

## ESTRATÉGIAS LOCACIONAIS DO CAPITAL COMERCIAL NA CIDADE DE MARINGÁ - PR

RUBINO, Carla

MORO, Dalton Aureo (Orientador)

A cidade de Maringá apresenta um padrão locacional de compartimentação sócio-espacial funcional do uso do solo urbano, assentado em sua finalidade e funcionalidade. Esta espacialização não impediu que, ao longo do tempo, os fatores locacionais corressem a uma territorialidade especializada do capital, com ruas e áreas de comércio e serviços especializados que passaram a ser uma realidade em seu cotidiano urbano. Analisar locacionalmente a distribuição espacial das atividades comerciais em Maringá, buscando o onde, o porque onde e o como onde, e os fatores que o envolve; analisar e avaliar os aspectos locacionais da distribuição espacial do equipamento comercial de Maringá e os aspectos sócio-espaciais decorrentes; cartografar a distribuição espacial deste capital especializado e avaliar suas relações sócio-espaciais. A abordagem metodológica se deu pelo resgate geo-histórico da organização espacial e levantamento histórico-bibliográfico da colonização e da urbanização da cidade existente na cidade, levantamento bibliográfico sobre os temas pertinentes, a saber: urbanização; regionalização; especialização do capital; desenvolvimento urbano da cidade de Maringá. Após isto, realizou-se o reconhecimento empírico das áreas onde há a especialização das atividades comerciais, identificando e cartografando-as. Aplicação de um questionário (inquérito) junto aos empresários, proprietários de estabelecimentos de comércio e serviços especializados, objetivando a compreensão das questões locacionais. A especialização é uma característica comum da metrópole moderna a existência de uma área onde se concentram as principais atividades comerciais e de serviços, bem como os terminais de transporte intra-urbanos e interurbanos. Assim podemos identificar algumas áreas especializadas na cidade de Maringá, sobretudo na zona central da cidade. Atualmente o capital utiliza-se das vantagens locacionais, além de outros, para sua distribuição espacial. Os fatores locacionais: distância, localização, acessibilidade, fluxo e densidade de freqüência, densidade populacional, dimensão espacial, concorrência, dentre outros concorrem para sua localização no quadro urbano em espaços especializados. Assim, empresários vêem na concentração espacial vantagens propulsoras para seus negócios.

e-mail: rubino@mailbr.com.br