses já descritos, têm como objetivo gerar o favoritismo por um setor comercial em um ambiente de competitividade e atrair um consumidor seletivo, individualista e hedonista (RODRIGUES, 2012).

Dentre os requisitos prévios que, reunidos, configuram um formato de centro comercial aberto, Díaz (2003) enaltece: 1) necessidade da existência de um número de comércios que possua identidade e tradição; 2) definição geográfica concreta; 3) diversificação da oferta de produtos e serviços; 4) elementos de atração de fluxo para os demais estabelecimentos; 5) vocação associativa com visão de gestão compartilhada; 6) adequação arquitetônica e urbanística dos estabelecimentos; 7) consolidação em torno de um eixo comercial principal, que represente significativamente tal centro comercial aberto.

Ainda na década de 1970, observa-se o surgimento de organizações de ruas inteiras ou distritos, com ênfase nos procedimentos de gestão, inaugurando um intenso relacionamento entre empreendedores, gestores urbanos, comissões de cidadãos e pequenos proprietários envolvidos com o centro (VARGAS; CASTILHO, 2006, p. 27).

No mundo contemporâneo, os centros comerciais abertos são parte integrante das vitrines urbanas e devem sintetizar a sua “boa e bela” imagem para garantir uma vantagem competitiva. Entretanto, toda a ação para melhorá-los, com essa visão competitiva, pode vir a fracassar, uma vez que existe a possibilidade de esses projetos serem reproduzidos rapidamente. Portanto, uma vantagem competitiva sustentável, através do desenvolvimento de um centro comercial aberto de sucesso, não pode ser apenas baseada em uma eficiência operacional ou em projetos inovadores, facilmente imitados ou superados (OMHOLT, 1998).

A melhoria da qualidade dos centros comerciais abertos e o aumento da sua atração externa devem ser construídos para e por seus cidadãos, com o propósito de que a real vantagem competitiva, baseada no alcance ou na diferença das ofertas, jamais possa ser reproduzida (HEYBEY, 1979). Aliás, a vantagem competitiva de uma cidade ultrapassa, sem dúvida, o sistema de atividades exclusivo dos centros comerciais abertos.

Existe pouca habilidade para compreender a situação estratégica dos centros comerciais abertos, desenvolver alternativas viáveis e calcular o valor do potencial criado por vários desenvolvimentos alternativos de caráter sistêmico que

ocorrem nos centros comerciais abertos. Ainda predominam a ausência de visão sistêmica em relação ao desenvolvimento urbano, a importância da presença de todos os agentes sociais e a desconsideração cada vez maior da interdependência entre as diversas atividades, baseadas em uma velha e ultrapassada lógica e semântica comerciais. Há, portanto, falta de racionalidade estratégica, que se traduz na forma como os atores locais enfrentam e compreendem os problemas (OMHOLT, 1998). O autor entende que essa crise de racionalidade estratégica manifesta-se quer no âmbito institucional, quer entre os diversos segmentos envolvidos, por meio de algumas práticas que se perpetuam ou pela deficiência nos procedimentos que se desconhecem e menosprezam.

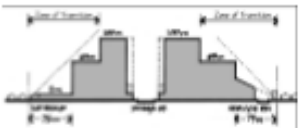
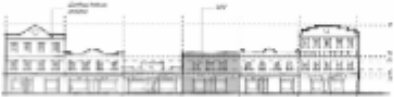
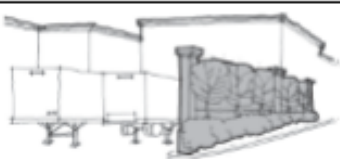
2.7.1 Configurações dos centros comerciais abertos

De acordo com Balsas (2000) e Seidman (2004), a grande maioria dos centros comerciais abertos tem sua configuração pela espontaneidade, por iniciativa da comunidade, constituindo-se através de lei e, quanto ao seu formato de desenvolvimento, estrutura-se em quatro grandes áreas principais, sendo as três primeiras de “abordagem organizacional” e a última de “abordagem física”:

- a) reestruturação econômica – visa ao fortalecimento da base econômica existente e à captação de novos recursos;
- b) organização – tem coordenação centralizada e promove consenso e cooperação entre os agentes envolvidos;
- c) promoção – das áreas comerciais, dos consumidores, dos potenciais investidores, dos residentes locais e visitantes;
- d) paisagem urbana – objetiva melhorar a aparência física da área comercial por meio da recuperação de edifícios históricos, apoiando novas construções e desenvolvendo regulamentos de gestão do espaço público e privado; dá-se por intervenções de acessibilidade, fachadas, comunicação visual, mobiliário urbano e paisagismo.

A fim de ilustrar a morfologia de áreas comerciais, segue o Quadro 6, que demonstra os *designs* comumente percebidos nos centros comerciais abertos. *Site Planning*, *Site Design* dizem respeito ao planejamento do local em arquitetura e

arquitetura paisagística, conforme tratado no quadro, e podem ser subdivididos em dez itens. *Height, Bulk, Scale* e *Massing* dizem respeito a altura, volume, escala e aglomeração de edificações das áreas comerciais. *Architectural Elements and Materials* são os elementos e materiais arquitetônicos que compõem a paisagem. *Pedestrian Environment* é o ambiente utilizado pelos pedestres dos centros urbanos e sobre ele, o quadro designa mais dez itens explicativos. *Landscaping*, que é o paisagismo do centro urbano, diz respeito a arborização urbana, qualificação de espaços públicos etc. O interessante desse quadro é que, além da indicação dos *designs*, ele expõe suas particularidades e exemplifica com imagens que favorecem a compreensão.

Tópicos	Conteúdo Geral	Exemplos
Site Planning Site design	1) adequação às características do local 2) compatibilidade com a paisagem da rua 3) visibilidade dos acessos 4) Atividades humanas 5) respeito às áreas adjacentes 6) transição residencial - comercial 7) espaços abertos residenciais e comerciais 8) estacionamentos e acessos de veículos 9) estacionamento frontal em ruas comerciais 10) esquinas	
Height, Bulk, Scale, Massing	1) adequação entre altura, volume e escala; 2) grandes edificações 3) fachadas 4) Adições 5) Forma dos telhados	
Architectural Elements and Materials	1) contexto arquitetônico 2) consistência e conceito 3) escala humana 4) materiais acabamento externo 5) acessos estacionamento	
Pedestrian Environment	1) acessos de pedestres e espaços abertos 2) muros cegos; de contenção 3) estacionamento junto à calçada 3) impactos visuais dos estacionamentos 4) utilitários e áreas de serviço 5) segurança 6) vielas e becos 7) propaganda / publicidade comercial 8) iluminação 9) transparência / clareza 10) transição residencial / comercial	
Landscaping	1) continuidades 2) amenização 3) arborização urbana 4) valorização e reforço paisagem local 5) qualificação de espaços públicos	

Quadro 7 – Morfologia de áreas comerciais urbanas

Fonte: Rodrigues (2012).

2.7.2 O comércio de proximidade

O comércio usual nos centros comerciais abertos é de proximidade, mais associado às práticas de negócio, de gestão e de atividades diárias menos modernas, mas não obsoletas. Para Barreta (2012, p. 71),

o comércio de proximidade terá de apostar nos clientes, e não tanto nos consumidores, isto é, o seu negócio deve ser trabalhado em prol do cliente-pessoa (único e conhecido), e não tanto do cliente-consumidor (mais um e, teoricamente, menos conhecido).

O tratamento personalizado para com o cliente, a simplicidade moderna dos estabelecimentos, o pequeno, mas suficiente, estoque de mercadorias e a pouca ausência de publicidade constituem características comuns às atividades de comércio de proximidade.

O comércio de proximidade [...] remete à proximidade para com o cliente, traduzida no conhecimento de suas necessidades e seus desejos, na relação próxima estabelecida entre as partes, extravasando a mera proximidade física. [...] O conceito de comércio de proximidade retrata o comércio que está próximo da sua procura, não só fisicamente, mas também, e principalmente, social, cultural, patrimonial e [...] comercial (Barreta, 2012, p.14).

Pela perspectiva de Santos (1997), a proximidade é de vital importância nas relações entre o comércio dos centros comerciais abertos e os clientes. A proximidade refere-se às relações, não apenas no sentido econômico, mas também à proximidade entre as pessoas num mesmo conjunto de pontos contínuos, vivendo com a mesma intensidade suas inter-relações e criando laços de identidade e de solidariedade. De acordo com Salgueiro (1996, p. 124), “Os pontos fortes do comércio nos centros comerciais abertos, em relação às grandes superfícies, são a proximidade a clientes, consumidores e qualidade do serviço prestado”. Esse tipo de configuração do comércio, sob a forma de ruas, é entendido como resultado da emergência das atividades terciárias e do próprio movimento de reprodução do capital, que repercute na dinamização do setor da economia popular urbana.

O comércio de proximidade é uma das explicações da teoria econômica adotada nesta dissertação: a Teoria da Análise dos Dois Circuitos, de Milton Santos, já explanada.

3 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

No capítulo anterior, fundamentação teórico-conceitual, foi apresentado estudo bibliográfico baseado em livros, artigos, dissertações, teses e diversos eventos relacionados aos temas de interesse.

O conjunto de procedimentos científicos proposto neste capítulo busca esclarecer os procedimentos utilizados para responder, de maneira satisfatória, à pergunta balizadora da pesquisa, a qual trata de analisar um centro comercial aberto na perspectiva de arranjos sociopolíticos locais.

Apresenta-se, pois, a base da metodologia utilizada na busca do objetivo geral, que é avaliar a configuração de um centro comercial aberto na perspectiva de arranjos sociopolíticos locais, e também dos objetivos específicos já declarados e apresentados.

Metodologia

Esta pesquisa adotou o método Estudo de Caso, por se tratar de um fenômeno contemporâneo, do tipo descritivo e exploratório, que visou retratar a Rua das Flores no seu contexto, permitindo compreender aspectos importantes do seu processo de transformação e, com base nisso, definir hipóteses para futuras pesquisas. Majoritariamente, utilizou-se a técnica qualitativa, pois envolveu fatores que não podem ser medidos numericamente.

Tanto métodos quanto técnicas de pesquisa adequaram-se ao problema a ser estudado e às hipóteses levantadas, ao tipo de informantes, às informações acessadas, dependendo do objeto da pesquisa, do tempo, do acesso aos dados, da equipe humana e de outros elementos da investigação. Nesta pesquisa, foram utilizadas diversas técnicas de pesquisa, sendo principalmente: 1) pesquisa bibliográfica, 2) pesquisa documental e 3) entrevista.

Antes de tal empreitada, foi explorado o potencial dos dados para se definir quais informações seriam reunidas a partir de registros coletados. As entrevistas garantiram, especialmente, o teor efetivo da contribuição para as conclusões da

problemática da pesquisa. Foram coletados dados em diversos âmbitos: 1) agentes públicos e privados, 2) artigos científicos, 3) comerciantes do centro comercial aberto, 4) documentos públicos históricos, 5) jornais, 6) legislação, 7) livros e 8) trabalhos acadêmicos.

Os principais dados foram extraídos da Junta Comercial do Paraná, Prefeitura Municipal de Curitiba, Fundação Cultural de Curitiba, Associação Comercial do Paraná (utilizando-se de informações advindas do Projeto Centro Vivo) e Assembleia Legislativa do Paraná. Os dados vieram de documentos físicos e entrevistas com gestores e de arquivos disponibilizados em meio digital, assim como de notícias em *sites*.

A análise de dados e conteúdo deu-se através de análise de conteúdo e análise estatística.

A unidade de observação foi a cidade de Curitiba-PR, com enfoque no centro comercial aberto compreendido pela Rua XV de Novembro, em seu trecho calçado para pedestres, compreendendo as quadras entre a Rua Presidente Farias e a Praça Osório, popularmente chamado de Rua das Flores.

O recorte temporal escolhido soma oito anos. Tal recorte foi escolhido para que houvesse possibilidade de pesquisar as políticas públicas instauradas e também de analisar a eficácia das mesmas ao longo dos anos seguintes (Quadro 8).

Prefeito	Início	Término	Observação
Carlos Alberto Richa	01/01/2005	31/12/2008	Prefeito eleito
Carlos Alberto Richa	01/01/2009	30/03/2010	Prefeito reeleito. Renunciou para se candidatar ao cargo de governador do Estado
Luciano Ducci	30/03/2010	31/12/2012	Vice-prefeito assumiu após a renúncia do titular

Quadro 8 – Mandatos dos prefeitos de Curitiba-PR

Fonte: A autora, 2016.

Por fim, o Quadro 9 demonstra o esquema de pesquisa que apresenta os problemas que buscam soluções através da pesquisa, os objetivos específicos, as justificativas, as variáveis de pesquisa, as técnicas de pesquisa e, inclusive, os artifícios utilizados para coleta e análise de dados.

Temas de pesquisa	Políticas públicas, Centros comerciais abertos, Gestão urbana.				
Pergunta	Como se configura um centro comercial aberto na perspectiva de arranjos sociopolíticos locais?				
Objetivo geral	Analisar a configuração do centro comercial aberto Rua das Flores sob a perspectiva dos arranjos sociopolíticos locais.				
Problemática	Justificativa	Objetivo Específico	Variáveis	Técnica de Pesquisa	Coleta de Dados
Fragilidade do entendimento dos conceitos e falta de dados para compreender a relação entre políticas públicas, configuração de centros comerciais abertos e ação de atores sociopolíticos.	Necessidade de construir fundamentos teórico-conceituais e categorias analíticas para avaliar o objeto estudado.	Construir referencial teórico que permita a relação entre políticas públicas e configuração dos centros comerciais abertos.	Políticas públicas urbanas. Centros comerciais abertos. Agentes sociopolíticos.	Pesquisa bibliográfica.	Livros. Artigos científicos. Trabalhos acadêmicos.
Compreensão da abordagem de centros comerciais abertos para operacionalização prática de políticas públicas sustentáveis de desenvolvimento local.	Possibilidade de desenvolver estudos sistemáticos e pautados especificamente na realidade do objeto	Realizar levantamento histórico documental das políticas públicas e iniciativas de agentes sociopolíticos voltadas ao centro comercial aberto.	Levantamento e tipificação das políticas públicas. Levantamento e tipificação das iniciativas de agentes privados.	Pesquisa documental. Entrevista.	Jornais. Legislação. Documentos públicos históricos. Agentes públicos e privados.
Modificação das ações práticas que favorecem o desenvolvimento socioeconômico dos centros comerciais abertos.	Embasamento para repensar as políticas públicas de manutenção, desenvolvimento e sustentabilidade local.	Avaliar a relevância das políticas públicas para a dinâmica econômica do centro comercial aberto Rua das Flores.	Dados de empresas locais. Formação de estruturas interorganizacionais e de política pública local.	Pesquisa documental. Entrevista.	Jornais. Legislação. Documentos públicos históricos. Agentes públicos e privados.
Alteração da dinâmica comercial e da morfologia dos centros comerciais abertos frente às novas possibilidades de consumo dos cidadãos.	Possibilidade para instrumentalizar práticas de agentes públicos e privados que dinamizem os centros comerciais abertos.	Analisar a atratividade, competitividade, sustentabilidade e os resultados obtidos de intervenções para a dinâmica econômica e a configuração do centro comercial aberto Rua das Flores.	Dinâmica comercial. Configuração morfológica do centro comercial aberto.	Pesquisa documental. Entrevista.	Jornais. Legislação. Documentos públicos históricos. Agentes públicos e privados.
Fatores que influenciam os centros comerciais abertos	Levantar argumentos que possibilitem debates consistentes acerca dos motivos que influenciaram a dinâmica do centro comercial aberto.	Identificar agentes que possam influenciar na alteração da dinâmica do centro comercial aberto Rua das Flores.	Verificação da atratividade, da competitividade e da sustentabilidade do centro comercial aberto.	Pesquisa documental. Entrevista.	Jornais. Legislação. Documentos públicos históricos. Agentes públicos e privados.

Quadro 9 – Esquema da pesquisa

Fonte: Autora, 2016.

4 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Este capítulo tem como objetivo apresentar o objeto de estudo da pesquisa. Resumidamente, serão trazidas informações sobre a cidade de Curitiba, sobre o bairro central da cidade – que abriga o seu centro urbano mais dinâmico – e, de maneira efetiva, sobre a Rua XV de Novembro, nascedouro do centro comercial aberto Rua das Flores.

Esta pesquisa deixa claro o protagonismo e a riqueza do objeto de estudo, auxiliando e facilitando a pesquisa sobre a configuração dos centros comerciais abertos.

4.1 CURITIBA E SEU BAIRRO CENTRAL

A cidade de Curitiba é a capital do Estado do Paraná, fundada aos 29 de março de 1693 (tendo atualmente 323 anos); naquele tempo, vivia-se sob a cultura da subsistência, com atividade econômica baseada na mineração. Logo após, a cidade vê-se em meio ao ciclo do tropeirismo, tornando-se importante entreposto comercial das invernadas tropeiras entre Viamão, no Rio Grande do Sul, e a Feira de Sorocaba, em São Paulo.

Desde a década de 1950, Curitiba expande-se devido ao grande movimento migratório vindo do interior do Paraná, e também de outras regiões do Brasil, o que resulta na forte industrialização das regiões periféricas da cidade e na modernização agrícola. É uma cidade acostumada com a expansão populacional e combina com um vertiginoso avanço demográfico dos municípios que lhe fazem fronteira (ULTRAMARI; MOURA, 1994).

Como tantas outras cidades, é através do seu posicionamento geográfico e da necessidade dos tropeiros de descansar, abrigar-se do frio e de fazer negócios, que Curitiba tem suas atividades comerciais iniciadas. A capital é a maior e principal cidade de um conjunto de 29 que formam a Região metropolitana, abrigando 3,2 milhões de habitantes. Curitiba em si tem área de 436 km², com aproximadamente 1,8 milhões de habitantes divididos em 75 bairros (IBGE, 2017).

Considerando-se o Produto Interno Bruto (PIB) do país, dados demonstram que Curitiba é detentora do quarto lugar, correspondendo a um montante de R\$ 78.892.226,00, tendo o PIB *per capita* de R\$ 42.314,71 (IBGE, 2017).

Novamente, de acordo com o IBGE, em 2012 a cidade abriga 103.211 empresas e estabelecimentos comerciais atuantes e 780.390 trabalhadores. A principal fonte econômica está centrada no setor terciário, com seus diversos segmentos de comércio e prestação de serviços de várias áreas, como educação e saúde. Em seguida, destaca-se o setor secundário, com complexos industriais de grande porte.

Com o passar do tempo, as áreas centrais das grandes cidades brasileiras vivem processos urbanos distintos, assim como “polarizaram ou ainda polarizam fluxos e funções que foram ou são determinantes na definição de seus significados cultural e simbólico e na consolidação da dinâmica e organização urbanas” (JACOBS, 2000, p. 32). Em se tratando de bairros centrais, o uso desse solo é aliado ao fortalecimento do uso comercial e de serviços, percebendo-se que ele não apresenta dinâmica urbana com grande diferenciação, quando são analisados horários e dias da semana, uma vez que o uso é, prioritariamente, comercial e de serviços.

Estudiosos do tema discutem sobre questões que abrangem a apropriação e a sociabilidade dos cidadãos nos espaços centrais públicos urbanos e a urgente necessidade de recuperação da multifuncionalidade dessas áreas.

Jacobs (2000) aponta para a necessidade da existência de um número mínimo de estabelecimentos comerciais em uma rua, de maneira a propiciar a atração de pedestres nos trechos que não há espaços livres, por exemplo; tal fato corrobora a ideia da multiplicidade de usos nos espaços. A autora acredita que deve existir o incentivo daquela que se apresenta como uma das principais características inerentes a uma formação urbana: a diversidade. Dessa maneira, as áreas urbanas centrais regidas pela diversidade tornam-se mais aprazíveis ao caminhar, bem como contribuem para a conformação de paisagens urbanas. No entanto, em oposição, áreas compostas por usos únicos apresentam maiores probabilidades de se transformarem em bairros decadentes; para a autora, “a estrutura real das cidades consiste na combinação de usos, e nós nos aproximamos de seus segredos estruturais quando lidamos com as condições que geram a diversidade” (JACOBS, 2000, p. 17).

A capital do Paraná destaca-se por ter a economia mais forte do sul do país. Também foi eleita várias vezes como "A melhor Cidade Brasileira Para Negócios", segundo *ranking* elaborado pela revista Exame, em parceria com a consultoria Simonsen & Associados, segundo o jornal O Estado do Paraná (2012).

Curitiba também concentra a maior porção da estrutura governamental e de serviços públicos do Estado e sedia importantes empresas nos setores de comércio, serviços e finanças. A Revista Veja, segundo seu Guia 2007 (VEJA, 2006) expõe que a Região metropolitana de Curitiba atraiu grandes empresas, tais como: Exxon Mobil, Elma Chips, Sadia, Kraft Foods, Siemens, Johnson Controls e HSBC (atual Bradesco), assim como grandes empresas locais: O Boticário, Positivo Informática e GVT, por exemplo. Além de centro comercial e cultural, a cidade possui um importante e diversificado parque industrial, incluindo um dos maiores polos automotivos do país e o principal terminal aeroviário internacional da região Sul, o Aeroporto Internacional Afonso Pena. Ou seja, Curitiba é uma cidade que favorece o comércio em suas diversas formas, e também os centros comerciais abertos.

O Sindicato dos Empregados no Comércio de Curitiba (SINDICOM, 2016) representa e defende a classe comerciária de Curitiba e de outras duas cidades em ações sindicais. Esse sindicato destaca as microempresas. No *ranking* brasileiro da formalização de microempreendedores individuais, Curitiba figura no primeiro posto entre as cidades do Paraná e do Sul do Brasil. A área central concentra uma parcela bastante expressiva do comércio e dos serviços, destacando-se pelo comércio popular, com cabeleireiros, comércio varejista de vestuário e acessórios, lojas de variedades e comércio popular (ambulantes), artesãos e fornecimento de alimentos para consumo domiciliar.

Este trabalho não objetiva discutir a específica área central da cidade de Curitiba (Figura 4); entretanto, acredita-se necessário introduzir diversos aspectos da cidade e do bairro, os preceitos e a importância desse cenário para, posteriormente, apresentar o objeto de estudo.

Assim, para fortalecer a análise e vislumbrar como os centros comerciais atraem pessoas da cidade de Curitiba e arredores, desenvolvendo potencialidades de mudanças positivas, escolheu-se para estudo o calçadão da Rua XV de Novembro – Rua das Flores ou Calçadão da XV –, nas várias nomenclaturas como esse trecho pode ser conhecido.

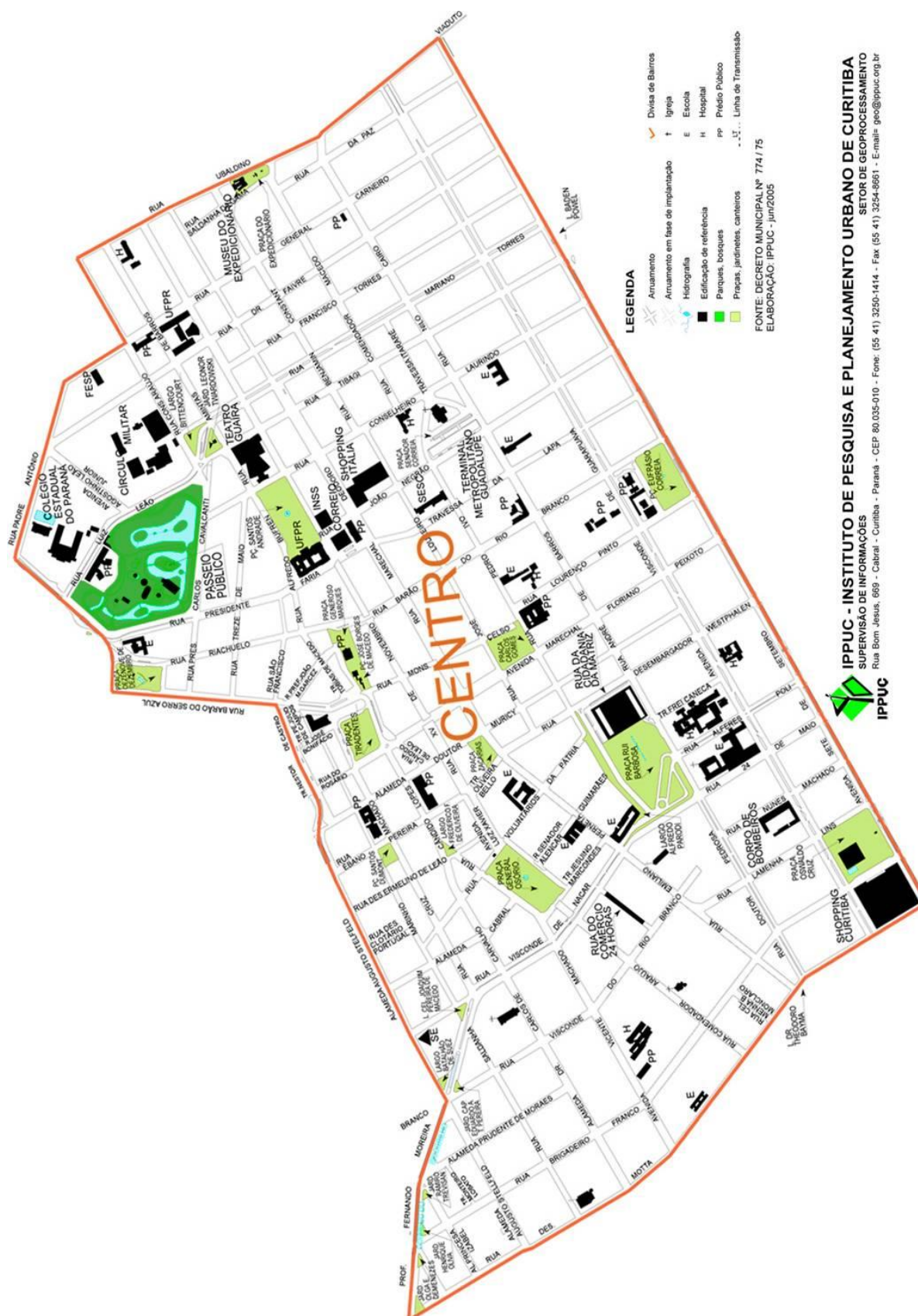


Figura 4 – Bairro central da cidade de Curitiba
Fonte: IPPUC (CURITIBA, 2016).

4.1.1 Rua XV de Novembro e sua rua de pedestres

Localizada no centro de Curitiba, a Rua XV de Novembro tem grande relevância para o comércio municipal. Fenianos (2003) traz à luz que a Rua XV de Novembro era inicialmente chamada de Rua da Imperatriz; por conta da Proclamação da República do Brasil, em 1889, tem seu nome modificado, passando a se chamar Rua XV de Novembro, como forma de homenagem à data. Em virtude da sua importância, é palco de grandes eventos e concentração das atividades comerciais da cidade e tem sua forma alterada por diversas vezes. Desde a sua criação, por ter um amplo espaço aberto, facilita e concentra a circulação das pessoas, sendo facilmente reconhecida como ponto de encontro. Também se apresenta como espaço de consumo, através de atividades comerciais, debates políticos, manifestações artísticas e culturais.

Em 1972, o trajeto entre a Praça Osório até a esquina com a Rua Presidente Faria é transformado em espaço destinado exclusivamente para pedestres (Figura 5), configurando-se como experiência inovadora no país, marca da revolução urbanística na época, na cidade de Curitiba e, portanto, como modelo para diversas outras cidades desde então (PARANÁ, 2016).

Executado durante a primeira gestão do, então, Prefeito Jaime Lerner, arquiteto e urbanista, à frente da Prefeitura de Curitiba, o calçamento cunha-se como exemplo de um projeto de intervenção que prioriza o pedestre e o espaço público, pensado exclusivamente para o homem e sua socialização.

Apesar de, na época, proliferarem as críticas contrárias à intervenção – principalmente advindas dos comerciantes locais –, há que se dizer que a iniciativa revela-se um marco em um novo modo de conceber o espaço urbano.

Ainda lembro de que, ao divulgar o projeto, a reação dos comerciantes foi contrária e muito forte. Sabíamos que a ideia era de difícil execução, pois a obra poderia ser interrompida por demandas judiciais. Era imperioso que o trabalho fosse rápido, muito rápido. [...] consegui um acordo para um prazo de 72 horas. Começaríamos numa sexta-feira à noite e entregaríamos a obra à população na segunda-feira à noite. Caso o povo não aprovasse a mudança, sempre poderíamos restabelecer o que havia antes, mas era necessário que a população visse a obra completa. E assim foi feito. No dia seguinte à inauguração, um dos comerciantes que encabeçavam um abaixo-assinado contra o projeto apresentou-me um novo pedido: que as obras continuassem e abrangessem mais regiões (LERNER, 2005, p. 104).



Figura 5 – Obra de execução do calçadão da Rua XV de Novembro em 1972
Fonte: Paraná, 2016.

A obra que, em seu início, configura-se como iniciativa que traz aspectos positivos ao contexto local no que tange à humanização e à socialização da rua, também fortalece o uso comercial naquela área, perdurando ainda nos dias atuais, a exemplo do que ocorre no restante do bairro.

4.1.2 Rua das Flores

O trecho da rua, conhecido popularmente como Rua das Flores, tem aproximadamente 800m (Figura 6) e é marca do que tem sido escolhido, há diversos anos, como cenário para o estabelecimento físico de muitas empresas comerciais e empresas prestadoras de serviços, fortalecendo a importante atividade comercial. Além disso, o calçadão também é cenário de relevantes apresentações artísticas e festividades protagonizadas além do horário comercial, que atraem pessoas advindas de toda a cidade de Curitiba e Região metropolitana, bem como turistas vindos de vários locais. Iniciativas com esse caráter, apesar de promoverem a atração de pessoas somente nos horários a elas inerentes, mostram a grande relevância de um espaço público urbano como palco para atividades comerciais, manifestações e encontro de diversidades individuais.

Em dias atuais, a Rua das Flores faz parte da imagem da cidade de Curitiba e é caracterizada por um grande número de estabelecimentos com atividades comerciais e intenso fluxo de transeuntes – um efetivo Centro Comercial Aberto.

Segundo a Revista do Comércio (ACP, 2015, p. 9), o calçadão recebe aproximadamente 150.000 pessoas por dia e, desde sua criação, é uma das ruas mais significativas no comércio da cidade, além, é claro, de ser um cartão postal devido à sua beleza.

Após ser fechada para o tráfego de veículos e transformar-se em um calçadão, a Rua das Flores recebe mobiliário que atende aos pedestres: floreiras, luminárias, bancos e outros equipamentos. Os pedestres podem descansar, passear e fazer compras, estando o comércio, os bares e os restaurantes espalhados pela rua; além disso, o movimento noturno é também intensificado.

Vem sendo como um dos principais cartões postais da cidade que desejava se “humanizar”, a Rua das Flores sofre revitalização, ganhando redes subterrâneas de água, energia elétrica e esgoto. A rede de telefonia também é refeita, e as quadras entre as ruas Dr. Muricy e Marechal Floriano Peixoto recebem um jardim com uma fonte e vários canteiros de flores. Também é instalada rede de câmeras de monitoramento em vídeo, em virtude de intensa movimentação em horário comercial e pouca ocupação residencial (DUARTE; GUINSKI, 2003).

Na Revista do Comércio, em 2007, o arquiteto e urbanista Abrão Assad, autor do projeto do Calçadão das Flores em 1971 e da reforma feita em 2000, explica:

Cada uma das 140 mil pessoas que passam diariamente pelos 800 metros de extensão do calçadão da Rua XV de Novembro, com 30 metros em seu ponto mais largo, andam ao lado de 156 postes em estilo republicano, 176 floreiras, 120 bancos e 14 quiosques, um espelho d'água com chafariz no trecho entre a Marechal Floriano Peixoto e a Dr. Muricy. Esse mobiliário foi desenvolvido para melhorar o processo de pedestrinização da rua e minimizar as obstruções (ACP, 2007, p. 13).

Por meio de intervenções, visualiza-se que, para que um espaço urbano transforme-se em um espaço verdadeiramente social, é imprescindível o elemento humano, que confere ao espaço uma dinamicidade própria. Contudo, para que a multidão não se dissipe quando os espetáculos artísticos terminam, mas continue a participar daquele outro espetáculo, ainda mais necessário – o espetáculo cotidiano das ruas e a atividade comercial –, é necessária a configuração de espaços que também sejam conformados, principalmente, pela tão salutar presença do restante da população no maior período possível.

Em 2012, a Associação Comercial do Paraná publicou uma matéria, em sua Revista do Comércio, que tratava especificamente da Rua das Flores. Seguem algumas opiniões de grandes lojistas naquela época:

O calçadão da Rua das Flores é referência em comércio de rua da capital paranaense, e este foi o motivo da escolha de Lojas Coppel para abrir a primeira sede do Brasil. A Rua das Flores é um ponto comercial muito atrativo pela boa localização e por atingir um grande fluxo de pessoas, o que nos permitiu termos clientes de diferentes localizações da cidade (Juliana Lago, Gerente de Marketing de Lojas Coppel). (ACP, 2012, p. 14).

A Rua das Flores significa movimento, atualidade e, naturalmente, venda. As pessoas que por ela passam são das mais diversas culturas e classes sociais. Esses atributos geram um potencial muito grande, que é fundamental para o comércio curitibano. (Luiz Henrique Linhares, Gerente Comercial da Rede Omar Calçados). (ACP, 2012, p. 15).

A Rua das Flores conta com suas peculiaridades, como os artistas de rua, diversas opções de alimentação e várias lojas com preços e produtos variados, que são encontrados somente nela (Lilian Miranda, sócia proprietária da rede Prata Fina). (ACP, 2012, p. 16).

Apesar dos atrativos dessa rua tão importante, tanto pela sua história como pelo lazer e, principalmente, pelo forte comércio, nem tudo está indo tão bem:

Existe um desleixo com a rua. Alguém deveria cuidar disso, rever a maneira como ela está. Era necessária uma revitalização. Em sua opinião era necessário investir em um comércio de qualidade, como o que havia antigamente, opinião compartilhada por diversos comerciantes mais antigos, que viveram o auge da rua (Salomão Woller, comerciante local e proprietário da Joalheria Woller) (ACP, 2012, p. 17).

Tais depoimentos trazem à tona o quanto a Rua das Flores foi representativa comercialmente, ao ponto de os lojistas depositarem grandes esperanças de prosperidade; em contra partida, havia lojistas insatisfeitos com o estado do calçadão, relembrando seus áureos tempos.

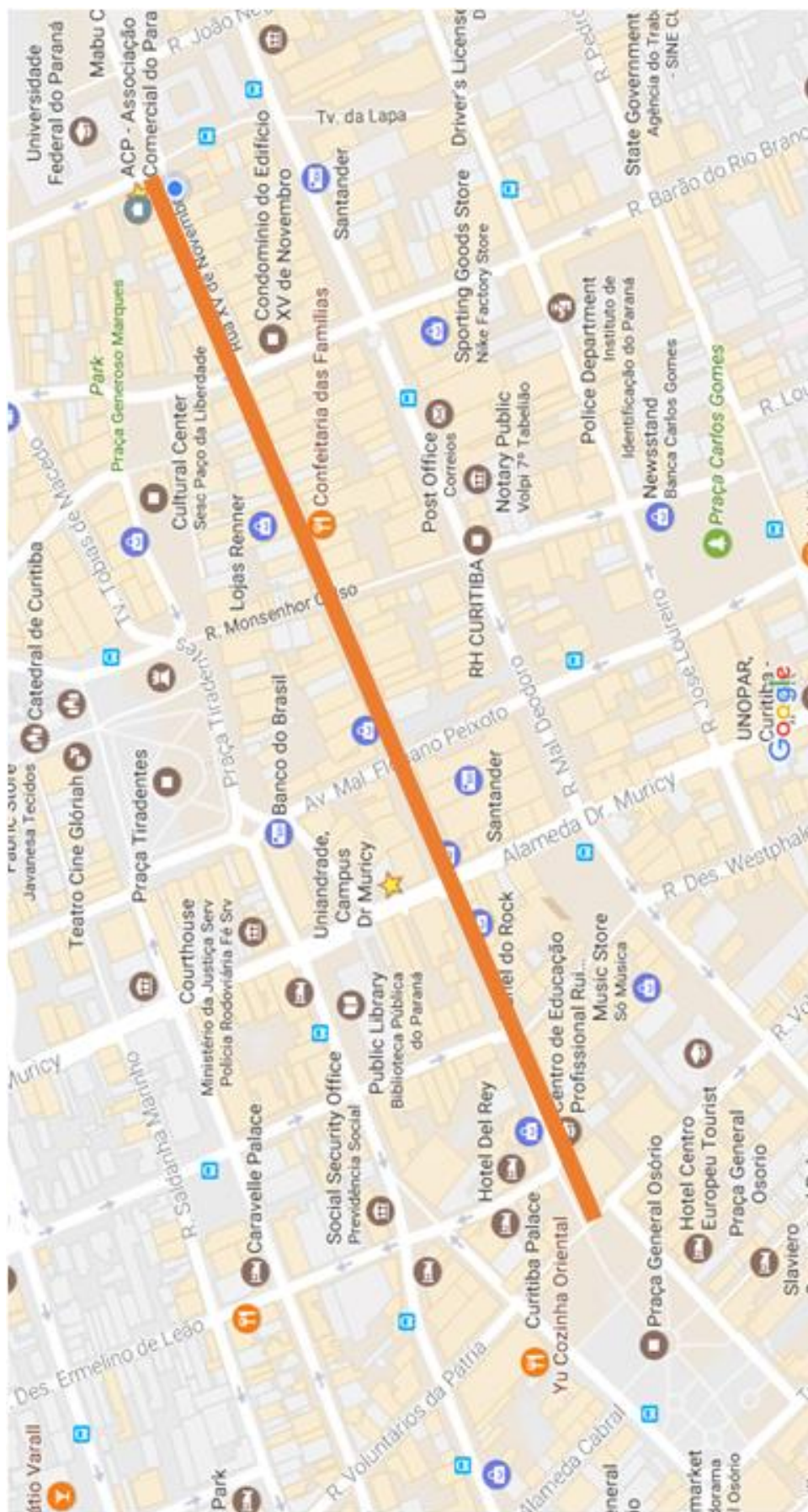


Figura 6 – Mapa atual, indicando o calçadão da Rua das Flores
Fonte: Google Maps (2016).

5 DADOS E ANÁLISE DE RESULTADOS

Este capítulo objetiva apresentar os dados levantados ao longo da pesquisa, com o intuito de analisá-los e atender ao objetivo geral e aos objetivos específicos definidos para este trabalho.

Será demonstrado o levantamento histórico documental das iniciativas dos agentes no Centro Comercial Aberto e os dados das empresas que foram constituídas e encerradas entre 2005 e 2012, dando possibilidades de avaliar o desenvolvimento socioeconômico do objeto. Sendo assim, é possível analisar as ações e políticas públicas instauradas e a sua efetividade, além de identificar os fatores que influenciaram a alteração da dinâmica da Rua das Flores.

Todos os levantamentos, dados, informações, avaliações, análises e identificações serão feitas à luz da fundamentação teórica apresentada.

5.1 POLÍTICAS PÚBLICAS EFETUADAS NA RUA DAS FLORES

Na pesquisa, foram citadas ações instauradas na Rua das Flores, pelos mais diversos agentes, durante os governos dos Prefeitos Beto Richa e Luciano Ducci. Tais dados foram levantados nos arquivos da Prefeitura Municipal de Curitiba, da Fundação Cultural de Curitiba, do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, da Assembleia Legislativa do Paraná, da Junta Comercial do Paraná e da Associação Comercial do Paraná.

Serão apresentados detalhes das ações no período que vai do início de 2005 ao término de 2012 – representativos quanto ao favorecimento do comércio e, conseqüentemente, da dinâmica econômica. A seguir, serão discutidas externalidades outras que não foram consideradas.

5.1.1 Ações instauradas

Muitas informações podem ser extraídas e analisadas do Quadro geral das ações instauradas (Apêndice A), o qual traz 108 ações instauradas em oito anos.

Nos primeiros cinco anos, houve 76 ações; dessas, 51 favoreceram a Rua das Flores, sendo que 22 visaram favorecer especificamente o comércio. Nos três anos seguintes, houve 32 ações; dessas, 29 favoreceram o calçadão e 4 visaram favorecer o comércio. Proporcionalmente, houve mais políticas públicas instauradas nos 5 primeiros anos, talvez pelo relacionamento estreito criado entre os diversos agentes sociopolíticos e pela afeição dos agentes e da população por crescimento e desenvolvimento.

Ano	Número total de ações	Rua das Flores como principal favorecida	Ações favorecedoras do comércio	Demais ações
2005	25	11	10	4
2006	17	13	4	-
2007	15	12	3	-
2008	9	6	3	-
2009	10	9	2	-
Parcial	76	51	22	3
2010	8	6	1	1
2011	9	8	2	-
2012	15	15	2	-
Parcial	32	29	4	-
Total	108	80	27	1

Quadro 10 – Compilação de números de ações instauradas
Fonte: Autora, 2017.

No Quadro 10, verifica-se que tanto o número de ações anuais quanto o número de ações que favorecem especificamente o comércio vão diminuindo ano após ano e, conseqüentemente, esses números farão diferença no desenvolvimento econômico do centro comercial aberto calçadão Rua das Flores.

Conforme dados levantados (Anexo 1), 80 ações favoreceram o calçadão da Rua das Flores como um todo; 17 ações no calçadão favoreceram o Centro Comercial de Curitiba; 9 ações favoreceram o município de Curitiba; uma ação atingiu o Estado do Paraná; uma favoreceu o Comércio Internacional. Mesmo que o

maior número favoreça direta e indiretamente o calçadão Rua das Flores, ainda é um número baixo (10 ações anualmente) quando se confronta tal informação com o grande número de pessoas que pode ser abrangida (150 mil frequentam o local diariamente) e a importância histórica e econômica do local. Por outro lado, deve-se levar em consideração que as 10 ações anuais favoreceram também a atração de pessoas para o objeto estudado.

Considerando que houve grandes transformações das políticas públicas instauradas na Rua das Flores, surgem diversas questões que, embora ainda estejam em processo de aprendizado, propõem arranjos institucionais com desenhos que aprimoram e criam novos espaços para a participação de todos, com o intuito de desenvolver formas de relações frutíferas. Cabe também ressaltar a importância do envolvimento da sociedade – que é o público-alvo afetado pelas políticas –, o que demanda articulação entre as áreas para planejar, executar e controlar as políticas públicas.

5.1.2 Objetivos das ações instauradas

As ações instauradas permitem verificar os objetivos de cada governante, e isso facilitou a verificação de que algumas tinham apenas um objetivo: por exemplo, trazer mais Lazer aos transeuntes; outras, no entanto, tinham múltiplos objetivos, tais como aliar Comércio, Educação, Cultura e Mobilidade.

A Figura 8 demonstra o número de vezes que cada tema foi objeto de ações; percebe-se, pois, que os quatro objetivos mais efetuados foram: Lazer – 31 ações; Comércio – 27 ações; Cultura – 27 ações; Educação – 25 ações.

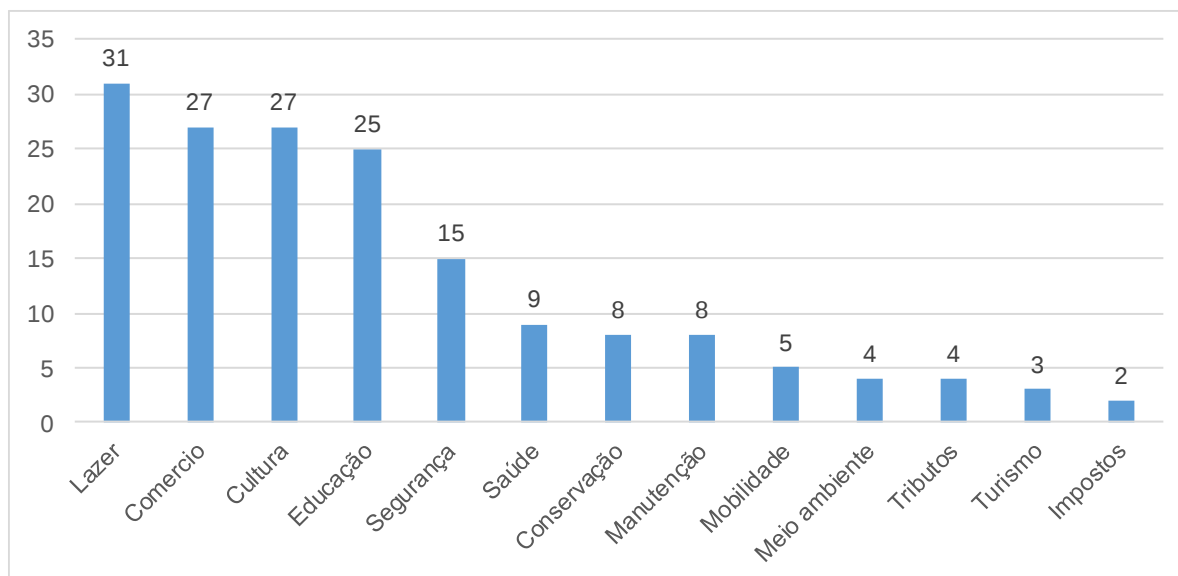


Figura 7 – Quantidade de temas objetos das ações
Fonte: Autora, 2017.

A Rua das Flores é um local público e exclusivo para pedestres, que atrai a sociedade para todo o tipo de atividade; assim, é esperado que Lazer, Cultura e Educação tenham sido objetivos também cotados. A população tende a ser atraída por ações desses três tipos e torna-se ainda mais seduzida quando elas são ofertadas de forma gratuita, contemplando todas as faixas etárias – o que foi o caso das ações levantadas. Além disso, também se verifica que a Fundação Cultural de Curitiba e a Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Juventude foram de grande valia em iniciativa e apoio a esses três objetivos.

O Comércio merece análise mais acurada, já que tal objetivo ganhou notoriedade em virtude de a Rua das Flores também acumular a função de centro comercial aberto. A média de ações com tal objetivo é de aproximadamente 3,5 por ano, sendo que todas foram iniciativas de agentes não públicos e com objetivo unitário. As entidades privadas e institucionais foram responsáveis por elas e destacam-se as iniciativas do Centro Vivo, um projeto da Associação Comercial do Paraná.

Ao analisar os dados, percebe-se que existem ações com objetivo unitário e com objetivos múltiplos. Entre as 108 ações, 44 ações tinham objetivos unitários, e a direção mais expressiva foi relativa ao Comércio – 13; em segundo lugar, foi relativa à Segurança – 10; seguida pelo Lazer – 8. As 64 ações restantes tiveram 142 objetivos múltiplos, o que mostra uma média de mais de dois objetivos por ação. Tais números demonstram as principais preocupações dos diversos agentes

envolvidos no período. Os 12 demais objetivos (Figura 8) têm média anual de, aproximadamente, cinco ações, demonstrando a superioridade dos primeiros quatro (Lazer, Comércio, Cultura e Educação).

Também é necessário ressaltar que os objetivos discutidos estão diretamente ligados às sete possíveis origens de motivações que conduzem a intervenções em centros urbanos apresentados por Vargas e Castilho (2006): 1) Referência e identidade; 2) História urbana, 3) Sociabilidade e diversidade; 4) Infraestrutura existente; 5) Mudanças nos padrões sociodemográficos; 6) Deslocamentos pendulares; 7) Distribuição e abastecimento. Ainda fica claro que, ao analisar as origens da Figura 8, entende-se que, de acordo com as motivações, diversos tipos de interesses da sociedade podem ser contemplados, além de valorizar os agentes.

As consequências práticas das ações de políticas públicas instauradas no local foram efetivamente percebidas pelo público frequentador após o recorte de estudo, ou seja, a partir de 2013, e pesquisas demonstram que o número de incidentes relacionados à segurança pública diminuiu, o fluxo de pessoas aumentou e as empresas voltaram a investir nos seus comércios.

Tais políticas públicas desenvolvidas com os mais diversos objetivos possibilitam relacionar o interesse governamental em demonstrar de maneira prática a importância que esse tipo de iniciativa tem e, também, esclarecer que a Governança Urbana é sinônimo de retomada do potencial democrático, pois esta nasce exatamente de intervenção e participação de agentes e do Estado, em diferentes níveis, em busca de arranjos cooperativos não predatórios. Ou seja, fica claro que o Governo deu possibilidades para que a política pública acontecesse, através de união e participação das organizações e da sociedade.

5.1.3 Agentes sociopolíticos

Os agentes talvez sejam os protagonistas das ações quando se avaliam todos os esforços envolvidos para que elas aconteçam; no Apêndice B – Compilação do número de ações instauradas, são apresentados os agentes, cujos papéis nas ações levantadas serão posteriormente avaliados.

Ao todo, foram 114 entidades que, de alguma maneira, idealizaram, apoiaram, patrocinaram ou permitiram que as ações fossem realizadas. São 41 entidades públicas, 46 entidades privadas e 27 entidades institucionais (federações, associações, organizações não governamentais, sindicatos, institutos, instituições de ensino etc.). O número que causou surpresa foi exatamente a quantidade de Entidades privadas envolvidas, superior às públicas e institucionais. Esse número permite refletir sobre o quanto a iniciativa privada investe em recursos, a fim de desenvolver ou apoiar ações, talvez na tentativa de demonstrar sua preocupação para que a Rua das Flores se desenvolva, nos mais diversos quesitos.

Também se verifica que, embora em menor número, os agentes institucionais são cada vez mais responsáveis pelas iniciativas e ações. Após idealizar as ações, costumam solicitar patrocínio ou criar parcerias com entidades privadas e recebem apoio (e/ou permissão) das entidades públicas.

Na pesquisa, conforme Figura 9, a entidade institucional que se destacou sobremaneira, novamente, foi a Associação Comercial do Paraná, envolvida em 62 ações. Entre as entidades públicas, o destaque é para a Prefeitura Municipal de Curitiba – 26 ações, Fundação Cultural de Curitiba – 15 ações, Fundação de Ação Social – 9 ações, Guarda Municipal – 7 ações e Defesa Social – 7 ações. Os envolvimento mais atuantes entre Entidades Privadas foram HSBC – 9 ações e Universidade Tuiuti – 4 ações.

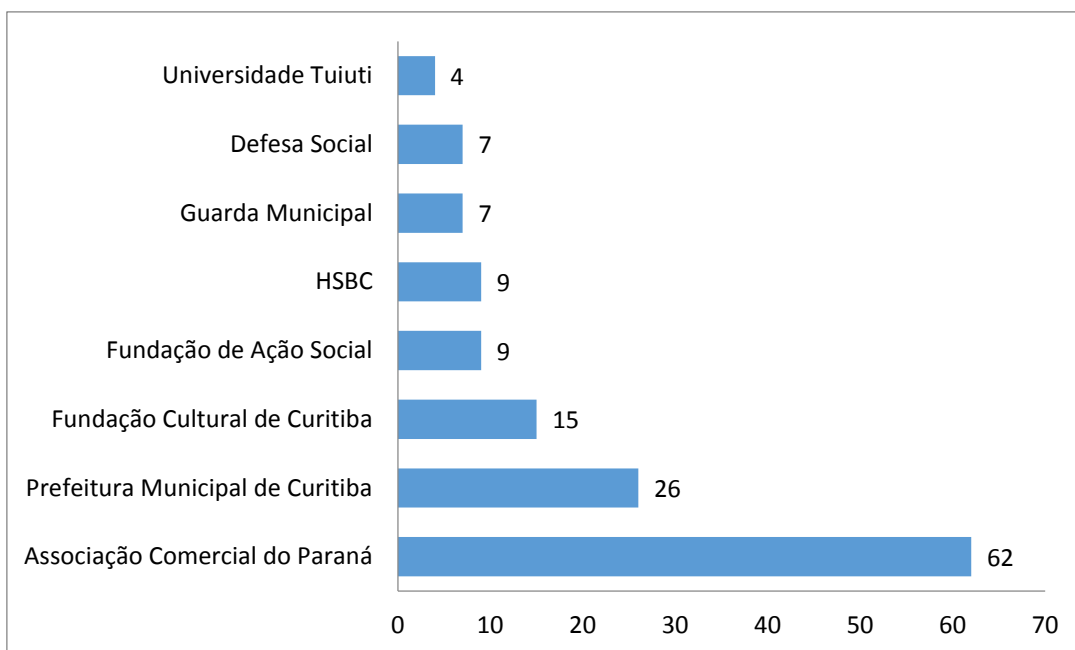


Figura 8 – Entidades mais envolvidas em Políticas Públicas
Fonte: Autora, 2017.

As ações mais relevantes ao comércio na Rua das Flores foram as Campanhas de Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia das Crianças e Natal. Também se destacam as ações intituladas Portas Abertas, que negociaram e permitiram que os lojistas do calçadão abrissem suas portas aos consumidores nos domingos, dia em que, tradicionalmente, o comércio formal não funciona. Essas ações foram idealizadas pela ACP e operacionalizadas com a ajuda de outros agentes.

A Governança trata de deixar a sociedade gerir-se da forma mais flexível possível, segundo suas próprias características, utilizando-se de diversos mecanismos participativos e tornando-se catalisadora de forças econômicas e sociais. Foi exatamente essa a análise desenvolvida quando se percebe a quantidade e a variedade de agentes sociopolíticos envolvidos nas políticas públicas instauradas. Existe a interpretação de que as instituições participativas têm se valido da tradição da análise de políticas públicas, enquanto os estudos das ações coletivas orientam-se pelos movimentos sociais.

5.1.4 Projeto Centro Vivo

Em 2013, após reivindicações dos comerciantes, preocupados com a deterioração do complexo urbanístico do centro da cidade e suas consequências, tanto para a comunidade como para o desenvolvimento de seus negócios, nasceu o Centro Vivo, que é a mais expressiva estrutura interorganizacional de Curitiba – criada para ser agente sociopolítica. Surge da necessidade de parcerias para efetivar políticas públicas que favorecerão a sociedade como um todo. É um projeto da ACP, tendo sido adotado e respaldado por toda a comunidade, transformando-se em um grande programa de responsabilidade social.

A Revista Centro Vivo, de novembro de 2006, conceitua Centro Vivo como:

[...] uma ação inovadora da Associação Comercial do Paraná, que foi criada com intuito de garantir o contínuo desenvolvimento do centro da cidade de Curitiba por meio da implantação de um grande Condomínio Comercial, Turístico e Cultural, fruto das parcerias formadas por Entidades de Classe, Associação, Poder Público Municipal e Estadual, Sistema Educacional e Iniciativa Privada (ACP, 2006, p. 11).

Para proporcionar nova vida ao centro, região plena de ícones históricos e de significados, parcerias com o poder público e com a iniciativa privada eram fundamentais. O importante era, quando da criação do Centro Vivo, estimular a exploração do potencial econômico, cultural e turístico da região e, com isso, incentivar o empreendedorismo tanto com a melhoria do comércio instalado, quanto com a abertura de empresas, inclusive de serviços, com potencial para aumentar a movimentação do setor e proporcionar novos postos de trabalho e geração de renda. O centro comercial aberto Rua das Flores, que possui grande diversificação comercial, passou a ser mais bem equipado urbanisticamente (transportes, iluminação, restauro de mobiliário, melhoria de infraestrutura em geral etc.).

O objetivo principal do Projeto Centro Vivo era auxiliar no desenvolvimento de toda a área do comércio central de Curitiba e, como é perceptível através da pesquisa, a atuação desse projeto na Rua das Flores foi expressiva.

Dessa premissa, entende-se que os novos arranjos exigem a superação do modelo de provisão do Estado como modelo único e apontam para a necessidade de criação de projetos como o Centro Vivo, que reúnam diversos agentes – da

sociedade civil e do setor privado –, envolvendo articulações intersetoriais e intergovernamentais para garantir o avanço da qualidade do serviço prestado, pela ação do Estado, no centro comercial aberto Rua das Flores. Toda formulação de programas, projetos ou ações que, de certa maneira, envolvem a esfera governamental demanda articulações complexas de mobilização dos agentes envolvidos; a fim de que estes não sejam apenas executores de uma política elaborada de maneira centralizada, é imprescindível a provisão de atividades e também recursos aos executores. Essa articulação de múltiplos níveis de formulação e implementação de ações é condição essencial.

Só a compreensão da real importância dos arranjos favorece a relação entre instituições e organizações, dando forma a políticas públicas, alianças e estratégias dos grupos de interesse, que foi exatamente o que ocorreu na reivindicação da criação do Centro Vivo junto à Associação Comercial do Paraná.

5.1.5 Transformação de políticas públicas em leis

Como discutido na fundamentação teórica, a política pública, comumente referida no plural, políticas públicas, compreende ações de agentes que atuam diretamente ou através de delegação, influenciando a vida dos cidadãos e transformando-se em leis. No período levantado, avaliado e analisado, existem muitas políticas públicas, mas não foi constatado que alguma delas tenha caminhado para a criação de uma Política Pública que mantenha ou aumente a quantidade e qualidade do comércio, assim como, conseqüentemente, o desenvolvimento socioeconômico do centro comercial aberto Rua das Flores. O Quadro 10 trouxe tal informação.

Para entender esse fenômeno, Pouso (2010) aponta que as iniciativas compostas por entidades institucionais ou privadas, na apresentação de projetos de lei, são um instrumento concreto do exercício do poder democrático, representando uma importante ferramenta de legitimação das decisões pelo e para o corpo social. Embora as iniciativas municipais sejam muito mais viáveis do que em âmbito federal, existem dificuldades. O maior poder costuma ser exercido pelo envolvimento dos agentes citados; o rol de legitimados ao encaminhamento das propostas

submetidas costuma vir das seguintes entidades: 1) Organizações não governamentais; 2) Associações e Órgãos de Classe; 3) Sindicatos; 4) Entidades da Sociedade Civil (exceto Partidos Políticos); 5) Órgãos e Entidades de Administração Direta e Indireta, desde que tenham participação paritária da sociedade civil. Pouso (2010) também afirma que a população, efetivamente, é bastante limitada no exercício de submeter projetos. Entende-se que o modelo citado na Constituição limita o direito de iniciativa popular para 5% da população municipal, por meio de coleta de assinaturas. A Constituição (BRASIL, 1988) diz:

Art. 29. O município reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos, com o interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços dos membros da Câmara Municipal, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição, na Constituição do respectivo Estado e os seguintes preceitos:

[...]

XIII – Iniciativa popular de projetos de lei de interesse específico do Município, da cidade ou de bairros, através de manifestação de, pelo menos, cinco por cento do eleitorado;

Outra questão que faz parte das leis orgânicas analisadas traz somente a autorização popular, mas não chega a delinear a forma como se dará, na prática, esse exercício. Portanto, levanta-se a hipótese de que o elemento faltante para que muitas das ações tenham se convertido, efetivamente, em projetos a serem votados pela Câmara Municipal talvez seja a falta de conversão das ações em projetos bem justificados e operacionalizáveis, que possam ser apresentados pelas Entidades Institucionais (rol de legitimadores), a fim de se transformarem em uma Política Pública.

Na fundamentação teórica, o Quadro 4, de Silva e Bassi (2012) exemplificou os processos das políticas públicas. A autora aborda: 1) Identificação do Problema; 2) Agenda dos agentes; 3) Formulação da política pública; 4) Legitimação da política; 5) Implementação da Política pública; 6) Avaliação da política.

Ao analisar as 108 ações e perceber que não se transformaram em legislação, unindo à fala de Pouso (2010), entende-se que a grande maioria das ações apresentadas parou na segunda ou terceira etapas, nominadas Agenda dos agentes e Formulação da política. Estas tinham o papel de ser responsáveis por descrever a atenção da mídia e dos órgãos públicos oficiais sobre problemas

públicos específicos, a fim de definir o que será decidido e, também, desenvolver a proposta de política pelo interesse de grupos.

A etapa Legitimação da política que, efetivamente, define a ação e a política como sendo oficial, tornando-a lei, não ocorreu e não se obtiveram elementos que permitissem avaliar os motivos pelos quais essa dinâmica não aconteceu.

5.2 EMPRESAS COMERCIAIS DA RUA DAS FLORES

As empresas comerciais talvez sejam o mais antigo e importante patrimônio da atual Rua das Flores. Em verdade, os comércios foram precursores; a partir deles, destacaram-se as aglomerações populacionais que fizeram necessária a criação das ruas e de seu entorno, conforme mostrado na fundamentação teórica.

Com dados advindos da Junta Comercial do Paraná (JUCEPAR, 2017), é possível verificar detalhes no Apêndice C – Quadro geral das empresas comerciais abertas entre 2005 e 2012. Assim, teve-se acesso aos dados das empresas que foram criadas e também encerradas entre o início de 2005 e o término de 2012, no recorte das duas ruas que compõem a Rua das Flores (trecho da Avenida Luiz Xavier e da Rua XV de Novembro) e aos seus códigos de Classificação Nacional de Atividades Empresariais (CNAE), relacionados ao comércio atacadista, comércio varejista e, também, um código CNAE bastante utilizado pelas empresas para diversificar seus negócios, que é o de número 960, correspondente a “Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente”. Foram 635 empresas abertas no período de recorte e, dessas, 22 já tiveram suas atividades formalmente encerradas.

Segue o Quadro 11, o qual demonstra quantas foram as empresas abertas e fechadas anualmente, nos trechos de ruas da Luiz Xavier e da XV de Novembro no que tange à Rua das Flores.

Ano	Empresas abertas na Rua Luiz Xavier	Empresas encerradas na Rua Luiz Xavier	Empresas abertas na Rua XV de Novembro	Empresas encerradas na Rua XV de Novembro
2005	15	0	34	0
2006	13	1	37	4
2007	12	0	35	3
2008	11	0	28	4
2009	20	0	33	1
2010	18	0	40	0
2011	19	0	57	0
2012	17	0	64	0
Total	125	1	328	12

Quadro 11 – Empresas abertas e encerradas, anualmente
Fonte: Autora, 2017.

O número de empresas abertas no trecho da Rua XV de Novembro foi de 328; destas, 12 foram encerradas, chegando ao número de 316 empresas ativas. Já o número de empresas abertas no trecho Luiz Xavier foi de 125; destas, uma foi encerrada, chegando o número de 124 empresas ativas.

Quando se analisam apenas os números, a Rua XV de Novembro aparenta ser muito mais movimentada e longeva para as suas empresas, em detrimento da Rua Luiz Xavier. No entanto, o que se traz à tona também é o tamanho dessas ruas. A Rua Luiz Xavier tem, aproximadamente, 150 metros, e a Rua XV de Novembro tem 650 metros, ou seja, o comprimento da segunda é pouco mais que quatro vezes maior que a primeira. Percebe-se, pois, que o trecho menor tem grande favorecimento quanto à abertura, encerramento e longevidade das empresas ali instauradas.

A hipótese desse fenômeno é que a Rua Luiz Xavier abriga a Boca Maldita, local que é ponto de encontro fixo de pessoas que discutem filosofia, sociologia e, principalmente, política, fazendo com que essa população ajude o comércio específico dali. Outra hipótese que pode favorecer o trecho é o grande acúmulo de pessoas num pequeno espaço físico, em prédios muito antigos, que se subdividem em comerciais e residenciais.

Olhando a situação na ótica da Economia Urbana, através da Teoria da Análise dos Dois Circuitos proposta por Milton Santos (1979), entende-se que é possível que as empresas que tenham cerradas suas portas formalmente – conforme números dispostos – sejam empresas do chamado “circuito inferior” ou “não moderno”. De certa maneira, a Rua das Flores tem se direcionado para uma

lógica capitalista mais moderna e especializada, com elementos de tecnologia avançada, e o circuito inferior tem características opostas, pois tende a atender a população menos favorecida da sociedade. São empresas que utilizam de relações de proximidade e vizinhança, que têm atividades mais comuns, produções artesanais, comércio não moderno e serviços de baixa complexidade.

5.2.1 Análise das atividades das empresas

Do universo de empresas abertas, aproximadamente 71,5% corroboram com o propósito principal desse Centro Comercial Aberto e comprovam que ele é, majoritariamente, atrativo a esse tipo de negócio; portanto, os esforços de análise concentram-se nestas 453 empresas, que possuam código CNAE acusando atividade comercial. Dessas, 13 já encerraram suas atividades formais.

A CNAE, oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional, na produção de estatísticas por tipo de atividade econômica, e pela Administração Pública, na identificação da atividade econômica em cadastros e registros de pessoa jurídica, é um instrumento fundamental na produção de informações socioeconômicas; então, são apresentados no Apêndice D os códigos CNAE no recorte de atividades relacionadas ao comércio atacado-varejista, assim como o código 960.

O Apêndice E apresenta informações detalhadas sobre a classificação, assim como sobre a quantidade de empresas ligadas a cada código CNAE. A seguir, apresenta-se a quantidade de empresas e, resumidamente, a descrição dos códigos varejistas mais utilizados:

- 197 empresas optantes pelo código CNAE 960, que se refere a serviços pessoais prestados, funerárias e serviços correlatos, cabeleireiros e demais tratamentos de beleza, lavanderias, tinturarias e toalherias;

- 176 empresas optantes pelo código CNAE 478, que se refere ao comércio varejista de artigos de vestuários e acessórios, artigos usados, calçados e artigos de viagem, gás liquefeito e petróleo, joias, relógios e demais produtos nesta linha não especificados;

- 61 empresas optantes pelo código CNAE 461 que se refere ao comércio varejista de artigos de uso doméstico, eletrodomésticos, equipamentos de áudio e vídeo, equipamentos de telefonia e comunicação, suprimentos de informática, móveis, colchoaria e artigos de iluminação e cama, mesa e banho;

- 43 empresas optantes pelo CNAE 477 que se refere ao comércio varejista de artigos ópticos, médicos, ortopédicos, cosméticos, perfumaria, higiene pessoal e produtos farmacêuticos e para utilização humana ou animal;

- 41 empresas optantes pelo CNAE 476 que se refere ao comércio varejista de artigos recreativos, esportivos, discos, CD, DVD, fitas, livros, jornais, revista e papelaria.

A maioria das empresas opta pelo código CNAE 960, unicamente ou complementar a seus códigos CNAE principais, no intuito de não ficar erroneamente enquadrada e, por ventura, não cumprir a legislação vigente relacionada a esse quesito.

Ao qualificar o comércio varejista (através da CNAE) da Rua das Flores e aliar as informações com o Quadro 11, que trata das características observadas nos estabelecimentos comerciais, fica evidente que esse centro comercial aberto é privilegiado pelas lojas que buscam atender à sociedade com serviços pessoais, perfumes e produtos de limpeza e conservação pessoal, cabeleireiros, salões de beleza e estética, artigos de vestuário e acessórios, calçados, artigos de viagem, artigos turísticos, joalherias, bijuterias e relojoarias, drogarias e alimentação. Em verdade, essa é uma ótima combinação para atração e manutenção do público que, não por acaso, chega a 150.000 mil pessoas diariamente.

5.2.2 Características do comércio na Rua das Flores

De modo geral, o aparelho comercial do centro comercial Rua das Flores é formado por pequenos estabelecimentos generalistas ou especializados na oferta de um número reduzido de produtos e ramos de atividade específicos, e apenas as grandes corporações trazem verdadeiras inovações e escapam à organização mais tradicional. As características observadas são apresentadas no Quadro 12.

A maioria dos comerciantes ainda se alicerça na Forma de venda, ao utilizar a arte de comercializar pela venda no balcão, no contato direto com o cliente, conhecendo suas características, ajudando-o a tomar decisões. Por outro lado, com técnicas simples, que consistem em organizar a exposição dos produtos de modo a que os consumidores possam circular pelo estabelecimento e servir-se livremente, sem a intervenção do vendedor, outros comerciantes conseguem reduzir substancialmente os custos associados aos trabalhadores e praticar preços mais acessíveis ao consumidor.

Dimensões de análise	Atributos do comércio
Formato de lojas	Pequenas lojas generalistas Pequenas lojas especializadas Galerias comerciais Algumas grandes franquias
Forma de venda	Venda de balcão Venda automática Relação estreita entre comerciante e consumidor Venda abundante
Tipo de comerciantes	Pequenos retalhistas Comerciantes independentes Pequenas empresas Redes sucursalistas Franquias
Estratégia de gestão das empresas	Predomínio da gestão familiar Estratégias de gestão passivas e reativas Ausência de estratégias definidas de crescimento Procura de economia de escala Redução de custos Diferenciação de oferta
Localização	Centro comercial aberto Rua das Flores Proximidade Galerias comerciais Acessibilidade Local conveniente (rua de passagem) Diversidade de acessos Mobilidade favorecida
Significado das lojas	Espaços de troca Lugares de larga experiência de consumo Lugar de compra e abastecimento Tradicionalismo comercial

Quadro 12 – Características do centro comercial aberto Rua das Flores
Fonte: Autora, 2017.

Outra característica relevante é a Localização que permite atingir vários tipos de público, como os que trabalham nas redondezas, os que vêm exclusivamente para consumir, outros que estão de passagem de um local para outro do centro, aqueles que se favorecem das muitas linhas de ônibus presentes nas redondezas etc.

O comércio de proximidade é de vital importância nas relações comerciais dos centros comerciais abertos e o consumidor, pois essa proximidade refere-se não à localização geográfica, mas à proximidade de relação. Inclusive, a proximidade é uma das explicações da Teoria da Análise dos Dois Circuitos.

O fator que talvez precise de mais atenção é justamente o que trata de Estratégia de Gestão da Empresa, pois é perceptível o aparente descaso para com essa tão importante característica influenciadora direta da saúde e longevidade do comércio.

5.3 EFETIVIDADE DAS INTERVENÇÕES

Curitiba é a melhor capital do Brasil no *ranking* de desenvolvimento, com maior oportunidade de empregos e acesso aos serviços básicos de saúde e educação, segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM), edição 2012 com dados de 2010, muito por conta do incremento de 7% na vertente emprego e renda (FIRJAN, 2014).

O ano de 2004 teve, segundo o IBGE (2017), o melhor desempenho de vendas no comércio desde o ano de 2000; assim, o ano de 2005 – início do recorte temporal de análise desta pesquisa – nasceu com prosperidade. O crescimento da renda da sociedade curitibana apontou um índice de 5%, e esse foi um dos fatores que marcaram o desempenho do comércio. Com aumento da renda e a queda dos juros, o volume de operação de crédito pessoal aumentou, apontando o volume de R\$ 100 milhões em nível nacional, recursos que foram direcionados em grande parte para o consumo.

Por conta disso, é necessário verificar como as políticas públicas instauradas favoreceram o consumo a ponto de este contribuir para o crescimento e desenvolvimento econômicos da Rua das Flores.

Em síntese, crescimento e desenvolvimento econômicos são duas coisas ou situações distintas. O crescimento econômico é o aumento da capacidade produtiva da economia (produção de bens e serviços), definido pelo índice de crescimento anual do Produto Nacional Bruto (PNB) *per capita*. Ele também é indicado pelo aumento da força de trabalho, pela receita nacional poupada e investida e pelo grau

de aperfeiçoamento tecnológico. Já o desenvolvimento econômico é o crescimento econômico (aumento do PNB *per capita*), acompanhado pela melhoria da qualidade de vida da população e por alterações na estrutura econômica. O desenvolvimento é mais qualitativo e melhora os indicadores de bem-estar econômico e social. O desenvolvimento econômico é algo que alia crescimento com distribuição de renda, exatamente o que se deseja avaliar nesta pesquisa.

Entende-se que cada uma das 108 ações de política pública instauradas fortaleceu, sim, o desenvolvimento econômico da Rua das Flores. A dinâmica comercial foi amplificada; quando se somam os objetivos das ações nesses oito anos, é perceptível que Lazer, Comércio, Cultura, Educação, Segurança, Turismo e Saúde movimentaram muitas pessoas e contribuíram para que os lojistas desenvolvessem novas estratégias para conseguir atender ao público com qualidade, variedade de produtos e serviços e preços competitivos

Já as ações de Conservação, Manutenção, Mobilidade, Meio ambiente e Impostos/Tributos permitiram que a sociedade entendesse que esse centro comercial aberto tinha foco na melhoria do espaço para garantir a qualidade de vida e o bem-estar econômico e social dos frequentadores.

5.4 DINÂMICA COMERCIAL DA RUA DAS FLORES

Cada uma das ações instauradas na Rua das Flores tinha um propósito específico, como já analisado. O que ainda não foi analisado é de que maneira (paralela) essa ação pode ter funções importantes, como a atratividade, competitividade e sustentabilidade desse centro comercial aberto.

5.4.1 Atratividade na Rua das Flores

A atratividade de um centro comercial aberto é uma questão recente; ela acontece à medida que passa a ser entendida como relevante, quando se reconhece um centro comercial aberto como sistema íntegro e autônomo, e não

somente como uma concentração geográfica de comércios. A contribuição dessa pesquisa constitui-se na abordagem da atratividade comercial da Rua das Flores, tendo como referência a perspectiva da avaliação da atratividade de consumidores, muito utilizada pelo comércio varejista.

Os consumidores costumam avaliar lojas e produtos por critérios conhecidos como atributos. Mesmo podendo variar o conjunto de atributos, é possível classificá-los, relacionando-os às variáveis dos 6P, conforme definido inicialmente por Mason, Mayer e Wilkinkson (1993): 1) Produtos; 2) Preços; 3) Apresentação; 4) Promoção; 5) Pessoal; 6) Ponto e localização. Como a escolha de um local para instalar um comércio é uma decisão considerada crítica para o sucesso do negócio, a aglomeração comercial aumenta a atratividade, que está associada significativamente aos atributos: preços, condições de compras, lojas, produtos e atendimento; assim, com esse objeto de estudo, a localização apresentou-se como o atributo mais expressivo.

Os consumidores são beneficiados com a proximidade entre as lojas, podendo comparar variedade, preço e qualidade dos produtos, além de aumentar a possibilidade de encontrar o que procuram. Observa-se que os centros comerciais abertos demonstram vantagem para as empresas a eles pertencentes, pois têm sua relevância no processo de decisão de compra do consumidor final, em virtude de serem fatores influenciáveis na escolha da compra pelo cliente. O tipo e a velocidade demandada da compra também afetam a decisão do consumidor quanto ao local de compra. A Rua das Flores caracteriza-se pelo dinamismo de seu ambiente, que tem evoluído em termos de inovação e atualização constantes, criando novos formatos comerciais.

As políticas públicas também propiciam atratividade, através de significativas ações, como as linhas de transporte público que ladeiam o calçadão, favorecendo o acesso da sociedade ao centro comercial aberto. A questão da mobilidade também é facilitada com o sistema viário e binário, planejados para adequar a movimentação interna necessária e garantir acesso dos diversos pontos da cidade. Outra ação relacionada à mobilidade é a criação e/ou o favorecimento de estacionamento para consumidores da região. Por exemplo, existe a ação feita em junho de 2006, quando a empresa de estacionamento AutoPark, em parceria com a ACP, propiciou descontos à população. Mais uma medida que tornou a região mais segura e possibilitou a entrada de veículos de transporte de pessoas, cargas e mercadorias.

Isso também acontece durante as ações do Dia dos Pais, Dia das Mães e Natal, assim como a de Portas Abertas. Redes de varejo importantes, como Farmácia Nissei, Renner, Riachuelo e Casa China, já se instalaram no local em razão das condições oferecidas e do público atraído. A instalação de mobiliário urbano adequado e a construção e/ou reforma de edificações com serviços variados fizeram com que novos empreendimentos comerciais fossem estabelecidos ali, valorizando questões imobiliárias. Também é preciso comentar sobre as ações de lazer, educação e cultura que permitiram à sociedade como um todo passeios pela Rua das Flores.

5.5.2 Competitividade na Rua das Flores

Os centros comerciais abertos são um fenômeno importante para a compreensão da competitividade em centros urbanos, como Curitiba. O calçadão detém bom volume de vendas e continua sendo alternativa promissora e, por vezes, preferida, para parte da sociedade. Tais informações corroboram os dados anunciados pelo Instituto de Desenvolvimento do Varejo em 2014 (IDV, 2017), ao destacar a importância dos centros comerciais abertos no contexto econômico brasileiro, sendo eles cada vez mais reconhecidos.

Na análise da competitividade, consideram-se a concorrência entre os lojistas do calçadão, os lojistas do centro, lojistas de bairro e de shoppings center, pois as organizações necessitam elaborar respostas às ações dos competidores segundo os padrões percebidos. Nesse contexto, a influência das pressões sobre o desempenho dos comerciantes e sua capacidade em atender a essas demandas integra a competitividade. No entanto, o conhecimento do ambiente e a capacidade de adaptação da empresa não são únicos fatores de competitividade apontados. O real significado do desempenho competitivo das organizações envolve uma visão abrangente dos fatores endógenos e exógenos que levam as empresas a desenvolver condições necessárias a sua sobrevivência e seu desenvolvimento. Porém, aparentemente, poucas das lojas que integram a Rua das Flores têm real ciência da importância dessa visão e fatores.

A competitividade, por sua vez, pode ser conquistada e mantida através da inovação, seja ela proativa ou reativa. A inovação pode ser decorrente da identificação de necessidade de incrementar o desempenho financeiro, quer seja para buscar melhores posições de mercado ou para defendê-las. É preciso que os lojistas também se apercebam de mudanças endógenas nas organizações. Os consumidores são motivados por interesses próprios, controlados por ética, moral, direitos, valores institucionalizados.

Seguem alguns exemplos de políticas públicas instauradas que favoreceram a dinâmica competitiva do local.

Foi disponibilizada em março de 2005 a Universidade Livre do Comércio, que buscava qualificar os comerciantes e comerciários através de treinamentos técnicos e comportamentais para atualização de conhecimentos. Foram incrementadas as diversas campanhas de Natal, que favoreciam o consumo e ainda permitiam que os consumidores (de acordo com seu consumo) concorressem a prêmios; as campanhas Liquida Curitiba, feitas anualmente, em que as lojas tinham possibilidade de colocar grande parte dos seus produtos e serviços em promoção para aumentar o volume das vendas e, por vezes, esvaziar estoques; além da ação Portas Abertas, que permitia aos lojistas aumentar sua capacidade de venda, colocando-se à disposição do público consumidor em horários que, tradicionalmente, o calçadão não está disponível para comércio: aos domingos.

Existe, pois, a possibilidade de tantas Entidades Privadas estarem envolvidas em políticas públicas especialmente voltadas ao público da Rua das Flores, exatamente pela capacidade competitiva que esse espaço possui.

5.5.3 Sustentabilidade na Rua das Flores

O ideal de um centro comercial aberto, e da cidade como um todo, é que os comerciantes tenham um varejo mais integrado na busca de crescimento econômico e desenvolvimento responsável com o meio ambiente e com a comunidade. Cada vez mais, há necessidade de estimular a produtividade através de uma gestão responsável e que promova educação e sensibilização, a fim de manter o meio

ambiente saudável para as gerações futuras e também a longevidade das organizações.

As principais, mas não únicas, ações desenvolvidas nesse sentido são: utilização (sempre que possível) de fonte de energia limpa; tratamento dos resíduos orgânicos e materiais gerados no processo produtivo, inclusive priorizando a reciclagem do lixo e o reaproveitamento de produtos e mercadorias; uso de meios de transporte de mercadorias mais econômicos e menos poluentes; incentivos fiscais para empresas que reciclam ou desenvolvem tecnologias que visem ao desenvolvimento sustentável; fiscalização e punição às empresas que poluem ou geram qualquer tipo de dano ambiental; conciliação, através de políticas econômicas, entre desenvolvimento econômico (geração de renda, empregos e crescimento econômico) e o uso racional de recursos naturais e a proteção ao meio ambiente. Entre os benefícios de se engajar na causa não está apenas o ganho ambiental (mais conhecido), mas a economia.

A tão discutida retomada do crescimento, intensamente discutida, não é suficiente para a solução dos diversos problemas e não é a melhor alternativa para se chegar ao desenvolvimento sustentável. Há de se considerar que a ideia de objetivar o desenvolvimento sustentável revela, inicialmente, a insatisfação com a situação criada e imposta pelos modelos vigentes de desenvolvimento e de produção das atividades humanas. Resulta de pressões pelo estabelecimento de uma maior equidade social; e o setor varejista brasileiro, cheio de dilemas e problemas, tem encontrado um aprendizado constante na sustentabilidade.

Os lojistas da Rua das Flores, apesar de sempre estarem envolvidos com alguma iniciativa, ainda realizam mais projetos ligados à filantropia, tendo a sociedade frequentadora do centro comercial aberto como público-alvo. Isso pode ser verificado na quantidade de ações tais como: dia de combate à AIDS, caminhada antidrogas, limpeza do calçamento, troca de sacolas plásticas por sacolas de pano retornáveis e recicláveis, lavagem de fachadas e minimização das pichações, combate à poluição sonora etc.

Já as médias e grandes empresas, ou seja, as redes e os grandes varejistas instalados no centro comercial aberto avançam para um estágio mais elevado, introduzindo, aos poucos, a sustentabilidade nas suas operações diárias, fazendo com que critérios sustentáveis sejam adotados e praticados por todos os seus públicos de interesse, principalmente funcionários, consumidores e fornecedores.

Embora o comércio do calçadão esteja praticando sustentabilidade de maneira discreta, mas constante, isso não diz que elas sejam sustentáveis. Ou seja, poucas são as que têm a preocupação e a possibilidade de incorporar ações sustentáveis em relação aos seus processos e ao meio ambiente no dia a dia do seu negócio.

Pela capilaridade e pela intensa relação com os consumidores, o varejo tem várias opções para assumir responsabilidade frente a assuntos relevantes para a sociedade e para a sobrevivência do negócio, com uma grande oportunidade de se beneficiar das atitudes sustentáveis como diferencial competitivo.

Entende-se que o comércio varejista instalado no centro comercial aberto Rua das Flores tem plena capacidade de contribuir com ações sustentáveis: ao reformar ou construir, utilizando-se de materiais e equipamentos que valorizem os recursos naturais; ao influenciar diretamente seus fornecedores para que sejam parceiros de suas iniciativas sustentáveis; ao estimular parceiros a seguir critérios de fornecimento que levem em consideração o respeito à legislação fiscal e trabalhista; ao favorecer a erradicação do trabalho infantil e escravo; ao estimular que os produtos comercializados não sejam provenientes da exploração econômica e social.

CONCLUSÃO

A reflexão conceitual, a metodologia utilizada, a profunda análise do objeto de estudo e as dimensões que serviram como âncoras a este trabalho – centro comercial aberto –, os arranjos sociopolíticos locais e o desenvolvimento econômico permitiram extrair um conjunto de conclusões. Analisar o espaço urbano como algo dinâmico e articulado propiciou a verificação de grande número de conceitos e ideias pertinentes à temática urbana com um todo.

O presente documento, o qual levantou fundamentações teóricas conforme esquema de pesquisa, apresentou referências teórico-conceituais à discussão de questões sobre governança urbana, arranjos institucionais público-privados, políticas públicas locais, economia urbana, espaço urbano e centro urbano, cidade e comércio e, por fim, os centros comerciais abertos. O arcabouço teórico-conceitual demonstrou a importância do entendimento real das minúcias do universo das políticas públicas que envolvem a configuração dos centros comerciais abertos. As relações estabelecidas nesse espaço são, acima de tudo, a mola propulsora das atividades com o intuito de gerar o desenvolvimento econômico e o fortalecimento do centro comercial aberto já estabelecido. Enquanto a criação de ações e políticas públicas é necessária para direcionar as ações da sociedade, é também fundamental que o conjunto de valores da sociedade evolua no sentido da busca pelo desenvolvimento.

Durante o levantamento de dados, busca de informações e sua análise, surgem algumas conclusões sobre quais foram as ações implantadas na Rua das Flores, de que tipo foram, qual o seu volume, comparado ao período em que elas ocorreram, quais os seus objetivos, quais as empresas abertas e fechadas no recorte escolhido, as suas principais atividades (CNAE) e quais agentes sociopolíticos se destacaram mais no desenvolvimento de políticas públicas. Destacou-se, também, a diferença entre crescimento e desenvolvimento econômico, finalizando com a atratividade, competitividade e sustentabilidade das empresas comerciais da região.

Embora se tratando de uma dissertação orientada à análise de um centro comercial aberto nas perspectivas sociopolíticas locais, esta primeira conclusão está relacionada à limitação da possibilidade da análise, em virtude da quantidade de

elementos envolvidos nessa dinâmica comercial frente às políticas públicas desenvolvidas e instauradas por um arcabouço de agentes sociopolíticos aliados à economia municipal, estadual e federal. Esse problema não deve ser interpretado como exercício de retórica; porém, em grande parte, é devido à superficialidade com que têm sido tratadas, ao longo dos anos, as políticas públicas nesse ambiente, ainda que bem intencionadas, revelando-se pouco producentes no longo prazo pela falta de planejamento estratégico, conflitando, inclusive, com as ambições dos atores envolvidos e dificultando as relações desse sistema comercial específico. Perante a situação, parece claro que as políticas instauradas no centro comercial aberto Rua das Flores precisa ser pensado de maneira integrada pelos agentes distintos.

Em suma, é muito difícil desenvolver ações sociopolíticas que unam diferentes formatos de estabelecimentos, diferentes tipos de comerciantes, diferentes atividades econômicas, que são simultaneamente concorrentes e complementares, mesmo que estejam todas localizadas no mesmo espaço. Os atores do centro comercial aberto – por se tratar de vários ramos, formas, formatos, diversidades, qualidade, inovação, criatividade e gestão diferenciadas – reforçam sua capacidade de sobrevivência e também a capacidade competitiva, por via da diversidade associada à qualidade. O processo de integração e de sinergia de todos é fundamental, a fim de garantir políticas públicas que alcancem objetivos comuns; e o elevado grau de maturidade e sentido estratégico deve demonstrar que cooperar é mais fácil do que competir.

O dinamismo do centro comercial aberto encontra-se intimamente relacionado às características do espaço urbano, à qualidade das políticas públicas instauradas, às atividades comerciais e à sua gestão. É sabido que não existe espaço neutro, nem um mero palco onde se localizam as práticas comerciais. A Rua das Flores é uma construção social e, por conseguinte, é num contexto de permanente construção (social, política, econômica, espacial, ambiental) que esse é equacionado e são traçadas suas estratégias de desenvolvimento. Também é preciso levar em consideração que as patologias do centro comercial aberto são espelhos dos problemas dos centros urbanos. Os próprios projetos de urbanismo comercial são consequência dessas patologias. O sucesso do dinamismo conquistado por algumas políticas públicas vem da não existência de políticas integradas para o comércio. Nesse sentido, é importante que as políticas públicas

voltadas aos centros comerciais abertos deixem de ser reativas e passem a ser proativas, visando a estratégias de longo prazo, capazes de corrigir desequilíbrios e garantir a diversidade.

Outra conclusão que foi estabelecida é que existem vários contextos comerciais dentro do centro comercial aberto Rua das Flores e, por vezes, tais contextos diferentes são tratados de maneira universal, desfavorecendo uma parcela do grupo. Os comércios participantes têm realidades muito distintas, que não compadecem com soluções únicas. A existência de diversos tipos de comércio – em potencial financeiro, potencial atrativo, de consumo, de inovação, de empreendedorismo etc. – só reforça que o setor deve ter ações pensadas em diferentes escala; só assim, será possível definir medidas mais adequadas às particularidades existentes. A ideia da necessidade de políticas flexíveis, que levem em consideração os atributos dos diferentes comércios, tem vasta aplicação na cidade. Como ilustração, uma ação que foi admirada é a das Portas Abertas, que incentivava os estabelecimentos a abrir suas portas aos consumidores aos domingos; porém, existem comércios que não têm capacidade de fazê-lo, devido à legislação vigente, às dificuldades de negociação com os empregados – que, *a priori*, perdem seu dia de folga –, à falta de pessoal qualificado, dificuldades de escala e ao despreparo para o atendimento fora do horário padrão. Seria importante organizar ações que apoiassem e sustentassem, em escala intermediária, um regulador dos interesses comuns, dando importância aos agentes sociopolíticos na implementação de ações específicas com bases organizadas e programadas, baseando-se em princípios de equidade comercial.

A maioria das intervenções urbanas está distanciada de demandas locais e deve ser definida mediante a discussão, considerando-se uma base de dados bem elaborada e bem avaliada. Os atendimentos das demandas locais têm de estar na base da política urbana e refletir a veracidade das suas estruturas. Se assim acontece, o aparato de cenografias e de reinvenção do urbano não é necessário. A ausência de capacidade técnica para agir nesse novo momento, o desinteresse público e a desconsideração do caráter do processo e suas constantes reavaliações tendem a enfraquecer as intervenções urbanas na busca dos devidos resultados. A mudança percebida do estágio de intervenções urbanas que partem exclusivamente de um grande projeto arquitetônico para um processo de gestão do espaço urbano,

comandado principalmente pela sociedade civil, parece apontar para caminhos mais promissores a serem tentados.

A elaboração de diagnósticos, por sua vez, deve considerar a situação como o ponto de partida para a análise urbana e social. Um pré-requisito para explorar essas possibilidades, evitando dificuldades e ultrapassando as contradições inerentes às condições sociomateriais, é o conhecimento profundo da área e de seus problemas, o que requer informações atuais, bem elaboradas e bem analisadas. Os atores locais devem ser capazes de refletir sobre o que eles querem mudar (definição de objetivos) na situação presente, assim como em que direções pretendem seguir.

Embora muitos dos resultados ainda devam ser mais explorados e avaliados, o que se observa é um interesse, cada vez maior, do poder público local e também dos agentes socioeconômicos envolvidos, em entender a atual configuração social e econômica da Rua das Flores para, então, elaborar políticas públicas que potencializem os centros comerciais abertos, a população e a cidade.

Curitiba visualizou o seu crescimento, dando lugar a novos núcleos de expansão urbana territorial, de crescimento populacional, de serviços, assim como a circulação de mercadorias quantitativamente e qualitativamente maior. O desenvolvimento da economia urbana local aconteceu com ou sem intervenção. A cidade não é mais um local isolado, mas comporta grandes centros urbanos, aparelhados por comércios, governança urbana, políticas públicas, economia urbana e aglomerações urbanas, exprimindo, de alguma maneira, o desenvolvimento vertiginoso.

REFERÊNCIAS

ABRÚCIO, Fernando Luiz. A coordenação federativa no Brasil: a experiência do período FHC e os desafios do governo Lula. **Revista de Sociologia Política**, n. 24, p. 47-67, 2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/s0104-44782005000100005>> Acesso em: 07 ago. 2016.

_____; COUTO, Claudio Gonçalves. A redefinição do papel do Estado no âmbito local. **São Paulo em Perspectiva**, v. 10, n. 3, p. 40-47, 1996.

ACP. Associação Comercial do Paraná. Trajetória vitoriosa chega a 125 anos. **Revista do Comércio**, n. 175, abr./maio./jun., p 08-12, 2015.

_____. _____. 123 anos de atualidades. **Revista do Comércio**, n. 164, set./out., p. 14-17, 2012.

_____. _____. Além de flores no meio do caminho. **Revista do Comércio**, n. 104, jan./fev., p. 08-15, 2007.

_____. _____. Como ficou a Rua XV. **Revista Centro Vivo**, n. 2, nov. p. 10-18, 2006.

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de. Recentralizando a federação. **Revista de Sociologia Política**. n. 24, jun. 2005.

ARRETCHE, Marta. **Democracia, federalismo e centralização no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas/Fiocruz, 2008.

ARROYO, Maria Mônica. A economia invisível dos pequenos. **Le Monde Diplomatique**, ano 2, p. 30-31, 2008.

AVRITZER, Leonardo. Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação. **Dados**, v. 3, n. 50, p. 443-464, 2007.

BALSAS, Carlos José Lopes. **O urbanismo comercial e as parcerias público-privado para a gestão do centro das cidades, ensinamentos e experiência estrangeira**. Relatório final. Laboratório do Comércio. Lisboa, 2000.

BAUER, Marcela; GALVÃO, Maria Cristina C.P.; PIERCE, Aaron. A relação entre o terceiro setor e o poder público: análise da política de combate à extrema pobreza no município de Osasco. In: CONGRESSO INTERNACIONAL CLAD, 18. Montevideo, Uruguai: CLAD, 2013. Disponível em: <https://gabriela.slotta.files.wordpress.com/2014/09/bauer_galvao_pierce.pdf> Acesso em 17 jul.2016.

BARRETA, João. **Fazer acontecer a regeneração urbana**: o comércio de proximidade. 2012. Disponível em: <http://cidadania.lxamb.tripod.com/CIP_Comercio_de_Proximidade.pdf> Acesso em: 06 jul. 2016.

BRASIL. Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 17 jul. 2016.

CARDOSO, Fernando Henrique. **A construção da democracia**: estudos sobre política. 2. ed. São Paulo: Siciliano 1993.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: LABUR, 2007.

CARLOS, Euzeneia; OLIVEIRA, Osmany Porto; ROMÃO, Wagnerlo. (Org.) **Sociedade civil e políticas públicas**: atores e instituições no Brasil contemporâneo. Chapecó: Argos, 2014.

CAVALCANTI, Lana de Souza. Uma geografia da cidade – elementos da produção do espaço urbano. In: CAVALCANTI, Lana de Souza. (Org.). **Geografia da cidade**: a produção do espaço urbano de Goiânia. Goiânia: Alternativa, 2001.

CORREIA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000.

CURITIBA. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano. IPPUC. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br/>> Acesso em: 07 ago. 2016.

DAVIS, L. E.; NORTH, D. C. **Institutional change and american economic growth**. Cambridge: Cambridge University Press, 1971.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. A cidade e o comércio: o caso de Fortaleza em evidência. **Revista do Dep. de Geografia** (USP), São Paulo, n. 11, p. 187-210, 1997.

DÍAZ, Manuel Rodriguez. Determinación de la imagen de los centros comerciales. **Tribuna de Economía**, v. 815, 2003.

DINIZ, Eli. Governabilidade, democracia e reforma do Estado: os desafios da construção de uma nova ordem no Brasil dos anos 90. **Dados**, v. 38, n. 3, p. 385-415, 1995.

DOWBOR, Ladislau. Governabilidade e descentralização. **São Paulo em Perspectiva**, v. 10, n. 3, jul./set. 1996.

DUARTE, Otávio; GUINSKI, Luiz Antonio. **Imagens da evolução de Curitiba**. Curitiba: Autores Paranaenses, 2003.

EGLER, Tamara Tania Cohen; TAVARES, Hermes Magalhães. **Política pública, rede social e território**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2012.

ELIZAGARATE, Victoria de; ZORRILLA, Pilar. El comercio urbano como factor estratégico para la competitividad entre ciudades – Gipuzkoa: un caso de centro comercial abierto en red. **Distribución y Consumo**, v. 101, p. 101-111, 2004.

FARAH, Marta Ferreira Santos. Parcerias, novos arranjos institucionais e políticas públicas no nível local de governo. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, n. 31, p.119-44, jan./fev. 2001.

FENIANOS, Eduardo Emílio. **Manual Curitiba**: a Cidade em suas mãos. Curitiba: Univer Cidade, 2003.

FLEURY, Sônia. Políticas sociais e democratização do poder local. In: VERGARA, S. C.; CORREA, V. L. A. (Org.). **Propostas para uma gestão pública municipal efetiva**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

FIANI, Ronaldo. **Cooperação e conflito**: instituições e desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://publicacoes.firjan.org.br/ifdm/2014/>> Acesso em: 15 jan. 2017.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. O desenvolvimento do comércio e a produção do espaço urbano. **GeoTextos**, v. 6, n. 2, 2010.

FREY, Klaus. A dimensão político-democrática nas teorias de desenvolvimento sustentável e suas implicações para a gestão local. **Ambiente & Sociedade**, v. 4, n. 9, 2. sem. 2001.

FRIEDEN, Bernard; SAGALYN, Lynne. B. **Downtown, Inc.:** how America rebuilds cities. London: MIT Press, 1991.

GARREFA, Fernando. A evolução da indústria de shopping centers no Brasil: tendências recentes. In: CINCCI – COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMÉRCIO E CIDADE, 2, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.fau.usp.br/depprojetolabcom/produtos/2008_garrefa_evolshoppingsbrasil.pdf> Acesso em: 07 ago. 2016.

GLAESER, Edward Ludwig. **Os centros urbanos:** a maior invenção da humanidade. Como as cidades nos tornam mais ricos, inteligentes, saudáveis e felizes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

GOMIDE, Alexandre A.; PIRES, Roberto Rocha Coelho. Capacidades estatais para o desenvolvimento no Século XXI. **Boletim de Análise Político-Institucional**, IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, n. 2, 2012. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/boletim_analise_politico/120906_boletim_analisepolitico_02.pdf> Acesso em: 07 ago. 2016.

GOOGLE MAPS. Disponível em:
<<https://www.google.com.br/maps/dir/Rua+XV+de+Novembro,+621+-+Centro,+Matriz,+Curitiba+-+PR,+80020-310,+Brasil/Pra%C3%A7a+General+Os%C3%B3rio,+Pra%C3%A7a+Galeria+Os%C3%B3rio,+s%2Fn+-+Centro,+Curitiba+-+PR,+80020-010/@-25.4294689,-49.2765199,16z/data=!3m1!4b1!4m12!1m5!1m1!1s0x94dce46b4cbe1c0b:0x8a5107941278b10e!2m2!1d-49.2680592!2d-25.4295222!1m5!1m1!1s0x94dce4f4b78747c5:0x91201882f8634020!2m2!1d-49.2758622!2d-25.4329247?hl=en>> Acesso em: 10 ago. 2016.

GOSLING, David; MAITLAND, Barry. **Concepts of urban design**. London: Academy Editions, 1984.

HALL, Peter A.; TAYLOR, Rosemary C. R. As três versões do neo-institucionalismo. **Lua Nova**, n. 58, p. 193-223, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452003000100010&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 02 dez. 2016.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HEIDEMANN, Francisco Gabriel. Do sonho do progresso às políticas de desenvolvimento. In: HEIDEMANN, F.G.; SALM, J.F. (Org.). **Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise**. Brasília: UNB, 2002.

HEYBEY, Berta. The relationship between economic growth and the speed of liberalization during transition. **Journal of Policy Reform**, n. 3, p. 121-137, 1979. Disponível em: <<http://econweb.umd.edu/~murrell/articles/The%20Relationship%20between%20Economic%20Growth%20and%20the%20Speed%20of%20Liberalization.pdf>> Acesso em: 07 ago. 2016.

HOWLETT, Michael, RAMESH, M. **Studying public policy: policy cycle and policy subsystems**. Oxford: Oxford University Press, 1995.

HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. 20. ed. Tradução: W. Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em: 15 jan. 2017.

IDV. Instituto de Desenvolvimento do Varejo. Disponível em: <<http://www.idv.org.br>> Acesso em: 15 jan. 2017.

IVO, Anete Brito Leal. Governabilidade e Governança na América Latina: teses e paradoxos. In: CONGRESSO DEL CLAD, 7. Lisboa, 2002, v. 1, p. 1-20.

_____. **O poder da cidade: limites da governança urbana**. Salvador: EDUFBA, 2000.

JACOBS, Jane. **La economia de las ciudades**. Barcelona: Ediciones Península, 1975.

_____. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

JANUZZI, Denise Cassia Rosseto. **Avaliação de Áreas Políticas do Centro da Cidade de Londrina**. Dissertação (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

JIMENEZ, Sebastián Molinillo. Centros comerciales de área urbana: estudio de las principales experiencias extranjeras. **Distribución y Consumo**. v. 27, p. 27-45, 2001.

JOBERT, B. L'état en action. L'apport des politiques publiques. **Revue Française de Science Politique**, v. 35, n. 4, p. 654, 1985.

JUCEPAR. Junta Comercial do Paraná. Disponível em: <<http://www.junta.comercial.pr.gov.br/>> Acesso em: 07 jan. 2017.

KOSTOF, Spyro. **The city assembled**. London: Bullfinch Press Book, 1992.

LEFÈBVRE, Henri. **A revolução urbana**. Tradução de Sérgio Martins. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LERNER, Jaime. **Acupuntura urbana**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LINHARES, P. S. et al. **Federalismo à brasileira**: questões para discussão. Brasília: IPEA, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MACEDO, S. S. **Quadro do paisagismo no Brasil**. São Paulo, 1999.

MARTINS, S.; CKAGNAZAROFF, I.; LAGE, M. Análise dos conselhos gestores de políticas públicas à luz dos relatórios de fiscalização da Controladoria Geral da União. **Administração Pública e Gestão Social**. n. 4, nov. 2012. Disponível em: <<http://www.apgs.ufv.br/index.php/apgs/article/view/101>> Acesso em: 08 ago. 2016.

MAZZUCATO, M., **O estado empreendedor**: desmascarando o mito do setor público vs. setor privado. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.

MENY, Yves; THOENIG, Jean-Claude. **Politiques publiques**. Paris: Presses Universitaires de France, 1989.

MONHEIM, R. The role of pedestrian precincts in the evolution of german city centers from shopping to urban entertainment centers. In: **Australia: Walking the 21st Century**, p. 43-52, 2001.

MONTESSORO, Claudia Cristina Lopes. **Centralidade urbana e comércio informal**: os novos espaços de consumo no centro. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2006. Disponível em: <<http://repositorio.unesp.br/handle/11449/106681>>. Acesso em: 16 jul.2016

O ESTADO DO PARANÁ. **Curitiba, pela terceira vez, a melhor para negócios**. 2012. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/noticias/parana/curitiba-pela-terceira-vez-a-melhor-para-negocios/>> Acesso em: 19 dez. 2016.

OMHOLT, Tore. Strategic rationality as a basic for town center revitalization and management. In: **Recent Advances in Retailing and Services Science Conference**, 5. Baveno, Itália: EIRASS, ago.1998.

PARANÁ. Secretaria de Estado da Cultura. Coordenação do Patrimônio Cultural (CPC). **Paisagem urbana da Rua XV de Novembro**. Disponível em: <www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=62> Acesso em: 01 jun. 2016.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. Gestão do setor público: estratégia e estrutura para um novo Estado. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; SPINK, K. **Reforma do Estado e administração pública gerencial**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998a.

_____. Da administração pública burocrática à gerencial. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; SPINK, K. **Reforma do Estado e administração pública gerencial**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998b.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri et al. (Org.) **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

POUSO, Renata Gonçalves Pereira Guerra. **Iniciativa popular municipal**: ferramenta de legitimação da democracia. São Paulo: Saraiva, 2010.

RODRIGUES, Eloisa Ramos Ribeiro. **Shopping a céu aberto no Brasil**: transformações, estratégias e perspectivas da rua comercial na sociedade de consumo contemporânea. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) –

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-30112012-145901/>>. Acesso em: 07 ago. 2016.

SALGUEIRO, Teresa Barata. **Do comércio à distribuição**: roteiro de uma mudança. Oeiras: Celta, 1996.

SANTOS JUNIOR, Orlando Alves; AZEVEDO, S.; RIBEIRO, Luiz Cesar Quiroz. Democracia e gestão local: a experiência dos conselhos municipais no Brasil. In: _____. (Org.) **Governança democrática e poder local**: a experiência dos conselhos municipais no Brasil. Rio de Janeiro: Revan, 2004.

SANTOS, Maria Helena Castro. Governabilidade, governança e democracia: criação de capacidade governativa e relações executivo-legislativo no Brasil pós-constituente. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 3, 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52581997000300003&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 06 jun. 2016.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

_____. **Pobreza urbana**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

_____. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **A natureza do espaço**. São Paulo: Hucitex, 1996.

_____. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SEIDMAN, Karl F. **Revitalizing commerce for american cities**: a practioner's guide to urban main street program. Washington, DC: Fanie Mae Foundation, 2004. Disponível em: < www.knowledgeplex.org > Acesso em: 07 ago. 2016.

SILVA, Christian Luiz da; BASSI, Nadia Solange Schmidt. Políticas públicas e desenvolvimento local. In: SILVA, Christian Luiz da. (Org.) **Políticas públicas e desenvolvimento local**: Instrumentos e proposições de análise para o Brasil. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 15-38.

SILVEIRA, Maria Laura. Da pobreza estrutural à resistência: pensando os dois circuitos da economia urbana. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16, 2010, Porto Alegre, Anais..., Porto Alegre: AGB, 2010.

SINDICOM. Sindicato dos Empregados do Comércio de Curitiba. Disponível em: <<http://www.sindicom.org/site/conheca/conheca.asp>> Acesso em: 26 dez. 2106.

SINGER, P. **Cooperativismo e sindicatos no Brasil**. 1998. Disponível em: <<http://www.ilea.ufrgs.br/unitrab>> Acesso em: 08 ago. 2016.

SMITH, Neil. **The new urban frontier**: gentrification and the revanchist city. New York-London: Routledge, 2006.

SOARES, José Arlindo; GONDIM, L. Novos modelos de gestão: lições que vêm do poder local. In: SOARES, José Arlindo; CACCIA-BAVA, S. (Org.) **Os desafios da gestão municipal democrática**. São Paulo: Cortez, 1998.

SOARES, P. R. Cidades médias e aglomerações urbanas: a nova organização do espaço regional no Sul do Brasil. In: SPOSITO, E. S. et al. (Org.) **Cidades médias**: produção do espaço urbano e regional. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

SOUZA, Celina. A introdução a políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, a. 8, n. 16, jul./dez. 2006.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Espaços urbanos: territorialidades e representações. In: SPOSITO, Eliseu S. **Dinâmicas econômicas, poder e novas territorialidades**. Presidente Prudente: UNESP/FCT: GASPER, 1999. p. 13-29.

TOLSTOY, Leon. **Pamphlets**. Free Age Press, 1900. Disponível em: <<https://archive.org/details/pamphletstransl00tolsgoog>> Acesso em: 12 jan. 2017.

ULTRAMARI, Clovis; MOURA, Rosa. (Org.) **Metrópole Grande Curitiba**: teoria e prática. Curitiba: IPARDES, 1994.

VARGAS, Heliana Comin. Comércio e cidade: uma relação de origem. In: CINCCI, 3 – Colóquio internacional sobre comércio e cidade: uma relação de origem. **Revista do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo a FAUUSP**, São Paulo, n. 28, p. 258-262, dez. 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/43713>>. Acesso em: 08 ago. 2016.

_____. **Espaço terciário**. O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001.

_____; CASTILHO, Ana Luisa Howard de. **Intervenções em centros urbanos**. Objetivos, estratégias e resultados. São Paulo: Manole, 2006.

VAZ, José Carlos; LOTTA, Gabriela Spanghero. A contribuição dos arranjos institucionais complexos para a efetividade das políticas públicas no Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 17. Cartagena, Colombia, 30 oct./02 nov. 2012. Disponível em: <<http://www.dgsc.go.cr/dgsc/documentos/cladxvii/lottagab.pdf>> Acesso em: 02 jul. 2016.

VEJA. **Especial Guia 2007**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/especiais/brasil_2006/p_052.html> Acesso em:

VIEIRA, Martha Marques Ferreira; VIEIRA, E. F. Poder local e gestão urbana: formulação de uma visão estratégica à dinâmica das cidades. **Revista Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 10, n 27, maio/ago., 2003.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intraurbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001.

YIN, Robert. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

WILLIAMSON, O. E. Comparative economic organization: the analysis of discrete structural alternatives. **Administrative science quarterly**, v. 36, n. 2, p. 269-296, 1991.

DOCUMENTOS CONSULTADOS

BARNEY, J. B. **Gaining and sustaining competitive advantage**. Upper Saddle River: NJ. Prentice Hall, 2002.

BRASIL. Ministério das Cidades, **Lei 10.257**, de julho de 2001. Regulamenta os artigos 182 e 183 da Constituição Federal. Estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências, 2001.

COSTA, L. S.; ALMEIDA, V. M. C.; Imagem dos locais de venda de bens de consumo: proposição e teste empírico de um modelo dos fatores formadores da imagem na perspectiva do consumidor. In: EMA – ENCONTRO DE MARKETING DO ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 3, Curitiba, 2008. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008, p. 1-16.

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. **Políticas públicas**: princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas, 2012.

DONAIRE, Denis; TELLES, Renato; SIQUEIRA, João Paulo Lara de. Atratividade em clusters comerciais: um estudo comparativo de dois clusters da cidade de São Paulo. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD, 7. EnEO 2012. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/ene_o_2012/2012_ENEO149.pdf> Acesso em: 22 Jan. 2017.

FERRARI, Maria Aparecida; MACEDO, Luiz Carlos de. Varejo sustentável e comunicação: compreendendo os estágios de sustentabilidade e os modelos de comunicação nas grandes empresas varejistas. In: GT COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, Congreso ALAIC, 12, 2014. Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT2-Ferrari-Macedo.pdf>> Acesso em: 15 jan. 2016.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. Curitiba: Posigraf, 2004.

FOWLER, Jackson. **Survey research methods**. 5. ed. Boston: Center of Survey Research, University of Massachusetts, 2014.

JANUZZI, Denise Cassia Rosseto. **Calçadões**: a revitalização urbana e a valorização das estruturas comerciais em áreas centrais. Tese (Doutorado em

Estruturas Ambientais Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16131/tde-18112010-100855/>>. Acesso em: 07 ago. 2016.

LAKATOS, Eva. Maria; MARCONI, Marina Andrade. **Fundamentos de pesquisa científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; BARBOSA, Solange de Lima. Estratégia, fatores de competitividade e contexto de referência das organizações: uma análise arquetípica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 6, n. 3, p. 7-32, dez. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552002000300002&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 29 jan. 2017.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MASON, J. B.; MYER, M. L.; WILKINSON, J.B. **Modern retailing**. Boston: Irwin, 1993.

MATHEWS, John A. A resource-based view of schumpeterian economic dynamics. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 12, p.29, 2002.

SANTOS, Milton. **Os dois circuitos da economia urbana e suas implicações espaciais**. São Paulo: EDUSP, 2008.

SILVA, Edna Lucia; NEZES, Estera. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

TELLES, R.; SIQUEIRA, J. P. L.; DONAIRE, D.; GASPAR, M. A.; Atratividade em clusters comerciais: um estudo comparativo de dois clusters da cidade de São Paulo. **Gestão & Regionalidade**, v. 29, n. 85, p.47-62, 2013.

WILLIAMSON, O. E. **The economic institutions of capitalism**. New York: The Free Press, 1985.

ZACCARELLI, S. B.; TELLES, R.; SIQUEIRA, J. P. L.; BOAVENTURA, J. M. G.; DONAIRE, D. **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Atlas, 2008.

APÊNDICE A – Ações instauradas

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
ACP	Jan./05	Zelador da vizinhança	A ACP contrata pessoas para fazer pequenas manutenções em lojas associadas a fim de, com a boa conservação das lojas, atrair mais consumidores.
ACP / Sec. Estadual da Fazenda / Sindicato Nacional dos Analistas Tributários / Dep. de Fiscalização da Sec. Municipal de Urbanismo	Fev./05	Código de benefícios fiscais	Formalização do Código dos Direitos e Garantias do Contribuinte e atualização da tabela de ICMS.
ACP / DTCOM	Mar./05	Educação corporativa à distância	Foram ofertados aos comerciantes cursos em diversas datas e com muita variedade, os quais acontecem na ACP e são ministrados pela DTCOM.
HSBC / FAS / PMC / Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria do Paraná / Moinho Anaconda	Mar./05	Inauguração do Bondinho	Reinauguração do Bondinho da Rua das Flores e oferta de imenso bolo de 25m e 312Kg, distribuído para a população presente na festa.
ACP	Mar./05	Universidade Livre do Comércio	Estruturação de uma universidade que propicie treinamentos técnicos e comportamentais que atualizem conhecimentos e democratize as informações acerca do comércio, do comerciante, do consumidor, dos lojistas etc.
ACP / Festival de Teatro de Curitiba	Mar./05	Você em Cena	Os pontos de venda associados da ACP distribuíram cupons para que consumidores concorressem a uma noite VIP, com direito a traslado, jantar e peça de teatro; foram 30 pessoas contempladas.
ACP	Abr./05	Impostômetro	Inauguração do painel luminoso, em preto e vermelho, de 2m X 3m. O impostômetro é um placar atualizado diariamente, mostrando quanto o Governo Federal arrecada de impostos a cada dia, mês e ano.
ACP	Mai/05	Campanha Dia das Mães	Distribuição de cupons entre os clientes do comércio central e sorteio de 21 prêmios para os ganhadores. A campanha distribuiu, aproximadamente, 470 mil cupons e movimentou R\$ 11.750 milhões.
ACP / FCC / UFPR	Jun./05	Teatro Vivo	Apresentação de mais de 25 espetáculos, de forma gratuita, aos transeuntes da Rua das Flores.
PMC / ACP / Guarda Municipal	Jul./05	Guarda Municipal	Recepção de mais de 80 homens para compor e realizar o policiamento das praças, ruas e prédios da região central.
ACP	Ago./05	Campanha Dia dos Pais	Distribuição de cupons entre os clientes do comércio central e sorteio de um automóvel. A campanha distribuiu, aproximadamente, 500 mil cupons e movimentou R\$ 12.500 milhões.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
IPPUC / Sec. Nacional de Defesa	Ago./05	Segurança Centro Vivo	Programa para aumentar a segurança da região central.
ACP / Sindicatos Patronais e de Empregados do Comércio	Ago./05	Portas Abertas	O comércio de rua abriu no domingo. A medida, estabelecida a partir de convenção coletiva entre empresários e trabalhadores do comércio, vai vigorar nos domingos que antecedem períodos de grandes vendas de varejo, como este, perto do Dia dos Pais.
Prefeitura de Curitiba / ACP / Fundo Municipal do Trabalho / Sindicatos Patronais e de Empregados do Comércio	Ago./05	Portas Abertas	Diversas negociações foram feitas para que os comerciantes da Rua das Flores tivessem possibilidade de abrir suas portas aos consumidores em seis domingos de 2005 e dois domingos de 2006.
ACP	Set./05	Campanha Dia das Crianças	Distribuição de cupons entre os clientes do comércio central e sorteio de oito prêmios. A campanha distribuiu, aproximadamente, 500 mil cupons e movimentou R\$ 7.500 milhões.
ACP	Set./05	Cursos de Inglês e Espanhol	Promoção de cursos de inglês e espanhol para a Guarda Municipal.
Sec. do Esporte, Lazer e Juventude / PMC / FCC	Out./05	Fazendo Arte na Praça	Durante a semana do Dia das Crianças, foram promovidos jogos, brincadeiras e pinturas para as crianças.
ACP / FCC	Out./05	Teatro de Bonecos	Apresentação de três espetáculos de teatro de bonecos, com entrada gratuita, no Bondinho da Rua das Flores e nos Teatros do Piá e da Maria.
HSBC	Nov./05	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
Sec. Municipal de Saúde	Nov./05	Dia Mundial da Luta contra Aids	Lançamento do livro Saúde e Prevenção nas Escolas – A experiência de Curitiba e abordagem junto à população ao longo da Rua das Flores, marcando na capital as comemorações do Dia Mundial de Luta contra a AIDS.
ACP / PMC / FACOP / Sindicato dos Empregados em Empresas de Asseio e Conservação	Nov./05	Mais brilho no calçadão	Lavagem da Rua das Flores por mais de 250 pessoas. Nos seus primeiros anos, foi a primeira vez em que o calçadão recebeu tal tratamento.
Centro Integrado de Monitoramento Eletrônico de Curitiba (CIMEC) / Defesa Civil / Guarda Municipal	Nov./05	Mais segurança	Ações de segurança, incluindo 47 câmeras com rotação de 360º e zoom de aproximação instaladas na área comercial central de Curitiba.
ACP / Guarda Municipal	Nov./05	Operação especial de Natal	Operação especial da Rua das Flores para controlar atividades como panfletagem, corretagem de serviços, ação de vendedores ambulantes não autorizados, comercialização de produtos piratas, circulação de bicicletas e poluição sonora que conturbam a circulação dos pedestres e obstruem o passeio.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
ACP / FCC	Dez./05	Banners de Natal	Decoração do centro da cidade com mais de 400 <i>banners</i> com motivos natalinos.
ACP / Ponto Frio / Livrarias Curitiba / Academia Corpo Livre / Grupo Cequipel / Faculdades SPEI / Ecco Salva / Itaipu Binacional / Luvizotto / Gatronic / CDI / GVT	Dez./05	Campanha de Natal	Distribuição de cupons entre os clientes do comércio central e sorteio de 16 prêmios. A campanha distribuiu, aproximadamente, 560 mil cupons e movimentou R\$ 16.800 milhões.
Sec. Municipal do Meio Ambiente / Sec. Municipal do Urbanismo	Jan./06	Distribuição de Flores no Calçadão	Distribuição gratuita de 20 mil mudas de flores, na Rua das Flores. A distribuição de mudas visa incentivar a população a utilizar plantas ornamentais na manutenção das áreas particulares.
IBAMA / IPPUC	Mar./06	Biodiversidade no Calçadão	Ação para levar informação sobre biodiversidade e sobre as conferências das Nações Unidas. A Rua das Flores é pura biodiversidade, local propício para uma grande exposição. O projeto Nosso Ambiente está ajudando muita gente a entender o que cada um tem a ver com biodiversidade.
FCC	Mar./06	Cinema no Calçadão	Telão de 6m x 3m, instalado próximo ao Bondinho da Rua das Flores, exibindo um documentário produzido pela organização ambiental Instituto Brasil Selvagem, sobre alguns dos parques preservados existentes no Brasil.
ACP / FCC	Mar./06	Ponto Ativo	Projeto desenvolvido para moradores e comerciantes do centro, em que são realizadas atividades visando ao bem estar, à educação, à saúde e à cultura, através de atividades como Clube de leitura, Alfabetização digital, Atividades físicas e Qualidade de vida.
Sec. Municipal do Esporte, Lazer e Juventude / Prefeitura de Curitiba / FCC / Ruptura Grupo de Dança / Teatro Guaíra / UFPR / Companhia da Dança	Abr./06	Circuito de Dança de Curitiba	Sessões de dança do ventre e de salão, jazz e <i>street dance</i> vão animar a manhã de sábado de quem passar pela Rua das Flores. Um palco será montado na Boca Maldita para mostrar o trabalho desenvolvido pelas academias de dança de Curitiba.
ACP / Urbenauta	Abr./06	Viagem ao Centro de Curitiba	Passeio pelas ruas centrais, a fim de redescobrir cultura da cidade, belezas, encantos, memórias etc.
ACP / AutoPark	Jun./06	Estacione Fácil	Programa que visava gerar negócios no comércio central, oferecendo descontos em estacionamentos centrais para quem comprovasse ter consumido no comércio central.
ACP / UFPR / Sec. de Urbanismo	Jun./06	O carro deve voltar à Rua XV?	Debate sobre circulação restrita na Rua das Flores.
ACP / PMC	Ago./06	Hora Feliz	Restaurantes, lanchonetes e bares da Rua das Flores receberam decoração temática, música ambiente e cardápios diferenciados para atrair a população a frequentá-los entre 17h e 21h.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
ACP / Óticas Curitiba	Set./06	Óticas Curitiba	O antigo prédio da empresa Óticas Curitiba foi cedido e abrigará o Liceu do Ofício e um posto de informações turísticas, administrado pela FAS.
ACP / DIRETRAN	Out./06	Cidadão do Futuro	Ação que objetivou a educação no trânsito para o público infantil.
ACP / Grupo Malucelli / UFPR / Sec. de Urbanismo	Out./06	Prédio da antiga sede do Clube Curitibano	O antigo prédio do Clube Curitibano foi adquirido pelo Grupo Malucelli e cedido para utilização dos Cursos de Engenharia Civil e Arquitetura da UFPR, a fim de viabilizar a reforma do prédio, revitalizando as construções históricas da Rua das Flores.
ACP / PMC / Sec. Municipal de Segurança / Guarda Municipal	Nov./06	Ciclo de palestras sobre segurança no comércio	Ciclo de palestras "Segurança no Comércio de Curitiba". O encontro reuniu especialistas e autoridades da área: Prefeitura, secretários municipais da Defesa Social e do Urbanismo além da URBS.
HSBC	Nov./06	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
Defesa Social / Guarda Municipal	Nov./06	Natal da Gente Segura	Operação especial de apoio e reforço às ações de segurança no centro da cidade, mais movimentado a partir deste mês, em função da proximidade do Natal. A operação Natal da Gente Segura conta com efetivo especial de 122 guardas municipais que atuarão nos principais pontos da área central.
Assessoria Especial de Assistência a Pessoa com Deficiência / FAS / PMC	Dez./06	Caminhada Pessoas com deficiência	Cerca de 2.000 Pessoas com Deficiência (PCD) – auditiva, visual, mental ou motora – participaram da caminhada organizada pela Assessoria Especial de Assistência à Pessoa com Deficiência e da Pastoral da Pessoa com Deficiência. A caminhada faz parte da programação do Dia Internacional da Pessoa com Deficiência.
ACP	Dez./06	Mais brilho ao calçadão	Ação em que a Rua das Flores foi lavada. Foi a segunda ação realizada neste sentido.
ACP	Fev./07	Concurso Cultural	Premiação de um veículo para o consumidor que comprasse em alguma loja do comércio no centro da cidade e que fizesse a melhor resposta à pergunta: "Por que o melhor Natal da cidade está no centro de Curitiba?".
PMC / Sec. Municipal de Esporte e Lazer / Administração Regional Matriz	Fev./07	Despedida das férias	Festa de despedida do período de férias. Haverá brinquedos gigantes, cama elástica, piscina de bolinhas, jogos e pintura, tudo com a ajuda dos animadores.
Sec. Municipal da Saúde / Comissão de Saúde da Mulher / Fórum Popular de Mulheres / CGT / INSS / Centro de Planejamento Natural da Família / PUC / Tuiuti / UFPR / Amigas da Mama	Mar./07	Dia Internacional da Mulher	Comemorações do Dia Internacional da Mulher: atividades em barracas, prestando orientações em questões como Violência contra a mulher, DST/AIDS, Aleitamento materno, Medidas de prevenção da mortalidade materna, e também fazendo exames de saúde, como de prevenção ao câncer, medição de pressão arterial.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
SESC / Sec. Municipal do Esporte e Lazer	Mai./07	Dia do Desafio	Atividades programadas a cada 20 minutos, com apresentação de uma academia de ginástica ou de um grupo de dança de diferentes estilos: jazz, <i>street dance</i> , pagode, axé, disco e dança cigana.
Governo Federal / SENAD	Jul./07	Piratas, Estou Fora!!!	Ação para coibir e acabar com a ação do mercado informal (ambulantes) e a venda de materiais falsificados na Rua das Flores.
Sec. Municipal de Saúde	Ago./07	Dia de Combate ao Fumo	Tenda da Saúde, que oferece informações e orientações sobre o combate ao tabagismo. Os fumantes constituem a maior parte do público que procura a tenda para saber sobre os prejuízos causados à saúde pelo cigarro.
Conselho Regional de Educação Física / Departamento de Lazer da Sec. do Esporte e Lazer / Dom Bosco / Unibrasil / PUC / UFPR / Uniandrade / Unibem / Unicenp / Tuiuti	Ago./07	Orientação de profissionais de Educação Física	Os curitibanos que passam pela Rua das Flores recebem informações sobre a importância da atividade física. As dicas serão repassadas por técnicos.
ACP / Universidades de Barcelona, Bordeaux, Cincinatti, Ohio e Montevideu / Universidade Positivo	Set./07	Seminários internacionais Curitiba: Ateliês de Projeto Urbano	Seminário para apresentar o Projeto Centro Vivo e replicar conhecimentos sobre: paisagem da região central, aspectos históricos, culturais, de mobilidade e comerciais.
HSBC	Nov./07	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
PMC / FCC / Funarte / Ministério da Cultura	Nov./07	Cortejo Circense	A 9ª Convenção Brasileira de Malabarismo e Circo fará de Curitiba o ponto de encontro dos amantes da prática das artes circenses. Os destaques da programação são o cortejo e a noite de gala.
ACP / PMC / FACOP / SIEMACO / Service Clean Serviços de Limpeza do Paraná / Vigo Central de Serviços / Múltipla Terceirização / Higiserv Limpeza e Conservação / Brasanitas / Bravak Saneamento e Serviços / CAVO Serviço de Meio ambiente / CDN Limpeza, Conservação e Construção / Ecosystem Serviços Urbanos / Especial Plena Serviços / Obra Prima / Tecnolimp Conservação e Limpeza	Nov./07	Mais brilho no calçadão	Ação de lavagem da Rua das Flores. Foi a terceira ação realizada neste sentido e contou com 200 voluntários. Além do calçadão, as ruas transversais também foram lavadas.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
Defesa Social / PMC / Segway	Nov./07	Veículo elétrico para patrulhamento	Um novo sistema de segurança usará no patrulhamento duas unidades do Segway, veículo elétrico de duas rodas com capacidade para transportar uma pessoa em pé, que foram cedidas pelo fabricante, em comodato, para o Município.
Assessoria Especial de Assistência às Pessoas com Deficiência / FAS / PMC / Instituto Paranaense de Cegos	Dez./07	Dia Internacional da Pessoa com Deficiência	Mais de duas mil pessoas ligadas à luta em defesa dos direitos da pessoa com deficiência participaram de uma caminhada pela Rua das Flores, em comemoração ao Dia Internacional da Pessoa com Deficiência.
ACP / Defesa Social / Guarda Municipal	Dez./07	Natal da Gente Segura	A operação Natal da Gente Segura no centro da cidade atendeu a 57 solicitações desde que foi lançada. Entre as ocorrências atendidas, estão casos de flagrantes de roubo e furto, uso de entorpecentes e tumultos. No ano passado, a operação registrou 100 ocorrências no mesmo período.
IPPUC / ACP / PMC / FAS	Dez./07	Natal encantado	Circuito de eventos que contempla: Papai Noel, Duendes e a Banda Quebra-Nozes. Esses personagens circularão pelo centro da cidade e pelas lojas associadas ao Centro Vivo, levando alegria e o verdadeiro espírito do Natal.
ACP / Sec. de Segurança do Estado do Paraná / Polícia Civil e Militar / PMC	Mar./08	Mais segurança	Ações de segurança, incluindo instalação de mais 22 câmeras com rotação de 360 graus e zoom de aproximação na área comercial central de Curitiba.
ACP / Sec. Estadual da Fazenda / Sindicato Nacional dos Analistas Tributários / Dep. de Fiscalização da Sec. Municipal de Urbanismo / ABLAC	Abr./08	Fórum de debates ao combate a pirataria	Fórum que reuniu empresas do comércio central e alguns órgãos do poder público, a fim de discutir sobre o combate à pirataria em Curitiba.
SESC / Sec. Municipal do Esporte e Lazer	Mai/08	Dia do Desafio	O Dia do Desafio é uma campanha mundial de incentivo à prática regular de atividade física em benefício da saúde e do bem-estar. Ao longo do dia, as academias de dança ou de ginástica convidarão a população a fazer alguma atividade física.
ACP / Universidade Tuiuti / Sec. Municipal de Turismo / Cosméticos Tracta e Oxyless / Governo do Paraná / Clínica Bem Estar / Águas Ouro Fino / Gráfica Capital	Mai/08	Feira de Beleza	Durante cinco dias no mês de maio, na Rua das Flores, são ofertadas consultorias gratuitas (capilares, dermatológicas, nutricionais e de moda), a fim de impulsionar as vendas para o Dia das Mães.
IPPUC / PMC / Dep. de Parques e Praças da Sec. Municipal do Meio Ambiente	Mai/08	Novas floreiras na XV	A Rua das Flores ganha um colorido especial. A Prefeitura de Curitiba trocou as floreiras do calçadão por um novo modelo, criado para também comportar arbustos e flores de espécies nativas brasileiras.
ACP	Ago./08	Liquida Curitiba	Campanha a fim de fazer com que os comerciantes conveniados da ACP liquidem mercadorias, conjuntamente, durante 11 dias no ano, a fim de alavancar vendas em um período de retração do comércio.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
HSBC	Nov./08	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
ACP	Nov./08	Mais brilho ao calçadão	Ação de lavagem da Rua das Flores. Foi a quarta ação realizada nesse sentido, com 150 voluntários.
IPPUC / ACP / PMC / FAS	Dez./08	Natal encantado	Árvore de Cristal, de 12m de altura, feita com material reciclável, instalada na Rua das Flores.
ACP / Prefeitura de Curitiba / Fundo Municipal do Trabalho / Empresas de RH / Instituições de ensino / SESC / SENAC / SENAI / SEST / SEBRAE	Abr./09	Feira do Emprego e Capacitação Profissional	Atendimento a pelo menos 20 mil pessoas na feira e reunião de 83 empresas que oferecerão mais de 6.000 vagas de empregos e estágios, além de 20 mil vagas com inscrições ou matrículas gratuitas em cursos de capacitação e qualificação.
IBAMA / PMC	Jun./09	Exposição de Araucárias centenárias	Uma exposição aberta deu início às comemorações do Dia Mundial do Meio Ambiente. A Exposição Contagem Regressiva mostra troncos de araucárias centenárias abatidas ilegalmente e apreendidas pelo IBAMA, no Sul do Estado.
ACP	Ago./09	Liquida Curitiba	Campanha a fim de fazer com que os comerciantes conveniados da ACP liquidem mercadorias, conjuntamente, durante 11 dias no ano, a fim de alavancar vendas em um período de retração do comércio.
PMC / SMELJ / FCC	Set./09	Brincando na XV	O Brincando na XV acontece durante todo o ano, nos feriados, e não necessitam de inscrição prévia. São brincadeiras e eventos recreativos.
IPPUC / Sec. Municipal do Meio Ambiente / Sec. Municipal do Urbanismo	Set./09	Diminuição da poluição sonora	A Prefeitura de Curitiba multou quatro lojas no Calçadão da XV por poluição sonora. Além das multas, R\$ 1.500,00 para cada loja, outros 20 estabelecimentos foram notificados a cumprirem o limite estabelecido pela legislação municipal, que determina um volume sonoro abaixo de 65 decibéis para a região central da cidade.
ACP	Set./09	Feirão do imposto	Alertar os transeuntes da Rua das Flores sobre a carga tributária contida nos produtos do dia a dia.
ACP	Out./09	Qualificação Profissional do Comércio Varejista	Convênio para desenvolver projeto-piloto para capacitar empregados das empresas associadas à Universidade Livre do Comércio (ULC). O projeto atenderá inicialmente 60 trabalhadores no Município de Curitiba, que terão 40 horas/aula com foco no comércio varejista.
HSBC	Nov./09	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
ACP	Nov./09	Mais brilho ao calçadão	Ação de lavagem da Rua das Flores. Foi a quinta ação realizada neste sentido.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
PMC / Defesa Social / ACP	Dez./09	Operação especial de Natal	Polícia militar cede contingente para reforçar o policiamento especial na Rua das Flores.
Prefeitura de Curitiba / Coca Cola	Jun./10	Copa do Mundo	A segunda vitória do Brasil na Copa do Mundo foi acompanhada na Boca Maldita. O telão de 364 polegadas, instalado na Rua das Flores transmitiu ao vivo todas as emoções do jogo.
ACP / ALEP	Jun./10	Frente Parlamentar do Centro	Criação da Frente Parlamentar do Centro, composta por vereadores e deputados, a fim de fortalecer as ações do Centro Vivo.
ACP	Set./10	Feirão do imposto	Alerta aos transeuntes da Rua das Flores sobre a carga tributária contida nos produtos do dia a dia.
ACP	Set./10	Liquida Curitiba	Campanha a fim de fazer com que os comerciantes conveniados da ACP liquidem mercadorias, conjuntamente, durante 10 dias no ano, a fim de alavancar vendas em um período de retração do comércio.
FCC	Nov./10	Bondinho vira biblioteca	Ação para facilitar o acesso aos livros e difundir a cultura. Houve a inauguração do Bondinho da Leitura. Programa Curitiba Lê remodelou o histórico Bondinho da Rua das Flores, que passa a abrigar uma biblioteca.
HSBC	Nov./10	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
Conselho Municipal. dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência / Sec. Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência de Curitiba / FAS / Sec. Municipal do Trabalho e do Emprego, Saúde e Esporte e Lazer.	Dez./10	Dia Internacional da Pessoa com Deficiência	Mais de duas mil pessoas ligadas à luta em defesa dos direitos da pessoa com deficiência participaram de uma caminhada pela Rua das Flores, em comemoração ao Dia Internacional da Pessoa com Deficiência.
ACP / Polícia militar / Guarda Municipal	Dez./10	Operação especial de Natal	Turistas, comerciantes e moradores que circulam pelo eixo central de Curitiba passam a contar com segurança reforçada, com o início da Operação Especial de Natal. A operação especial prevê o reforço no efetivo da Guarda Municipal que faz o patrulhamento da região.
PMC / Conselho Regional de Educação Física / SESI / Dep. de Lazer da Sec. do Esporte e Lazer / Universidades Dom Bosco / Unibrasil / PUCPR / UFPR / Uniandrade / Unibem / Unicenp / Tuiuti	Abr./11	Saúde em Movimento	Todas as pessoas que passaram pela Rua das Flores tiveram acesso a informações sobre as melhores formas de manter a saúde em dia. Além disso, a população também recebeu folhetos sobre o combate à dengue.
ACP	Mai/11	Campanha Dia das Mães	Distribuição de cupons (tipo raspadinha) entre os clientes do comércio central e sorteio de prêmios para os ganhadores.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
Sec. do Esporte, Lazer e Juventude / Colégio e Faculdade Dom Bosco	Mai/11	Dia do Brincar	Grande evento na Boca Maldita em comemoração ao Dia Mundial do Brincar. Serão diversas atividades voltadas à família, com jogos e brincadeiras que visam ao desenvolvimento social, à integração e à diversão dos participantes.
ACP / FCC	Jun./11	Festa da Música	Quatro palcos montados ao longo da Rua das Flores, onde músicos profissionais e amadores puderam mostrar sua arte aos transeuntes durante um dia.
ACP / RIC TV / Globo FM e CBN / Sec. Municipal de Saúde	Jun./11	Loucos pela Vida. Drogas, tô fora!	Semana Antidrogas de Curitiba começa com uma caminhada contra a legalização das drogas.
PMC / ACP / Fundo Municipal do Trabalho / Sindicatos Patronais e de Empregados do Comércio	Jun./11	Portas Abertas	Diversas negociações foram feitas para que os comerciantes da Rua das Flores tivessem possibilidade de abrir suas portas aos consumidores em três domingos.
ACP	Set./11	Feirão do imposto	Alertar os transeuntes da Rua das Flores sobre a carga tributária contida nos produtos do dia a dia.
HSBC	Nov./11	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
Sec. dos Direitos da Pessoa com Deficiência de Curitiba / Sec. Municipal do Esporte, Lazer e Juventude / FCC	Dez./11	Dia Internacional da Pessoa com Deficiência	Cinco mil pessoas participaram da caminhada pela Rua das Flores, que marcou as comemorações do Dia Internacional da Pessoa com Deficiência em Curitiba.
PMC / SMELJ / FCC	Fev./12	Brincando na XV	O Brincando na XV acontece durante todo o ano, nos feriados, e não necessita de inscrição prévia. São brincadeiras e eventos recreativos.
PMC / ACP / Fundo Municipal do Trabalho / Sindicatos Patronais e de Empregados do Comércio	Mar./12	Portas Abertas	Diversas negociações foram feitas para que os comerciantes da Rua das Flores tivessem possibilidade de abrir suas portas aos consumidores em dois domingos.
Conselho Municipal dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência / Sec. Especial dos Direitos da Pessoa com Deficiência de Curitiba / FAS / Sec. Municipal do Trabalho e do Emprego, Saúde e Esporte e Lazer.	Abr./12	Dia Mundial da Conscientização do Autismo	Várias atividades marcaram em Curitiba o Dia Mundial da Conscientização do Autismo. Na Rua das Flores, entidades que atendem pessoas com autismo distribuíram material informativo.
Sec. do Esporte, Lazer e Juventude / PMC / FCC	Mai/12	Dia Mundial do Brincar	Grande festa na Boca Maldita em comemoração ao Dia Mundial do Brincar. Com diversas atividades lúdicas, recreativas e esportivas, o evento teve a participação de, aproximadamente, 15 mil pessoas.

Agentes responsáveis	Data	Ação	Detalhes da ação
Sec. Municipal. Antidrogas / Papo legal / Defesa Social / FCC	Jun./12	Caminhada Antidrogas	No Dia Internacional de Combate às Drogas, mais de três mil pessoas reuniram-se para participar da caminhada contra as drogas. A manifestação, que faz parte da 4ª Semana Antidrogas, seguiu pela Rua das Flores até a Boca Maldita e contou com o apoio dos comerciantes da região.
Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência / FAS / Sec. dos Direitos da Pessoa com Deficiência / Associação dos Deficientes Físicos do Paraná	Jun./12	Eu respeito	A campanha teve distribuição de cinco mil adesivos com a frase “EU RESPEITO” e cartazes com quatro mensagens: “Não bloqueie as guias rebaixadas”, “Dê preferência ao embarque e desembarque do ônibus”, “Dê preferência na travessia elevada de pedestre” e “Não pare em vagas preferenciais”.
ACP / SETRAN	Jun./12	Orientação serviços de entrega no Calçadão	Agentes dos setores de fiscalização e educação realizam trabalho de orientação, com entregadores que utilizam bicicletas e ciclistas que circulam pela Rua das Flores. Além das bicicletas, os agentes também vistoriam os carros que circulam no calçadão, para verificar se todos têm autorização da Prefeitura.
Sec. Municipal do Esporte, Lazer e Juventude / PUCPR	Ago./12	Festival de Dança de Curitiba	A Mostra Paralela continuará na Rua das Flores. Cada apresentação terá tempo máximo de quatro minutos para o infantil; cinco minutos para o juvenil; sete minutos para o adulto e doze minutos para o folclórico.
ACP	Set./12	Feirão do imposto	Alertar os transeuntes da Rua das Flores sobre a carga tributária contida nos produtos do dia a dia.
FAS / Spaipa S/A Coca Cola Indústria Brasileira de Bebidas	Set./12	Mascote oficial da Copa do Mundo	Apresentação do personagem mascote oficial da Copa do Mundo FIFA 2014, o Tatu-Bola. O personagem ficará no calçadão por aproximadamente dois meses.
ACP / SEBRAE / Junta Comercial	Out./12	Espaço do Empresário	Local desenvolvido para propiciar aos empresários do ramo comercial referências para consultas e esclarecimento de dúvidas comuns aos gestores. Realização de palestras, cursos, fóruns e consultoria nas áreas trabalhistas, tributária, de gestão e finanças.
HSBC	Nov./12	Coral de Crianças do Palácio Avenida	Show já consagrado nacionalmente, em que crianças cantam em coro músicas temáticas natalinas no Prédio Histórico Palácio Avenida, onde fica a sede do Banco HSBC.
FCC / IPPUC / PMC	Nov./12	Virada Cultural	Evento que atrai pessoas para as ruas com o intuito de proporcionar à população mais cultura.
ACP / PMC	Dez./12	Galeria de Luz	50 mil lâmpadas foram acesas na ação Galeria de Luz, na Rua das Flores. Também aconteceram espetáculos natalinos com bailarinos e acrobacias aéreas.
ACP / Sec. de Segurança do Estado do Paraná / Polícia Civil e Militar / PMC	Dez./12	Reforço na segurança do Centro	Reforço da segurança no centro da cidade para melhorar o comércio em período de Natal. Ronda permanente de 28 homens e instalação de câmeras de segurança.

Fonte: JUCEPAR (2017), organizado pela Autora.

APÊNDICE B – Compilação dos números de ações instauradas

Entidades Públicas	Entidades Privadas	Entidades Institucionais
Administração Regional Matriz	Academia Corpo Livre	Associação Brasileira de Lojistas de Artefatos e Calçados
Assembleia Legislativa do Paraná	Águas Ouro Fino	Associação Comercial do Paraná
Assessoria Especial de Assistência a Pessoa com Deficiência	AutoPark	Amigas da Mama
Centro Cultural Teatro Guaíra	Brasanitas – Empresa Brasileira de Saneamento e Comércio	Associação dos Deficientes Físicos do Paraná
Centro de Planejamento Natural da Família	Bravak Saneamento e Serviços	Central Geral dos Trabalhadores
CIMEC - Centro Integrado de Monitoramento Eletrônico de Curitiba	Cavo Serviço e Meio Ambiente S/A	Fórum Popular de Mulheres
Comissão de Saúde da Mulher	Central Brasileira de Notícias	Festival de Teatro de Curitiba
Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência	CDN Limpeza e Conservação e Construção	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
Conselho Regional de Educação Física	Clinica Bem Estar	Instituto Paranaense de Cegos
Defesa Social	Companhia da Dança	Instituto Brasileiro de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
Departamento de Fiscalização da Secretaria Municipal de Urbanismo	Cosméticos Tracta e Oxyless	Itaipu Binacional
Dep. de Lazer da Secretaria do Esporte e Lazer	Ecco Salva	Junta Comercial do Paraná
Diretoria de Trânsito de Curitiba	Ecosystem Serviços Urbanos	Papo legal
Fundação do Asseio e Conservação do Paraná	Empresas de RH	SEBRAE
Fundação de Ação Social	Especial Plena Serviços	SENAC
Fundação Cultural de Curitiba	Faculdades SPEI	SENAI
Fundo Municipal do Trabalho	Globo FM	SESC
Fundação Nacional de Artes	Gráfica Capital	SEST
Governo do Paraná	Grupo Cequipel	Sindicato dos Empregados em Empresas de Asseio e Conservação
Governo Federal	Grupo Malucelli	Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria do Paraná
Guarda Municipal	GVT	Sindicato Nacional dos Analistas Tributários
Instituto Nacional de Seguridade Social	Higiserv Limpeza e Conservação	Sindicatos Patronais e de Empregados do Comércio

Entidades Públicas	Entidades Privadas	Entidades Institucionais
Ministério da Cultura	HSBC	Universidade de Barcelona
Prefeitura Municipal de Curitiba	Livrarias Curitiba	Universidade de Bordeaux
Polícia Civil	Luvizotto	Universidade de Cincinatti
Polícia Militar	Megatronic	Universidade de Montevideu
Secretaria de Segurança do Estado do Paraná	Moinho Anaconda	Universidade de Ohio
Secretaria de Segurança Municipal	Multipla Terceirização	
Secretaria de Urbanismo	Obra Prima S/A Tecnologia e Administração de Serviços	
Secretaria dos Direitos da Pessoa com Deficiência	Óticas Curitiba	
Secretaria Estadual da Fazenda	Ponto Frio	
Secretaria Municipal Antidrogas	PUCPR	
Secretaria Municipal de Saúde	RIC TV	
Secretaria Municipal de Turismo	Ruptura Grupo de Dança	
Secretaria Municipal do Meio Ambiente	Segway	
Secretaria Nacional de Defesa	Service Clean Serviços de Limpeza do Paraná	
Secretaria Estadual da Fazenda	Spaipa S/A Coca Cola Indústria Brasileira de Bebidas	
Secretaria Nacional de Políticas Sobre Drogas	Tecnolimp Conservação e Limpeza	
Secretaria Municipal de Trânsito	Universidade Tuiuti	
Secretaria Municipal do Esporte, Lazer e Juventude	Uniandrade	
Universidade Federal do Paraná	Unibem	
	Unibrasil	
	Unicenp	
	Universidades Dom Bosco	
	Urbanauta	
	Vigo Central de Serviços	

Fonte: JUCEPAR (2017), organizado pela Autora.

APÊNDICE C – Empresas comerciais abertas (e encerradas) entre 2005 e 2012

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Espaço do Calçado	Rua XV de Novembro	260	13/01/2005		960	1
Extrafase – Assessoria de Recuperação de Crédito – EPP	Rua XV de Novembro	270	21/01/2005		829, 823	2
Breed Copy – Comércio de Material. Didático e Serviços de Fotocópias	Rua XV de Novembro	556	28/01/2005		476, 478	2
Arras – Comércio de Alimentos	Av. Luís Xavier	65	14/02/2005		561	1
Ibiza-sul – Comércio de Veículos Especiais e Materiais para Sinalização	Av. Luís Xavier	68	18/02/2005		829, 823	2
C V Saudável – Comércio de Alimentos	Av. Luís Xavier	103	28/02/2005		960	1
Neide Cipriano Renostro Confecções – ME	Rua XV de Novembro	444	09/03/2005		478	1
CBBC – Administração de Bens Sociedade	Rua XV de Novembro	430	18/03/2005		829	1
Michelle Cristina Brune Mariano Confecções	Rua XV de Novembro	430	24/03/2005		478	1
Vip Restaurantes	Av. Luís Xavier	103	29/03/2005		960	1
Santos e Sobrinho Cosméticos e Perfumaria – ME	Rua XV de Novembro	171	31/03/2005		477	1
Tedds Produções – EPP	Rua XV de Novembro	266	31/03/2005		823, 731, 711, 702, 591, 464, 646	7
Northstar Trading Finance – Administração & Participações	Av. Luís Xavier	68	13/04/2005		646, 472, 468	3
Colizeu Nassau Serviços de Apoio Previdenciário	Rua XV de Novembro	556	15/04/2005		702	1
Irmãos Lara Martins	Av. Luís Xavier	68	25/04/2005		478	1
Estilo Próprio – Comércio do Vestuário	Rua XV de Novembro	468	03/05/2005		829	1
Kibe da Boca – Lanches e Refeições	Av. Luís Xavier	68	16/05/2005		561, 478	2
Tramontina & Vieira	Rua XV de Novembro	399	18/05/2005		773	1
Ótica Expert – ME	Av. Luís Xavier	68	24/05/2005		960	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
KM Comercial – Importadora e Exportadora de Cosméticos e Equipamentos de Segurança	Av. Luís Xavier	68	01/06/2005		477, 476, 475, 467, 466, 464	6
Distribuidora Curitiba de Papéis e Livros	Av. Luís Xavier	78	22/06/2005		472	1
Praticserv – Serviço Prático de Documentação	Rua XV de Novembro	266	22/06/2005		859	1
Aaf Susi Comércio de Calçados – Eireli	Av. Luís Xavier	103	23/06/2005		478, 476	2
Jovane Martins – Acessórios do Vestuário	Rua XV de Novembro	582	28/06/2005		952	1
M&G – Importação e Comércio	Av. Luís Xavier	68	05/07/2005		468, 467, 465, 464, 453, 823	6
Fausta Pereira da Silva	Rua XV de Novembro	358	06/07/2005		821, 749, 741, 639, 478	5
Lalec Administração e Participações	Rua XV de Novembro	551	08/07/2005		952	1
Hikari Bijouterias	Rua XV de Novembro	99	18/07/2005		960	1
Maria Aparecida Telles Mattioli	Rua XV de Novembro	261	19/07/2005		960	1
Ivone de Oliveira Cruz	Rua XV de Novembro	41	10/08/2005		475	1
Jefferson Cesar Brune Rodrigues – Confecções	Rua XV de Novembro	430	16/08/2005		478	1
S F Francisco – Eletroeletrônicos	Rua XV de Novembro	584	18/08/2005		475, 821	2
Confecções Bernardino	Rua XV de Novembro	444	19/08/2005		960	1
Plasaulo – Comércio de Plásticos	Rua XV de Novembro	279	19/08/2005		472, 960	2
Luk – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	329	26/08/2005		960	1
Maria Lenita Patesser	Rua XV de Novembro	584	06/09/2005		475, 478	2
Ramon Muller Domingues	Rua XV de Novembro	41	12/09/2005		821, 749, 741, 639, 561	5
Dolce Estillo – Confecção e Comércio de Roupas	Rua XV de Novembro	420	19/09/2005		960	1
Santos e Anaya	Rua XV de Novembro	44	19/09/2005		960	1
Empresa Nova União de Participações	Av. Luís Xavier	68	27/09/2005		960	1
Lady Muller Prestação de Serviços	Rua XV de Novembro	632	27/09/2005		952	1
Luiz A. de Oliveira – Presentes – ME	Rua XV de Novembro	444	04/10/2005		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
M. Jomaa – Importação e Exportação de Produtos Odontológicos	Rua XV de Novembro	297	04/10/2005		952	1
P. Ercole & Cia – ME	Rua XV de Novembro	297	06/10/2005		662, 960	2
Itly Comércio de Utilidades Domésticas	Av. Luís Xavier	68	07/10/2005		478	1
Weiss & Weiss – ME	Rua XV de Novembro	444	07/10/2005		960	1
Brainiac Comércio de Produtos Óticos	Rua XV de Novembro	72	25/10/2005		478, 477, 475	3
Jabberjaw Comércio de Produtos Óticos	Av. Luís Xavier	68	25/10/2005		478, 477, 561	3
Sintática Editorial – Comunicação	Rua XV de Novembro	556	25/10/2005		731, 702, 639, 620, 591, 581, 182, 181, 478	9
Telma Luiza Rocha Rosa Confecções	Rua XV de Novembro	358	26/10/2005		475	1
Carlos Custódio Wolff	Av. Luís Xavier	68	03/11/2005		478, 476, 475, 331, 960	5
Amrc Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	413	02/12/2005		478	1
Ars Comércio de Materiais Fotográficos	Rua XV de Novembro	130	05/12/2005		478	1
V. S. Jeans – Comércio de Roupas	Rua XV de Novembro	60	09/12/2005		960	1
Nelci Blazio Pedroni	Rua XV de Novembro	468	12/12/2005		960	1
Gipiela e Iachtechen	Rua XV de Novembro	420	13/12/2005		478, 476	2
Lumina Empreendimentos Imobiliários	Rua XV de Novembro	270	13/12/2005		682, 960	2
Douglas Jeflyn Armstrong da Veiga Santos	Rua XV de Novembro	164	15/12/2005		478, 476, 474, 182, 461	5
Monteiro & Lleiro	Av. Luís Xavier	68	15/12/2005		960	1
Play Book Stúdio Fotográfico	Rua XV de Novembro	270	15/12/2005		960	1
Marcio Muraro Perez – EPP	Rua XV de Novembro	99	19/12/2005		461	1
Sandra Maria dos Santos Gomes Sarmento	Rua XV de Novembro	420	21/12/2005		476, 692	2
Pelanda – Agenciamento de Negócios	Rua XV de Novembro	73	10/01/2006		960	1
Angela M. B. dos Santos – Confecções	Rua XV de Novembro	359	17/01/2006		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Gonzaga – Assessoria Empresarial	Rua XV de Novembro	556	18/01/2006		581, 476	2
Distribuitex – Distribuidora de Produtos Alimentícios	Av. Luís Xavier	68	25/01/2006	16/11/2010	960	1
Viastar Latino-américa Telecomunicações	Rua XV de Novembro	329	02/02/2006	12/01/2007	478	1
Cositel – Consultoria em Sistema de Transmissão de Energia	Rua XV de Novembro	297	09/02/2006		960, 447, 429, 422	4
A. L. Rosa & Cia	Rua XV de Novembro	444	21/02/2006		478	1
El Khatib – Cafeteria	Av. Luís Xavier	103	21/02/2006		472, 478	2
AK Sapataria & Armarinhos	Av. Luís Xavier	68	10/03/2006		960	1
Anderson Aparecido Nunes & Cia	Rua XV de Novembro	266	10/03/2006		478	1
Futuro do Móvel – Comércio de Móveis	Rua XV de Novembro	12	13/03/2006	31/12/2006	960, 477	2
Furlaneto – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	575	15/03/2006		476, 478	2
Infotassi Comércio e Distribuidora de Produtos de Informática	Av. Luís Xavier	68	15/03/2006		960	1
Kaiser Consultoria Empresarial e Investimentos – EPP	Rua XV de Novembro	556	17/03/2006		702, 821	2
Odair de Oliveira – Vestuário	Rua XV de Novembro	420	17/03/2006		478, 476	2
Cesar Renato Lee e Cia	Rua XV de Novembro	444	22/03/2006		478	1
Restaurante e Lanchonete Cavagnollo	Rua XV de Novembro	500	29/03/2006		960	1
Alex Adamo Mota Nascimento	Av. Luís Xavier	68	07/04/2006		461	1
Ana Paula Ruy	Rua XV de Novembro	430	24/04/2006		478, 475	2
Premier Sabor e Saúde – Doces e Salgados	Rua XV de Novembro	584	26/04/2006		960	1
Acesso Cobrança e Cadastro	Av. Luís Xavier	68	10/05/2006		829, 821	2
Diovani G. Frare – Confecções	Rua XV de Novembro	444	11/05/2006		522	1
Emparc Relojoaria	Av. Luís Xavier	68	11/05/2006		960	1
Caudé Bijuterias	Rua XV de Novembro	570	18/05/2006		682	1
Francine Ribeiro & Cia	Rua XV de Novembro	279	18/05/2006		749	1
THE Assessoria Empresarial	Rua XV de Novembro	556	18/05/2006	01/04/2007	859	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Melissa R.Vicentini Artigos Esportivos	Rua XV de Novembro	444	23/05/2006		476, 960	2
Gygio & Mica Comércio de Confecções	Rua XV de Novembro	420	26/05/2006		821	1
Maysa Fernanda Cordeiro Paiva	Rua XV de Novembro	182	26/05/2006		461	1
Ponto de Luz – Artigos para Presentes	Rua XV de Novembro	359	30/05/2006		960	1
CW Comércio Varejista de Cosméticos e Perfumaria	Rua XV de Novembro	506	05/06/2006	17/07/2007	478	1
GAD Comércio Varejista de Cosméticos e Perfumaria	Rua XV de Novembro	413	07/06/2006	17/07/2007	829	1
IGA Comércio Varejista de Cosméticos	Rua XV de Novembro	171	07/06/2006	17/07/2007	478	1
Silk & Luck Confecções	Rua XV de Novembro	359	07/06/2006		823	1
Magda Penha de Oliveira Sales	Rua XV de Novembro	468	08/06/2006		477	1
F. B. Fotocopiadora	Rua XV de Novembro	270	20/06/2006		952	1
Marcela Strobel Wosniaki – EPP	Av. Luís Xavier	22	23/06/2006		960	1
Dental. Curitiba – Comércio de Produtos Odontológicos	Rua XV de Novembro	168	10/07/2006		464, 461, 960	3
N. M. Erbs – Confecções	Rua XV de Novembro	359	10/07/2006		478	1
BCM Turismo	Av. Luís Xavier	68	13/07/2006		791	1
Abel dos Santos – Informática	Rua XV de Novembro	297	18/07/2006		475	1
Trishop – Promoção e Serviços	Rua XV de Novembro	332	18/07/2006		561	1
E. Godoi & J. Belo	Rua XV de Novembro	297	24/07/2006	28/07/2010	445	1
Misael & Appel – Comércio de Vestuário	Rua XV de Novembro	358	27/07/2006		900	1
Vitaluz – Comércio de Equipamentos de Informática	Rua XV de Novembro	297	01/08/2006		829	1
D W L – Soluções em Informática	Rua XV de Novembro	297	07/08/2006		711	1
S. Rua Vieira & Cia – ME	Rua XV de Novembro	444	11/08/2006		476	1
MWM Feiras & Eventos	Rua XV de Novembro	420	23/08/2006		478	1
Maxxi Saúde – Corretora	Rua XV de Novembro	297	29/08/2006		960	1
Edmorba – Acessórios e Peças para Autos	Av. Luís Xavier	68	13/09/2006		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Reservando Turismo	Rua XV de Novembro	270	13/09/2006		791, 774, 960	3
Gramari – Comércio de Roupas e Acessórios	Rua XV de Novembro	468	25/09/2006		960	1
Carlos Roberto Araújo Filho – Desenvolvimento de Sistemas	Rua XV de Novembro	178	30/10/2006		478	1
Chocomenta – Produtos Artesanais	Rua XV de Novembro	16	31/10/2006		960	1
E. C. Ferreira Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	31/10/2006		436, 433, 682	3
Logika Participações e Administração de Bens Próprios	Rua XV de Novembro	297	08/11/2006		821	1
Nadolny e Nadolny - Comércio de Artigos de Vestuário – ME	Rua XV de Novembro	430	13/11/2006		960	1
Dair Sullivan da Silva	Rua XV de Novembro	430	20/11/2006		478	1
Amigão Consultoria e Negócios	Rua XV de Novembro	621	21/11/2006		960, 467, 464, 463, 461, 453	6
Pro-agil Recursos Humanos	Av. Luís Xavier	68	21/11/2006		960	1
Recrutare - Administração e Serviços – Eireli	Rua XV de Novembro	297	23/11/2006		812, 829	2
Riad – Comércio de Brinquedos Eletrônicos em Geral	Rua XV de Novembro	420	23/11/2006		960	1
Mix Radiodifusão	Av. Luís Xavier	68	24/11/2006		731, 478	2
Pro-agil Trabalho Temporário	Av. Luís Xavier	68	29/11/2006		960	1
Copas – Importadora e Exportadora	Av. Luís Xavier	68	07/12/2006		476, 468, 467, 465, 464, 453	6
Duplique – Créditos e Cobranças	Rua XV de Novembro	556	11/12/2006		476	1
Master – Importadora e Exportadora	Av. Luís Xavier	68	12/12/2006		468, 467, 465, 464, 453, 478	6
Pecan – Assessoria em Turismo	Rua XV de Novembro	362	14/12/2006		821, 749, 741, 639, 478	5
Silvino José Marques	Rua XV de Novembro	556	20/12/2006		464	1
Diva – Artigos de Beleza e Higiene Pessoal – EPP	Rua XV de Novembro	171	04/01/2007	18/01/2011	960	1
Leandro José Estock	Rua XV de Novembro	444	16/01/2007		475, 829	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
RH Franquia – Assessoria em Recursos Humanos – Eireli	Av. Luís Xavier	68	24/01/2007		702, 631, 960	3
Francisco José da Silva Verissimo	Av. Luís Xavier	68	31/01/2007		478	1
Binworks Design Gráfico	Av. Luís Xavier	68	01/02/2007		960	1
Varig Logística SA	Rua XV de Novembro	556	06/02/2007		478	1
C. Telles – Sistemas de Informação	Rua XV de Novembro	556	13/02/2007		960	1
Deonizio Ferreira da Cruz	Rua XV de Novembro	584	14/02/2007		478	1
Zlato Impex – Comércio, Distribuição, Importação e Exportação	Rua XV de Novembro	297	27/02/2007		620	1
Willen – Comércio de Calçados e Acessórios	Rua XV de Novembro	270	05/03/2007		478	1
Artc Cob – Assessoria Empresarial.	Av. Luís Xavier	68	08/03/2007		960	1
J. A. P. Marques – Artigos de Vestuário	Rua XV de Novembro	358	27/03/2007		478	1
Mauricio Mafra	Rua XV de Novembro	468	05/04/2007		478	1
Valepe – Comércio de Confecções	Av. Luís Xavier	68	05/04/2007		475, 464, 478	3
Sergio Sleiman Ali	Av. Luís Xavier	68	11/04/2007		960	1
F. I. Comércio de Jóias e Bijuterias	Rua XV de Novembro	279	16/04/2007		749, 478, 464, 478	4
Tabatschnic, Domingues & Cia	Rua XV de Novembro	467	24/04/2007		932	1
Lugenda – Assessoria e Consultoria Empresarial	Rua XV de Novembro	362	25/04/2007		478	1
2RS – Prestação de Serviços de Beleza	Rua XV de Novembro	270	30/04/2007		18/05/1902	1
Polly – Serviços Ópticos	Av. Luís Xavier	68	08/05/2007		960	1
AFZ – Comércio de Roupas – Eireli – EPP	Rua XV de Novembro	141	11/05/2007		960	1
Sob Medida – Lanchonete – ME	Rua XV de Novembro	556	15/05/2007		931	1
STR – Comércio de Roupas – EPP	Rua XV de Novembro	384	17/05/2007		478, 475	2
Marcelo Silva Brustolim	Av. Luís Xavier	68	28/05/2007		620, 475, 952	3
Maria Isabel Farias Gaspar – ME	Rua XV de Novembro	266	28/05/2007		477, 478	2
Schnaider – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	444	31/05/2007		960	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Mauro Milani – Serviços de Tatuagem e Body Piercing	Av. Luís Xavier	68	04/06/2007		478, 476	2
AND – Cosméticos e Perfumaria	Rua XV de Novembro	413	05/06/2007	19/02/2008	960, 960, 477	3
DEB – Cosméticos e Perfumaria – ME	Rua XV de Novembro	506	12/06/2007	17/01/2011	859	1
Claudia Zeneide da Rocha Paulino – Confecções	Rua XV de Novembro	420	14/06/2007		446	1
Aval Cred – Serviços Financeiros	Rua XV de Novembro	297	22/06/2007		960	1
Jane Catarina Wulhynek Herino	Rua XV de Novembro	556	22/06/2007		952	1
Marilza de Fátima Rosa	Av. Luís Xavier	68	03/07/2007		822	1
Dionem Maicom da Silva	Rua XV de Novembro	444	04/07/2007		478	1
Preza e Lopez – Comércio de Roupas e Acessórios	Rua XV de Novembro	584	04/07/2007		561	1
Ling – Comércio de Calçados – Eireli – EPP	Rua XV de Novembro	585	25/07/2007		960	1
Maria Inez Bernardes	Rua XV de Novembro	358	30/07/2007		478	1
Vanessa Fiori Sosari	Rua XV de Novembro	420	15/08/2007		960	1
M. C. Schnaider – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	444	16/08/2007		478, 900	2
Receiver – Assessoria e Cobrança	Rua XV de Novembro	266	28/08/2007		829	1
Melhores Planos – Representação e Prestação de Serviços	Rua XV de Novembro	297	03/09/2007		478	1
Collected – Assessoria em Gestão Empresarial SA	Rua XV de Novembro	420	06/09/2007		960	1
Maria Odete borges	Rua XV de Novembro	468	19/09/2007		478	1
Restaurante e Lanchonete Sobutka	Rua XV de Novembro	145	24/09/2007	13/09/2010	781	1
Ekta Comercial	Rua XV de Novembro	122	03/10/2007		561	1
Serafina Aparecida de Lima – Cabelereiros – ME	Av. Luís Xavier	68	03/10/2007		960	1
Raia SA	Rua XV de Novembro	18	08/10/2007		478	1
Rosalina Corazza dos Santos – Fotos e Vídeos	Rua XV de Novembro	468	08/10/2007		742, 478, 141, 478	4
Stander – Assessoria e Cobrança	Rua XV de Novembro	266	11/10/2007		474	1
Allan Diego da Silva Modas – ME	Rua XV de Novembro	584	18/10/2007		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Era Park Rent a Car – Locadora de Veículos	Rua XV de Novembro	297	24/10/2007	01/07/2010	475	1
Derbli & Santander – Serviços Médicos	Rua XV de Novembro	279	26/10/2007		813	1
Moda da Mulher Confecções	Rua XV de Novembro	420	07/11/2007		469	1
Sergio Ferreira Dias Amma – Informática e Sistemas	Av. Luís Xavier	68	13/11/2007		620, 475, 478	3
Calçadão – Comércio de Chocolates – EPP	Rua XV de Novembro	35	14/11/2007		960	1
Viviane Alfini Bolsi	Rua XV de Novembro	41	14/11/2007		478, 952, 960	3
Eletro House – Comércio de Equipamentos – Eireli	Av. Luís Xavier	68	19/11/2007		475, 476, 478	3
Reis Marques – Eireli – EPP	Rua XV de Novembro	556	06/12/2007		960	1
Alan Bruno Ferreira Modas	Rua XV de Novembro	584	13/12/2007		478	1
M. V. de Almeida & Cia	Rua XV de Novembro	329	17/12/2007		476, 960, 773	3
MSW – Viagens e Turismo	Rua XV de Novembro	362	18/01/2008		799	1
Marcelo & Adriano – Lan House	Rua XV de Novembro	430	23/01/2008		829	1
Serv-doc – Serviços de Documentação	Rua XV de Novembro	266	07/02/2008		829	1
Multi Iorc – Produtos Odontológicos	Rua XV de Novembro	570	13/02/2008		823	1
Antunes & da Mata	Rua XV de Novembro	430	19/02/2008		475	1
Reis & Reis	Rua XV de Novembro	396	19/02/2008		475, 960	2
WW. Fashion & Cia – EPP	Rua XV de Novembro	358	22/02/2008		478	1
Locadora de Veículos Era Park	Rua XV de Novembro	297	04/03/2008		960	1
COP – Cosméticos e Perfumaria	Rua XV de Novembro	413	14/03/2008	25/01/2011	478	1
Cia Hering	Rua XV de Novembro	431	17/03/2008		960	1
D. R. Moraes – Engenharia	Av. Luís Xavier	68	18/03/2008		681, 474, 443, 429, 412, 411, 475	7
Sepha – Comércio de Cosméticos	Rua XV de Novembro	294	27/03/2008		477, 960	2
Interceu – Corretora de Seguros	Rua XV de Novembro	297	15/04/2008		478	1
Salete T. do Nascimento Queiroz – Presentes	Rua XV de Novembro	468	24/04/2008		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Pilati & Boos – Administradora de Bens	Rua XV de Novembro	270	20/05/2008		562, 561	2
Scheila Valerio	Av. Luís Xavier	79	26/05/2008		478	1
H. Ferro Neto – Tradução e Consultoria em Idiomas – ME	Av. Luís Xavier	68	03/06/2008		749, 960	2
Comércio e Manutenção de Celulares Oliveira	Rua XV de Novembro	430	04/06/2008		475, 631	2
Barcelona Locação de Imóveis	Rua XV de Novembro	591	06/06/2008		960	1
Costin & Karpinski	Rua XV de Novembro	605	06/06/2008	06/03/2009	960	1
Montipaz Luthier – Instrumentos Musicais	Av. Luís Xavier	68	17/06/2008		960	1
Jamilto & Marcione – Instalações Elétricas	Rua XV de Novembro	297	18/06/2008		821	1
Sergio Luís Muschitz	Av. Luís Xavier	68	20/06/2008		477, 477	2
Avisa Cred – Serviços Financeiros e Corretora de Seguros de Vida e Capitalização de Previdência Privada	Rua XV de Novembro	297	23/06/2008		960	1
Ariane Pacheco Bittencourt	Av. Luís Xavier	68	26/06/2008		960	1
HSK Confecções	Av. Luís Xavier	68	27/06/2008		476	1
Atrium – Soluções Inteligentes – EPP	Rua XV de Novembro	16	02/07/2008		960	1
Central do Ouro – Joalheria	Rua XV de Novembro	266	08/07/2008		478, 321, 253, 960	4
Chadia Hachem	Rua XV de Novembro	468	23/07/2008		960	1
Maike Bruinje – Cabeleireiros	Rua XV de Novembro	444	25/07/2008		478, 477, 478	3
Biell – Comércio de Roupas e Acessórios	Rua XV de Novembro	430	01/08/2008	01/11/2009	960	1
BR – Consultoria previdenciária	Av. Luís Xavier	68	05/08/2008		960	1
NEK – Comércio de Calçados - EPP	Rua XV de Novembro	61	05/08/2008		960	1
Consultel – Consultoria e Gestão Empresarial	Rua XV de Novembro	556	07/08/2008		702, 692, 642	3
Premier – Corretora de Seguros	Rua XV de Novembro	297	11/08/2008		472	1
Exclusiva – Comércio de Bijuterias	Rua XV de Novembro	597	13/08/2008		646	1
R. Muacatti - Semi-joias	Rua XV de Novembro	430	19/08/2008		441, 412	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
JD Comércio de Roupas	Rua XV de Novembro	468	22/08/2008		692	1
Teutotec	Av. Luís Xavier	68	27/08/2008		829	1
Manuel Messias Menezes Barroso – Eletrônicos	Rua XV de Novembro	420	04/09/2008		960	1
Moria – Eventos e Treinamentos Profissionais	Rua XV de Novembro	297	04/09/2008		681, 649	2
Barth Games	Rua XV de Novembro	420	10/09/2008		952, 476, 475	3
Ivone Semchechen	Rua XV de Novembro	468	15/09/2008		859	1
Instig Monitor – Informações Estratégicas	Rua XV de Novembro	362	23/09/2008	06/02/2012	960	1
J. Z. Importação e Exportação de Artigos Têxteis	Rua XV de Novembro	444	30/09/2008		22/04/1901	1
América Importadora e Exportadora	Av. Luís Xavier	68	03/10/2008		476, 468, 467, 465, 464, 453	6
Elaine Cristina da Silva	Rua XV de Novembro	444	21/10/2008		478	1
Gráfica Curitiba Online	Rua XV de Novembro	468	31/10/2008		182, 181, 478	3
Eroni Minichik Confecções	Rua XV de Novembro	420	05/11/2008		960	1
SAMDU – Serviços de atendimento médico domiciliar e urgência	Rua XV de Novembro	219	01/12/2008		900	1
Clair da Flora Martins – Imóveis	Rua XV de Novembro	467	02/12/2008		681, 411	2
T. H. Ziem	Rua XV de Novembro	430	02/12/2008		821	1
Canal de Ingresso – Comércio e Locação de Equipamentos Eletrônicos	Av. Luís Xavier	68	03/12/2008	21/12/2009	951	1
Luiz Carlos dos Santos – Cadastros	Av. Luís Xavier	68	05/12/2008		692	1
Maria de Lourdes Cidral de Oliveira	Av. Luís Xavier	68	08/12/2008		731, 471	2
Dalvest – Comércio de Confecções	Rua XV de Novembro	359	10/12/2008		478, 477, 829	3
Jose Souza dos Santos – Serigrafia	Av. Luís Xavier	68	15/12/2008		960	1
Mayer – Serviços de Apoio Empresarial	Rua XV de Novembro	297	18/12/2008		823, 742	2
Adimpla – Administradora de Crédito e Cobrança	Rua XV de Novembro	556	08/01/2009		829	1
Subsand – Lanchonete – Eireli	Av. Luís Xavier	79	21/01/2009		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Marilze do Rocio Schultz – Promoções e Eventos	Av. Luís Xavier	68	26/01/2009		478	1
Resplandecer – Comércio de Roupas	Rua XV de Novembro	430	03/02/2009		561	1
Andre Francisco da Silva	Rua XV de Novembro	675	06/02/2009		561	1
Luiz Henrique Bachega	Av. Luís Xavier	68	10/02/2009		960	1
W. Jabra – Tatuagem	Rua XV de Novembro	420	11/02/2009		960	1
Mariana de Fátima Matias dos Santos	Av. Luís Xavier	68	13/02/2009		811, 141	2
P. S. M. Comércio de Alimentos	Rua XV de Novembro	585	17/02/2009		477	1
Emdoc Curitiba – Serviços de Realocação	Rua XV de Novembro	556	20/03/2009		478	1
Chee Lanches – EPP	Rua XV de Novembro	500	23/03/2009		561, 478	2
Escritório Contábil dal Negro	Av. Luís Xavier	68	23/03/2009		465	1
Bem – Promotora de Vendas e Serviços SA	Rua XV de Novembro	172	24/03/2009		829, 821	2
Banco Santander (Brasil) SA	Rua XV de Novembro	268	26/03/2009		960	1
Dependência Confeções	Rua XV de Novembro	444	27/03/2009		960	1
Consult – Serviços Administrativos	Av. Luís Xavier	68	03/04/2009	31/10/2010	859	1
Phrix – Comércio, Importação e Exportação	Av. Luís Xavier	68	07/04/2009		476, 475, 453, 960	4
Mastereng – Comércio & Serviços	Av. Luís Xavier	68	23/04/2009		478	1
Daniele Aparecida Ferreira – Modas	Rua XV de Novembro	42	28/04/2009		960	1
Diva – Centro da Mulher – Eireli	Rua XV de Novembro	171	28/04/2009		477, 960	2
Diva e Mulher – Salão de Beleza	Rua XV de Novembro	500	29/04/2009		477, 960	2
W. M. G. G. – Administração e Participações SA	Av. Luís Xavier	68	07/05/2009		17/08/1902	1
Rita de Cássia Echterhoff Coraiola	Rua XV de Novembro	468	13/05/2009		478	1
Itaú Unibanco SA	Av. Luís Xavier	79	14/05/2009		642, 642, 960	3
Carneiro & Oliveira Engenharia e Construções – EPP	Av. Luís Xavier	68	18/05/2009		478	1
União Cristal – Confeções	Rua XV de Novembro	335	20/05/2009		960	1
Valdenir Roberto Garcia e Cia	Rua XV de Novembro	374	20/05/2009		960	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Polichuk – Drogeria	Av. Luís Xavier	68	02/06/2009		960	1
Expp – Assessoria & Consultoria	Rua XV de Novembro	266	04/06/2009		773	1
J. B. da Silva – Confecções	Rua XV de Novembro	444	05/06/2009		951	1
Talismã – Importadora e Exportadora	Av. Luís Xavier	68	12/06/2009		478, 477	2
ECG – Consultoria e Gestão Imobiliária	Rua XV de Novembro	297	16/06/2009		562	1
Youssef Abdallah & Cia	Rua XV de Novembro	74	22/06/2009		478	1
Edmir Aires Farias Construção Civil	Rua XV de Novembro	297	29/06/2009		412	1
R. E. M. A. – Administradora de Bens	Rua XV de Novembro	269	30/06/2009		960	1
TV Sul – Comércio Eletrônico	Av. Luís Xavier	68	01/07/2009		646, 478, 477, 476, 475, 960	6
Marcelo Luiz de Oliveira Sales – Eletrônicos	Rua XV de Novembro	468	07/07/2009		951	1
R. B. de Padua – Importação e Exportação	Rua XV de Novembro	556	09/07/2009		469, 649	2
F. & F. Ricciardi	Rua XV de Novembro	99	10/07/2009		476	1
Bovo & Stella – Serviços Associados	Rua XV de Novembro	556	20/07/2009		821	1
Percorrer-PR – Artigos Esportivos	Rua XV de Novembro	47	23/07/2009		931	1
Turesso & Turesso	Rua XV de Novembro	420	27/07/2009	18/08/2010	960	1
Kelly C. Finger	Rua XV de Novembro	297	05/08/2009		477	1
J.D. Comunicações	Rua XV de Novembro	86	07/08/2009		821, 619, 475, 461, 960	5
JHN – Serviços Administrativos – EPP	Av. Luís Xavier	110	07/08/2009		960	1
Editora JAB	Av. Luís Xavier	68	11/08/2009		474	1
Golden Life – Corretora de Seguros	Rua XV de Novembro	297	19/08/2009		829, 731	2
Probras – Componentes Técnicos Industriais	Av. Luís Xavier	68	19/08/2009		960	1
JCP – Sapataria & Costura	Av. Luís Xavier	68	20/08/2009		17/08/1902	1
Click Comercial	Rua XV de Novembro	122	25/08/2009		829	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Unisoft Brasil – Empreendimentos e Participações	Av. Luís Xavier	68	25/08/2009		476, 475, 469, 466, 465, 464, 462, 461, 454, 453, 451, 444, 411, 478	14
Clair Greselle – Confecções	Rua XV de Novembro	430	26/08/2009		475	1
Onnion – Create and Training	Av. Luís Xavier	68	04/09/2009		183, 742	2
Wenceslau Bonifácio da Silva	Av. Luís Xavier	68	24/09/2009		900	1
Centro Técnico-cinefotográfico	Rua XV de Novembro	297	30/09/2009		478	1
Felix Miguel Alcala Rosales	Rua XV de Novembro	430	30/09/2009		960	1
Jenrry Américo Febres Lopez – Artigos do Vestuário	Rua XV de Novembro	430	06/10/2009		477, 475, 960	3
Duan Cardoso Confecções	Rua XV de Novembro	420	13/10/2009		141, 478	2
Andersom Carlos Lourenco Camargo	Rua XV de Novembro	468	14/10/2009		932, 823	2
Diego Spadari Perozzo	Rua XV de Novembro	362	20/10/2009		854, 412	2
L. SAB – Importadora	Rua XV de Novembro	171	20/10/2009		749, 477, 474, 464, 561	5
Nekinhas Comercial	Rua XV de Novembro	614	20/10/2009		478	1
Carlos Roberto da Silva Joalheria	Av. Luís Xavier	68	22/10/2009		477, 711	2
Daiane dos Santos Silva – Eletrônicos	Rua XV de Novembro	420	27/10/2009		478	1
Soft – TI e Idiomas	Av. Luís Xavier	103	27/10/2009		859, 960	2
Ari Vicentini Silveira	Av. Luís Xavier	68	28/10/2009		932, 859, 742	3
Ilza Antonia Leão Lopes	Rua XV de Novembro	430	03/11/2009		561	1
José das Neves Lopes	Rua XV de Novembro	430	06/11/2009		478, 631	2
José Carlos dos Santos – Telemarketing	Av. Luís Xavier	68	10/11/2009		960	1
PEG do Brasil – Teleinformática	Rua XV de Novembro	525	11/11/2009		620	1
CLW – Comércio de Calçados – EPP	Rua XV de Novembro	597	12/11/2009		478	1
Marli de Paula	Rua XV de Novembro	279	16/11/2009		951	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
HL – Comércio de Materiais Elétricos e Hidráulicos	Rua XV de Novembro	266	17/11/2009		681	1
Technocell – Equipamentos de Comunicação	Rua XV de Novembro	29	23/11/2009		855	1
Rosane Sebastiany Diel	Rua XV de Novembro	444	30/11/2009		476, 475, 478	3
Lojas Coppel	Rua XV de Novembro	582	01/12/2009		960	1
A. R. Artigas	Rua XV de Novembro	297	08/12/2009		829, 702, 692	3
W Gospel Produções	Rua XV de Novembro	270	18/12/2009		823, 592, 476, 464, 478	5
Construtora Smart	Rua XV de Novembro	266	28/12/2009		960	1
Tribo Comunicação	Av. Luís Xavier	68	18/01/2010		731, 602, 601, 591	4
Diego Ferreira de Matos Confeccões	Rua XV de Novembro	420	19/01/2010		731	1
M. de L. Pertile – Serviços de Alimentação	Rua XV de Novembro	420	19/01/2010		960	1
Olympus – Academia de Musculação – Eireli	Rua XV de Novembro	279	20/01/2010		591	1
Abdallah – Comércio de Informática	Rua XV de Novembro	74	29/01/2010		960	1
Andrade & Lima – Despachante Imobiliário	Rua XV de Novembro	297	01/02/2010		960	1
Ely Regina Proença Witzki – Oficina da Unha	Rua XV de Novembro	444	03/02/2010		952, 523	2
Michel Nicolas Esber – Produtos Alimentícios	Rua XV de Novembro	297	05/02/2010		478	1
Marcelo Figueiredo Marques	Rua XV de Novembro	444	08/02/2010		475	1
Comércio de Roupas Victória Mix	Rua XV de Novembro	430	18/02/2010	27/12/2010	951	1
Cth comércio de calçados - eireli - epp	Rua XV de Novembro	29	19/02/2010		773	1
Domus – Viagens e Turismo	Rua XV de Novembro	362	09/03/2010		412	1
Ely Regina Proença Witzki 66394384968	Rua XV de Novembro	444	09/03/2010		960	1
Cia do Relógio – Comércio de Jóias e Relógios	Rua XV de Novembro	467	11/03/2010		478	1
Adicred Fáci – Empréstimos Consignados	Rua XV de Novembro	297	18/03/2010	17/08/2010	702, 643	2
Sandra Regina de Carvalho – Contabilidade	Rua XV de Novembro	297	19/03/2010		561	1
Gustavo Assis Teixeira de Lima	Rua XV de Novembro	468	23/03/2010		141, 951	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Luc – Artigos e Cosméticos	Rua XV de Novembro	500	29/03/2010		21/04/1901	1
New Han Kang – Confecções	Rua XV de Novembro	602	30/03/2010		472	1
Marcelo Teodoro da Silva 87651858972	Av. Luís Xavier	168	31/03/2010		478	1
Laudecir Brandenburg	Rua XV de Novembro	266	07/04/2010		478, 464, 321, 478	4
Helenice Correia da Conceição Neta 00952984954	Rua XV de Novembro	420	12/04/2010		731	1
M. C. Schnaider – Eventos	Rua XV de Novembro	444	13/04/2010		823, 773, 478, 562	4
Pascoalina Goncalves da Silva Drula 04039934903	Rua XV de Novembro	420	14/04/2010		477, 561	2
José Giovani Vieira	Rua XV de Novembro	420	15/04/2010		475	1
Premium – Assessoria e Consultoria Empresarial	Rua XV de Novembro	468	15/04/2010		855	1
AM2 – Manutenção Industrial – EPP	Rua XV de Novembro	297	16/04/2010		17/08/1902	1
Biracy Lutz 63158914972	Rua XV de Novembro	279	23/04/2010		952	1
Karina Biasi Locatelli Girardi	Rua XV de Novembro	297	28/04/2010		478	1
Buffara Cyber Café	Rua XV de Novembro	172	30/04/2010		478	1
Ideal – Organização Contábil	Rua XV de Novembro	535	03/05/2010		823, 783	2
Mariuse Antonia da Silva Miranda Modas	Rua XV de Novembro	420	04/05/2010		141, 859	2
Benatti – Confecções e Artigos do Vestuário	Rua XV de Novembro	420	05/05/2010		960	1
Schnaider Eventos	Rua XV de Novembro	444	06/05/2010		799	1
Angelica Batista Modas	Rua XV de Novembro	420	12/05/2010		478, 141	2
Josiane Antunes de Lima – Designer de Interiores	Rua XV de Novembro	266	13/05/2010		412, 931	2
Luar Cosméticos	Rua XV de Novembro	413	13/05/2010		960	1
Halfi – Perfumes e Cosméticos – Eireli	Rua XV de Novembro	568	14/05/2010		477, 620	2
Monte Azul – Incorporação e Empreendimentos Imobiliários	Rua XV de Novembro	556	18/05/2010		681, 646, 412, 411, 474	5
Monte Azul – Comércio, Importação e Exportação de Alimentos	Rua XV de Novembro	556	19/05/2010		682	1
MW – Comércio de Jóias	Av. Luís Xavier	68	01/06/2010		476	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Wellington Pereira da Silva	Rua XV de Novembro	430	02/06/2010		900, 823, 742, 592, 692	5
Dara Comercial	Rua XV de Novembro	122	09/06/2010		478	1
Teodora Maria de Oliveira	Rua XV de Novembro	468	09/06/2010		476	1
Toscan Construções	Rua XV de Novembro	266	09/06/2010		960	1
Servicos Pro Condomínio	Rua XV de Novembro	270	15/06/2010		960	1
Adriane dos Santos Aguiar 96126256972	Rua XV de Novembro	279	19/06/2010		952	1
Marostica & Souza Jóias	Av. Luís Xavier	68	23/06/2010		478, 321	2
Pérolas da Ásia – Comércio de Exportação e Importação	Rua XV de Novembro	270	06/07/2010		791	1
Samantha Mickelyn Apolinaria Rodrigues 08410590980	Rua XV de Novembro	420	15/07/2010		960	1
Big Stars – Promoções e Eventos	Av. Luís Xavier	68	19/07/2010		960	1
Leiria Serviços Ambientais	Rua XV de Novembro	556	19/07/2010		476	1
Turesso e Rosa	Rua XV de Novembro	420	19/07/2010		749	1
Priviza Personalité – Desenvolvimento de Sistemas	Rua XV de Novembro	270	22/07/2010		859	1
Julio Cesar de Souza Omito 05240968993	Av. Luís Xavier	68	27/07/2010		477	1
Dani Evans Ribeiro	Av. Luís Xavier	110	04/08/2010		821, 581, 475, 478	4
Imad Yacoub Abdel Aziz Radwan 83042750078	Av. Luís Xavier	68	05/08/2010		951, 477, 476, 475, 951	5
Sergio Aurélio Albano de Ramos	Rua XV de Novembro	297	06/08/2010		821, 731, 477	3
Diego Henrique de Paula 07901121912	Av. Luís Xavier	68	08/08/2010		661, 869	2
Franque Lima Teixeira da Silva 08779801951	Rua XV de Novembro	359	09/08/2010		681, 646	2
LM Representações de Madeira	Av. Luís Xavier	68	11/08/2010		161, 771	2
Riwa – Administradora de Bens - EPP	Rua XV de Novembro	591	17/08/2010		960	1
Mary – Importadora e Exportadora – EPP	Av. Luís Xavier	68	18/08/2010		476, 468, 467, 465, 464, 453, 476	7

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Katsuji Yamashita – Comércio de Celulares – EPP	Rua XV de Novembro	88	27/08/2010		960	1
Diário Contábil	Rua XV de Novembro	297	09/09/2010		478	1
Melo's – Transporte Coletivo de Passageiros	Rua XV de Novembro	297	10/09/2010		492	1
Uninter Educacional SA	Av. Luís Xavier	103	10/09/2010		799	1
Curitibatur – Agência de Viagens e Turismo	Rua XV de Novembro	266	29/09/2010		829, 821	2
Comércio de Artigos e Acessórios Peru	Rua XV de Novembro	420	06/10/2010		476, 475, 960	3
Claudio Eugênio dos Santos 01013846966	Rua XV de Novembro	574	09/10/2010		478	1
Thiago Leffler Fernandes 05063287913	Av. Luís Xavier	68	15/10/2010		823, 960	2
Alciomar Silva Almeida Construções	Rua XV de Novembro	266	18/10/2010		446, 440	2
Preserve Brasil Soluções Ambientais – EPP	Av. Luís Xavier	68	20/10/2010		823, 812, 749, 461, 383, 382, 381, 370, 478	9
Axe MD Soluções Ambientais – EPP	Av. Luís Xavier	68	22/10/2010		461, 383, 381, 286, 251	5
Combate Absoluto	Rua XV de Novembro	279	04/11/2010		478	1
Rcifrão – Serviços Digitais	Av. Luís Xavier	68	04/11/2010		960	1
Simone Lichtblau Hauer – Eireli	Av. Luís Xavier	103	09/11/2010		478	1
M4 Mais – Arquitetura e Urbanismo – EPP	Rua XV de Novembro	297	17/11/2010		960	1
Maria LÚcia da Silva – Uberaba	Rua XV de Novembro	444	17/11/2010		141, 478	2
Empreiteira Luz - Obras de Construção Civil – Eireli	Rua XV de Novembro	266	18/11/2010		646	1
Rodrigo José de Amorin – ME	Rua XV de Novembro	279	24/11/2010		731	1
Administração e Participações Caeté	Rua XV de Novembro	297	26/11/2010		960	1
Diniz & Rodrigues – Organização, Construções, Gestão e Reformas	Av. Luís Xavier	68	26/11/2010		478	1
Cena Serviços de Cobrança	Av. Luís Xavier	68	01/12/2010		952	1
Expp Locações	Rua XV de Novembro	266	01/12/2010		771, 466, 960	3
José Carlos Viana – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	08/12/2010		412, 960	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Eduardo Oliveira da Silva 41116691825	Av. Luís Xavier	68	14/12/2010		475	1
Vinicius Maldini Moreto 08885994989	Av. Luís Xavier	68	14/12/2010		960	1
Zimbros Consultoria Empresarial	Av. Luís Xavier	110	16/12/2010		17/08/1902	1
Telediction – Comércio e Tecnologia da Informação – Eireli	Av. Luís Xavier	10	17/12/2010		731, 620, 475, 478	4
Andreia Sayoko Ueno Confeções	Rua XV de Novembro	266	21/12/2010		960	1
Claudinei Rodrigues da Silva – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	04/01/2011		441, 412, 475	3
Almira Correa de Almeida Teles 48488925972	Av. Luís Xavier	68	05/01/2011		859	1
BM Serviços Temporários – Eireli	Av. Luís Xavier	68	10/01/2011		960	1
FKX – Comércio de Calçados	Av. Luís Xavier	10	12/01/2011		960	1
Rodrigo Fernandes	Av. Luís Xavier	68	13/01/2011		478	1
Luiz Carlos Catossi Filho 03731444909 – ME	Av. Luís Xavier	68	14/01/2011		453, 829	2
A. dos Santos Rodrigues – Artigos Recreativos	Rua XV de Novembro	420	18/01/2011		476, 475	2
Interbelle – Comércio de Produtos de Beleza	Rua XV de Novembro	388	18/01/2011		960	1
Márcia Aparecida de Oliveira 04709661901	Rua XV de Novembro	412	24/01/2011		960	1
Ladeiros & Cia	Rua XV de Novembro	444	28/01/2011		478	1
Danilo Cesar – Desenhos	Av. Luís Xavier	80	04/02/2011		478	1
Guiomar Moreira de Lima	Rua XV de Novembro	430	11/02/2011		561	1
Total Mix – Acessórios Eletrônicos – ME	Rua XV de Novembro	420	14/02/2011		932, 829	2
Izoema Faria Pereira	Rua XV de Novembro	420	15/02/2011		478	1
Marcos Leite da Silva 87674262987	Rua XV de Novembro	444	16/02/2011		471, 475	2
Josinei Antonio Pedroso	Rua XV de Novembro	420	23/02/2011		859, 448	2
Mohamad Ali Rachid	Rua XV de Novembro	444	04/03/2011		465, 464, 960	3
XV Curitiba – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	585	09/03/2011		561	1
Cassiano & Cassiano Informática	Av. Luís Xavier	68	11/03/2011		960	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Cia Latino-americana de Medicamentos	Rua XV de Novembro	570	15/03/2011		478	1
Santina Rodrigues dos Santos 27501248915	Rua XV de Novembro	420	15/03/2011		960	1
Maria A. da Silva Correia – Artigos de Vestuário e Acessórios	Rua XV de Novembro	396	16/03/2011		478	1
Sol Nascente – Administradora de Bens e Direitos	Rua XV de Novembro	467	18/03/2011		478	1
Jussara Vosgerau	Rua XV de Novembro	420	21/03/2011		474	1
Marcelo Conceição 00718590988	Rua XV de Novembro	430	25/03/2011		476, 475, 472, 478	4
Jones Francisco Mendes 01692819909	Rua XV de Novembro	55	04/04/2011		859	1
Valentina M. da Silva	Rua XV de Novembro	468	05/04/2011		478	1
R. C. Camargo – Consultoria	Rua XV de Novembro	556	08/04/2011		960	1
Marcos Daniel de Andrade	Rua XV de Novembro	444	12/04/2011		478	1
Jose Carlos Nascimento Silva – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	18/04/2011		412, 445	2
Enbracon – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	19/04/2011		960	1
HC – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	19/04/2011		478	1
Debora Pedroni Wanzuita	Rua XV de Novembro	468	26/04/2011		960	1
AMF – Comércio e Assistência Técnica em Celulares	Rua XV de Novembro	420	27/04/2011		960	1
EW – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	28/04/2011		439, 412, 960, 783	4
Riek Comercial – EPP	Rua XV de Novembro	122	29/04/2011		742, 478, 477, 478	4
TRM Lanches	Av. Luís Xavier	103	05/05/2011		478	1
Lindomar Aparecido Furquim	Rua XV de Novembro	420	10/05/2011		639	1
T3 – Automação Empresarial	Av. Luís Xavier	68	12/05/2011		631, 620, 465, 960	4
Marco Aurélio Guimarães	Av. Luís Xavier	68	13/05/2011		478	1
R & R – Engenharia Civil	Rua XV de Novembro	266	13/05/2011		960	1
MAG Representações Comerciais	Av. Luís Xavier	68	17/05/2011		773	1
Desirree Alves de Brito 00354533975	Av. Luís Xavier	68	18/05/2011		493, 432, 381, 477	4

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Valter Machado – ME	Rua XV de Novembro	396	18/05/2011		478	1
Luciano Rodrigues Ferreira – Serviços de Alimentação	Rua XV de Novembro	420	25/05/2011		960	1
Eliane Lopes da Silva 87712733953	Rua XV de Novembro	398	26/05/2011		477	1
Danubia da Cruz – Artigos de Vestuário	Rua XV de Novembro	396	30/05/2011		478	1
F. Rodrigues – Presentes	Rua XV de Novembro	420	01/06/2011		475, 960	2
SDN – Administração de Condomínios	Av. Luís Xavier	68	01/06/2011		682	1
Riam – Comércio de Informática	Rua XV de Novembro	335	02/06/2011		931, 920	2
Fernando Sadula 06525137942	Av. Luís Xavier	68	07/06/2011		859, 772	2
Sam Ash – Comércio de Produtos Óticos	Av. Luís Xavier	68	14/06/2011		321	1
JJ – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	15/06/2011		859	1
Fabio Silva Branquinho – Comércio de Eletrônicos	Rua XV de Novembro	444	20/06/2011		412	1
Cicladi – Comércio de Calçados e Acessórios	Rua XV de Novembro	270	27/06/2011		682	1
WJL Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	29/06/2011		02/12/1901	1
Julio Cesar Abreu – Brinquedos e Acessórios de Games	Rua XV de Novembro	396	30/06/2011		329	1
R. C. K. Fiamocini & Cia.	Rua XV de Novembro	396	30/06/2011		681	1
Unibanco – União de Bancos Brasileiros SA	Av. Luís Xavier	79	01/07/2011		642, 865	2
Mello Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	04/07/2011		960	1
A&B Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	45	06/07/2011		960	1
Petr Maslowsky	Av. Luís Xavier	68	15/07/2011		478	1
Ruth Lili Barrenechea Rosales	Rua XV de Novembro	420	18/07/2011		960	1
Transportes Aéreos Portugueses SA	Rua XV de Novembro	297	25/07/2011		511, 823	2
CDNS – Apoio Administrativo	Av. Luís Xavier	68	28/07/2011		821, 859	2
Denise Maria Werner Ribas	Rua XV de Novembro	468	03/08/2011		466	1
R. F. Gusso	Rua XV de Novembro	297	08/08/2011		478	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Sandro Roberto de Carvalho – Pinturas	Rua XV de Novembro	297	12/08/2011		435	1
Consignacred – Serviços de Informações Cadastrais – EPP	Av. Luís Xavier	68	15/08/2011		821, 960	2
José Carlos Godoy de Almeida 69031630934	Rua XV de Novembro	597	19/08/2011		444	1
C. M. P. Canal de Marketing Promocional Associados	Av. Luís Xavier	11	22/08/2011		472	1
Flamma Óleos e Derivados	Rua XV de Novembro	297	22/08/2011		960	1
Anderson Duarte – Comércio de Artigos de Vestuário	Rua XV de Novembro	396	02/09/2011		22/04/1901	1
Daniele Aparecida de Lima 01051196957	Rua XV de Novembro	396	02/09/2011		478	1
Douglas Barroso de Brito – Eireli	Rua XV de Novembro	297	12/09/2011		960	1
Celiton Pereira 05046778963	Rua XV de Novembro	420	16/09/2011		478	1
Jasper Lab	Av. Luís Xavier	68	30/09/2011		960	1
Debora Musumeci Serri	Av. Luís Xavier	68	04/10/2011		478	1
Iveti Porn – Comércio de Artigos de Vestuário	Rua XV de Novembro	396	04/10/2011		559	1
Sergio Becker	Rua XV de Novembro	28	05/10/2011		476, 475, 472, 951	4
Isal – Comércio de Produtos	Rua XV de Novembro	279	10/10/2011		476	1
Relíquias – Comércio de Produtos	Rua XV de Novembro	279	10/10/2011		477	1
Huanca & Munoz Assistência	Rua XV de Novembro	444	19/10/2011		17/08/1902	1
I. P. Meurer Confecções	Rua XV de Novembro	430	27/10/2011		960, 960	2
Lourdes Maria Doria Duarte	Rua XV de Novembro	551	04/11/2011		960	1
A. V. dos Santos – Telefonía, Brinquedos e Informática	Rua XV de Novembro	430	07/11/2011		476, 475	2
D Aparecida de Mesquita Vestuários	Rua XV de Novembro	468	07/11/2011		960	1
Huanca & Cia	Rua XV de Novembro	420	07/11/2011		475, 952	2
Blindado Confecções	Rua XV de Novembro	420	09/11/2011		17/08/1902	1
Luisa Batista de Oliveira	Rua XV de Novembro	396	10/11/2011		960	1
Sirlene Alves Leão 00463224930	Rua XV de Novembro	396	14/11/2011		478, 799	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Mariza Alves 47913533900	Av. Luís Xavier	68	17/11/2011		562, 478, 477, 475, 474, 329, 321, 234, 162, 960	10
Fonseca & Ramos – Comércio de Acessórios	Rua XV de Novembro	58	18/11/2011		478	1
Master Mind – Acessórios da Moda – Eireli	Av. Luís Xavier	103	18/11/2011		477, 960	2
Mayko Alysso Cubis	Av. Luís Xavier	68	21/11/2011		478, 731, 591	3
Marcos Oliveira da Cruz	Rua XV de Novembro	396	24/11/2011		829	1
Goretti do Rocio Carlos	Av. Luís Xavier	68	29/11/2011		742	1
AR2 – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	30/11/2011		960	1
Tony Pesquisa de Mercado	Av. Luís Xavier	68	30/11/2011		960	1
NN – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	02/12/2011		702	1
Bem Nutrir – Assessoria em Nutrição	Rua XV de Novembro	556	08/12/2011		960	1
Celia Cristinaira Goes	Rua XV de Novembro	297	13/12/2011		731, 476, 475, 461, 478	5
Jean Francois Cevett Santana 87368390949	Av. Luís Xavier	68	14/12/2011		478	1
M. da Silva Roriz – Phala Creating Environments	Rua XV de Novembro	444	19/12/2011		601, 592, 478, 478	4
Meg Lan House – Acesso á Internet – ME	Rua XV de Novembro	375	21/12/2011		829, 821, 476, 472, 461	5
Telecom 65	Rua XV de Novembro	297	21/12/2011		631, 620, 619, 611, 822	5
Flavia Augusta de Santa Maria Kalckmann 02957522977	Av. Luís Xavier	68	08/01/2012		321, 960	2
RVS Comércio de Suplementos Alimentares	Av. Luís Xavier	103	30/01/2012		952	1
Salman Bijuterias – Eireli	Rua XV de Novembro	74	01/02/2012		475	1
R. D. Costa – Confeções	Rua XV de Novembro	468	02/02/2012		447	1
Eziquiel Bueno 03671077913	Rua XV de Novembro	556	09/02/2012		681	1
Art Equabras – Vestuário e Acessórios	Rua XV de Novembro	416	22/02/2012		960	1
Luiz Fernando Ferraz 87788551953	Rua XV de Novembro	297	24/02/2012		475, 477	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Rodrigo Wismek Correa Paulino Pinto 07598105910	Av. Luís Xavier	68	29/02/2012		461	1
Star Gate - Monitoramento e Vigilância	Av. Luís Xavier	68	29/02/2012		952, 801, 682	3
Hot Park – Estacionamentos	Av. Luís Xavier	103	08/03/2012		478	1
WP – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	08/03/2012		960	1
Priscila Andrezza Maciel Pierin	Av. Luís Xavier	68	16/03/2012		823, 749, 960	3
Andreia de Jesus Vaniniyer 02537018990	Rua XV de Novembro	444	19/03/2012		477	1
S. W. Borges – Comércio de Calçados	Rua XV de Novembro	43	19/03/2012		478	1
Stein & Moreira Celulares	Rua XV de Novembro	430	20/03/2012		476, 475, 951	3
Fabiano Junior de Rezende	Av. Luís Xavier	68	21/03/2012		478	1
Israel Alves de Assunção – Brinquedos e Acessórios de Games	Rua XV de Novembro	396	21/03/2012		475	1
Graciela Pereira Zanella 03837470903	Rua XV de Novembro	398	22/03/2012		477, 478	2
Antonio Albertondes Ferreira 06384552868	Av. Luís Xavier	68	26/03/2012		773, 731, 475	3
Gustavo Azevedo da Costa 07734124925	Rua XV de Novembro	396	27/03/2012		475, 478	2
Joao Paulo Fernandes Bochenek 04763489941	Rua XV de Novembro	412	30/03/2012		478	1
De Brand – Comércio de Jóias e Pedras Preciosas	Av. Luís Xavier	68	09/04/2012		478, 464, 321, 960	4
Luana Ferreira da Silva Representações	Rua XV de Novembro	266	09/04/2012		731	1
Marcos Antonio Tasarz – Roupas & Acessórios	Rua XV de Novembro	468	11/04/2012		141	1
Mauricio Neubauer Gunther Fanganiello – Vestuário e Acessórios	Av. Luís Xavier	68	11/04/2012		475, 960	2
Asha – Administradora de Bens	Av. Luís Xavier	68	18/04/2012		960	1
Roger Mendes de Oliveira	Rua XV de Novembro	74	18/04/2012		772	1
Tim Celular SA	Rua XV de Novembro	171	18/04/2012		960	1
Andre Migliavacca 04600732901	Av. Luís Xavier	68	24/04/2012		859, 829, 581, 437, 182, 181, 174	7
Dicla Biaobock	Rua XV de Novembro	430	25/04/2012		960	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Xu Honghua 33112873807	Rua XV de Novembro	412	04/05/2012		960	1
Daniela da Silva Fernandes 06372879913	Rua XV de Novembro	400	10/05/2012		477, 478	2
Jose Alves Torres Filho Empreiteira	Rua XV de Novembro	266	10/05/2012		438, 822	2
J. A. Comércio de Roupas e Celulares – Eireli	Rua XV de Novembro	74	16/05/2012		960	1
R. S. dos Santos Construção	Rua XV de Novembro	266	23/05/2012		452	1
Lincoln Wellington Oliveira Machado & Cia	Av. Luís Xavier	68	24/05/2012		783	1
Cacau Curitiba – Comércio de Chocolates – Eireli	Rua XV de Novembro	99	25/05/2012		472	1
Bali Hai Boutique	Rua XV de Novembro	99	28/05/2012		960	1
Identidade – Gestão de Pessoas	Av. Luís Xavier	68	30/05/2012		960, 781, 749, 631	4
Luiz Acir David – Artigos de Vestuário	Rua XV de Novembro	430	30/05/2012		454	1
Natalia Mahulak Corquiola 03253513920	Rua XV de Novembro	396	01/06/2012		731	1
Cleci Brilhantino da Rosa da Silva – Eireli	Rua XV de Novembro	444	05/06/2012		478	1
M. O. Art – Comércio de Jóias e Relógios – EPP	Av. Luís Xavier	68	11/06/2012		478, 478	2
Erick H. Silva – Celulares e Eletrônicos	Rua XV de Novembro	420	13/06/2012		478	1
M. da S. Roriz – Rádio Indoor	Rua XV de Novembro	444	13/06/2012		601, 592, 799	3
Sistema Serviços Turísticos	Rua XV de Novembro	597	14/06/2012		791	1
Geruza Guilhermina Silva 04289336965	Av. Luís Xavier	68	15/06/2012		471, 960	2
Sandra Silva Rodrigues	Rua XV de Novembro	396	21/06/2012		442	1
R. A. Ferreira Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	22/06/2012		442, 412, 475	3
2NS Comércio de Produtos e Equipamentos Médicos e Hospitalares	Rua XV de Novembro	297	29/06/2012		960	1
Virus Original Comercial – Eireli	Rua XV de Novembro	43	29/06/2012		475	1
Jorge Fernando Rodrigues da Cruz – Escritório Administrativo	Rua XV de Novembro	266	03/07/2012		821, 960	2
Luciane Machula 03610009950	Rua XV de Novembro	396	05/07/2012		561	1
Ana Claudia Calheirani	Rua XV de Novembro	430	06/07/2012		561	1

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Maria Bernadete Modesto Ferrarezi	Rua XV de Novembro	591	17/07/2012		478, 477, 476, 474, 478	5
Paulin Lisboa e Oliveira – Restaurante e Lanchonete	Rua XV de Novembro	556	18/07/2012		478	1
Aosilia Rech Klimczak 18597610972	Rua XV de Novembro	297	01/08/2012		960	1
Brazile Estacionamento	Av. Luís Xavier	611	10/08/2012		453, 821	2
Renata da Silva Gonçalves	Rua XV de Novembro	396	15/08/2012		799	1
Izabel Cristina Perez Moreschi 00045825947	Av. Luís Xavier	68	16/08/2012		412	1
Tuany Caroline Batista de Paula 08587002988	Rua XV de Novembro	398	21/08/2012		829, 476	2
Caroline de Oliveira 07616238920	Rua XV de Novembro	359	22/08/2012		960	1
Luana Silva da Rosa 00482278030	Rua XV de Novembro	297	23/08/2012		960	1
Igor Correa Gonçalves – Comércio de Bijuterias – Eireli – EPP	Rua XV de Novembro	21	04/09/2012		141	1
HBL – Nibiru – Localização e Desenvolvimento de Games	Av. Luís Xavier	68	06/09/2012		960	1
Grego – Database Consulting	Rua XV de Novembro	297	10/09/2012		821, 829	2
Jovenil Mariano de Mattos 55869556953	Av. Luís Xavier	68	10/09/2012		960	1
Haedd – Assessoria Contábil e Empresarial	Av. Luís Xavier	68	11/09/2012		692, 561	2
Pilati Lanches	Rua XV de Novembro	556	11/09/2012		646	1
Emerson D. Calegari – Comércio e Representações de Artigos de Vestuário e Calçados	Rua XV de Novembro	420	12/09/2012		960	1
Renata Beatriz de Souza 92462405615	Rua XV de Novembro	412	12/09/2012		478	1
Paulo – Comércio de Confecções e Departamentos – Eireli	Rua XV de Novembro	591	18/09/2012		475, 478	2
Beleza em Prata Comercial – EPP	Rua XV de Novembro	413	20/09/2012		960	1
Agata Paloma Santos Dias	Rua XV de Novembro	525	26/09/2012		859, 478, 253	3
Athanassios Polyzos Karvanis	Rua XV de Novembro	420	01/10/2012		475	1
Golden Eyes – Comércio de Produtos Óticos – Eireli – EPP	Rua XV de Novembro	126	01/10/2012		477, 475, 662	3

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Maria Sueli da Silva 55282776987	Rua XV de Novembro	412	01/10/2012		478, 464	2
Miüller e Ribeiro	Rua XV de Novembro	444	16/10/2012		960	1
Samir Adnan Hussein 05995338978	Av. Luís Xavier	68	17/10/2012		859, 823, 591, 960	4
A. G. Alvear – Serviços Gráficos	Rua XV de Novembro	556	22/10/2012		829, 182	2
Danubia Santos Ribas	Rua XV de Novembro	396	22/10/2012		478	1
Josue Bagnhuk Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	22/10/2012		412, 478	2
Dani e Carole Informática	Av. Luís Xavler	110	23/10/2012		475, 829	2
Xitara Administração e Participações	Rua XV de Novembro	551	30/10/2012		478	1
Sueli & Suelen Confecções	Rua XV de Novembro	396	31/10/2012		478	1
Brennda Cruz Santos – Comércio de Vestuário	Rua XV de Novembro	420	01/11/2012		478	1
Paschoalina Braga da Silva 57603510953	Rua XV de Novembro	297	01/11/2012		478	1
Eliane Isis Hostert Bertoldo 04719676960	Rua XV de Novembro	270	08/11/2012		472, 477, 478	3
Cristiane dos Santos 03104153906	Rua XV de Novembro	396	09/11/2012		477, 475, 472, 478	4
Facility Assessoria e Serviços de Documentação	Rua XV de Novembro	266	14/11/2012		561	1
Alejandro S. Bonastre	Rua XV de Novembro	420	19/11/2012		478, 477	2
Stenio Tavares Spinelli 75259346653	Av. Luís Xavier	68	20/11/2012		532, 561	2
Tiemi Caroline Uemura	Rua XV de Novembro	396	22/11/2012		960	1
MFRS Empreendimentos Imobiliários	Rua XV de Novembro	362	23/11/2012		960	1
Izaías Farias – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	26/11/2012		960	1
Kotovicz e Dantas – Consultoria Administrativa	Rua XV de Novembro	266	26/11/2012		478	1
Vanir de Jesus de Lima – Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	27/11/2012		439, 960	2
Geronimo Gonsalves de Deus Neto – Empreiteira de Obras	Rua XV de Novembro	266	30/11/2012		478	1
Global – Teleatendimento e Telesserviços de cobrança	Rua XV de Novembro	297	03/12/2012		822, 478	2
Leandro dos Reis de Aquino 03609608986	Rua XV de Novembro	430	03/12/2012		141, 478	2

Nome empresarial	Logradouro	N	Data de constituição	Data de término das atividades	Código CNAE	Códigos CNAE por empresa
Curitiba Comercial de Equipamentos e Serviços	Av. Luís Xavier	68	05/12/2012		620, 478, 477, 475, 472, 960	6
Leonardo Ferreira de Souza Confecções	Rua XV de Novembro	430	05/12/2012		478	1
Amadinha Modas	Rua XV de Novembro	444	10/12/2012		478	1
Katherine Victoria Febres Benito	Rua XV de Novembro	430	12/12/2012		475	1
Boiko – Artigos de Vestuário – Eireli	Rua XV de Novembro	444	13/12/2012		960	1
Adriano Reginaldo Oliveira	Rua XV de Novembro	396	14/12/2012		478	1
Eduardo Nunes Tavares 01240640005	Rua XV de Novembro	430	14/12/2012		475	1
Irmãos Amorin Construção Civil	Rua XV de Novembro	266	17/12/2012		464	1
BJR – Serviços Administrativos	Rua XV de Novembro	556	28/12/2012		821	1
Diva – Comércio de Cosméticos – Eireli	Rua XV de Novembro	500	28/12/2012		477, 960	2

Fonte: JUCEPAR (2017), organizado pela Autora.

APÊNDICE D – Recorte dos códigos CNAE relacionados ao comércio

Grupo	Detalhe	Atividade
461	46.11-7	Representantes comerciais e agentes do comércio de matérias-primas agrícolas e animais vivos.
461	46.12-5	Representantes comerciais e agentes do comércio de combustíveis, minerais, produtos siderúrgicos e químicos.
461	46.13-3	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens.
461	46.14-1	Representantes comerciais e agentes do comércio de máquinas, equipamentos, embarcações e aeronaves.
461	46.15-0	Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico.
461	46.16-8	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem.
461	46.17-6	Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo.
461	46.18-4	Representantes comerciais e agentes do comércio especializado em produtos não especificados anteriormente.
461	46.19-2	Representantes comerciais e agentes do comércio não especializado de mercadorias em geral.
462	46.21-4	Comércio atacadista de café em grão.
462	46.22-2	Comércio atacadista de soja.
462	46.23-1	Comércio atacadista de animais vivos, alimentos para animais e matérias-primas agrícolas, exceto café e soja.
463	46.31-1	Comércio atacadista de leite e laticínios.
463	46.32-0	Comércio atacadista de cereais e leguminosas beneficiados, farinhas, amidos e féculas.
463	46.33-8	Comércio atacadista de hortifrutigranjeiros.
463	46.34-6	Comércio atacadista de carnes, produtos da carne e pescado.
463	46.35-4	Comércio atacadista de bebidas.
463	46.36-2	Comércio atacadista de produtos do fumo.
463	46.37-1	Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente.
463	46.39-7	Comércio atacadista de produtos alimentícios em geral.
464	46.41-9	Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinhos.
464	46.42-7	Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios.
464	46.43-5	Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem.
464	46.44-3	Comércio atacadista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário.
464	46.45-1	Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, ortopédico e odontológico.
464	46.46-0	Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.
464	46.47-8	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações.
464	46.49-4	Comércio atacadista de equipamentos e artigos de uso pessoal e doméstico não especificados anteriormente.
465	46.51-6	Comércio atacadista de computadores, periféricos e suprimentos de informática.
465	46.52-4	Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação.
466	46.61-3	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário; partes e peças.
466	46.62-1	Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças.

Grupo	Detalhe	Atividade
466	46.63-0	Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para uso industrial; partes e peças.
466	46.64-8	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso odontológico-hospitalar; partes e peças.
466	46.65-6	Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para uso comercial; partes e peças.
466	46.69-9	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos não especificados anteriormente; partes e peças.
467	46.71-1	Comércio atacadista de madeira e produtos derivados.
467	46.72-9	Comércio atacadista de ferragens e ferramentas.
467	46.73-7	Comércio atacadista de material elétrico.
467	46.74-5	Comércio atacadista de cimento.
467	46.79-6	Comércio atacadista especializado de materiais de construção não especificados anteriormente e de materiais de construção em geral.
468	46.81-8	Comércio atacadista de combustíveis sólidos, líquidos e gasosos, exceto gás natural e GLP.
468	46.82-6	Comércio atacadista de gás liquefeito de petróleo (GLP).
468	46.83-4	Comércio atacadista de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo.
468	46.84-2	Comércio atacadista de produtos químicos e petroquímicos, exceto agroquímicos.
468	46.85-1	Comércio atacadista de produtos siderúrgicos metalúrgicos, exceto para construção.
468	46.86-9	Comércio atacadista de papel e papelão em bruto e de embalagens.
468	46.87-7	Comércio atacadista de resíduos e sucatas.
468	46.89-3	Comércio atacadista especializado de outros produtos intermediários não especificados anteriormente.
469	46.91-5	Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios.
469	46.92-3	Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de insumos agropecuários.
469	46.93-1	Comércio atacadista de mercadorias em geral, sem predominância de alimentos ou de insumos agropecuários.
471	47.11-3	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados e supermercados.
471	47.12-1	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns.
471	47.13-0	Comércio varejista mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios.
472	47.21-1	Comércio varejista de produtos de padaria, laticínio, doces, balas e semelhantes.
472	47.22-9	Comércio varejista de carnes e pescados – açougues e peixarias.
472	47.23-7	Comércio varejista de bebidas.
472	47.24-5	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros.
472	47.29-6	Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; produtos do fumo.
473	47.31-8	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores.
473	47.32-6	Comércio varejista de lubrificantes.
474	47.41-5	Comércio varejista de tintas e materiais para pintura.
474	47.42-3	Comércio varejista de material elétrico.
474	47.43-1	Comércio varejista de vidros.
474	47.44-0	Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção.
475	47.51-2	Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática.
475	47.52-1	Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação.

Grupo	Detalhe	Atividade
475	47.53-9	Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo.
475	47.54-7	Comércio varejista especializado de móveis, colchoaria e artigos de iluminação.
475	47.55-5	Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho.
475	47.56-3	Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios.
475	47.57-1	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação.
475	47.59-8	Comércio varejista de artigos de uso doméstico não especificados anteriormente.
476	47.61-0	Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria.
476	47.62-8	Comércio varejista de discos, CD, DVD e fitas.
476	47.63-6	Comércio varejista de artigos recreativos e esportivos.
477	47.71-7	Comércio varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário.
477	47.72-5	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.
477	47.73-3	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos.
477	47.74-1	Comércio varejista de artigos de óptica.
478	47.81-4	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.
478	47.82-2	Comércio varejista de calçados e artigos de viagem.
478	47.83-1	Comércio varejista de joias e relógios.
478	47.84-9	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP).
478	47.85-7	Comércio varejista de artigos usados.
478	47.89-0	Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente.
479	47.90-3	Comércio ambulante e outros tipos de comércio varejista.
960	96.01-7	Lavanderias, tinturarias e toalheiros.
960	96.02-5	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza.
960	96.03-3	Atividades funerárias e serviços relacionados.
960	96.09-2	Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente.

Fonte: JUCEPAR (2017), organizado pela Autora.

APÊNDICE E – Relação entre empresas comerciais e códigos CNAE

Empresas	Código CNAE	Detalhamento do código CNAE
13	461	Representantes comerciais e agentes do comércio de combustíveis, minerais, produtos siderúrgicos e químicos.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de máquinas, equipamentos, embarcações e aeronaves.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de matérias-primas agrícolas e animais vivos.
		Representantes comerciais e agentes do comércio não especializado de mercadorias em geral.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo.
		Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem.
		Representantes comerciais e agentes do comércio especializado em produtos não especificados anteriormente.
1	462	Comércio atacadista de animais vivos, alimentos para animais e matérias-primas agrícolas, exceto café e soja.
		Comércio atacadista de café em grão.
		Comércio atacadista de soja.
1	463	Comércio atacadista de bebidas.
		Comércio atacadista de carnes, produtos da carne e pescado.
		Comércio atacadista de cereais e leguminosas beneficiados, farinhas, amidos e féculas.
		Comércio atacadista de hortifrutigranjeiros.
		Comércio atacadista de leite e laticínios.
		Comércio atacadista de produtos alimentícios em geral.
		Comércio atacadista de produtos do fumo.
		Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente.
21	464	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações.
		Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios.
		Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem.
		Comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.
		Comércio atacadista de equipamentos e artigos de uso pessoal e doméstico não especificados anteriormente.
		Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, ortopédico e odontológico.
		Comércio atacadista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário.
		Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinhos.
10	465	Comércio atacadista de componentes eletrônicos e equipamentos de telefonia e comunicação.
		Comércio atacadista de computadores, periféricos e suprimentos de informática.

Empresas	Código CNAE	Detalhamento do código CNAE
4	466	Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para uso comercial; partes e peças.
		Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para uso industrial; partes e peças.
		Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos não especificados anteriormente; partes e peças.
		Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário; partes e peças.
		Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso odonto-médico-hospitalar; partes e peças.
		Comércio atacadista de máquinas, equipamentos para terraplenagem, mineração e construção; partes e peças.
7	467	Comércio atacadista de cimento.
		Comércio atacadista de ferragens e ferramentas.
		Comércio atacadista de madeira e produtos derivados.
		Comércio atacadista de material elétrico.
		Comércio atacadista especializado de materiais de construção não especificados anteriormente e de materiais de construção em geral.
6	468	Comércio atacadista de combustíveis sólidos, líquidos e gasosos, exceto gás natural e GLP.
		Comércio atacadista de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo.
		Comércio atacadista de gás liquefeito de petróleo (GLP).
		Comércio atacadista de papel e papelão em bruto e de embalagens.
		Comércio atacadista de produtos químicos e petroquímicos, exceto agroquímicos.
		Comércio atacadista de produtos siderúrgicos e metalúrgicos, exceto para construção.
		Comércio atacadista de resíduos e sucatas.
		Comércio atacadista especializado de outros produtos intermediários não especificados anteriormente.
3	469	Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de insumos agropecuários.
		Comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios.
		Comércio atacadista de mercadorias em geral, sem predominância de alimentos ou de insumos agropecuários.
3	471	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados e supermercados.
		Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns.
		Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios.
14	472	Comércio varejista de bebidas.
		Comércio varejista de carnes e pescados – açougues e peixarias.
		Comércio varejista de hortifrutigranjeiros.
		Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; produtos do fumo.
		Comércio varejista de produtos de padaria, laticínio, doces, balas e semelhantes.
9	474	Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção.
		Comércio varejista de material elétrico.
		Comércio varejista de tintas e materiais para pintura.
		Comércio varejista de vidros.

Empresas	Código CNAE	Detalhamento do código CNAE
61	475	Comércio varejista de artigos de uso doméstico não especificado anteriormente.
		Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo.
		Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação.
		Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática.
		Comércio varejista especializado de instrumentos musicais e acessórios.
		Comércio varejista especializado de móveis, colchoaria e artigos de iluminação.
		Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação.
		Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho.
41	476	Comércio varejista de artigos recreativos e esportivos.
		Comércio varejista de discos, CD, DVD e fitas.
		Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria.
43	477	Comércio varejista de artigos de óptica.
		Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos.
		Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.
		Comércio varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário.
176	478	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.
		Comércio varejista de artigos usados.
		Comércio varejista de calçados e artigos de viagem.
		Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP).
		Comércio varejista de joias e relógios.
		Comércio varejista de outros produtos novos não especificados anteriormente.
197	960	Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente.
		Atividades funerárias e serviços relacionados.
		Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza.
		Lavanderias, tinturarias e toalheiros.

Fonte: JUCEPAR (2017), organizado pela Autora.