UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação

Câmpus de Ourinhos

BEATRIZ BENATI LUVIZOTTO

CENTRO, CENTRALIDADE, COMÉRCIO E FRANQUIAS EM OURINHOS/SP

OURINHOS

2023

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação

Câmpus de Ourinhos

CENTRO, CENTRALIDADE, COMÉRCIO E FRANQUIAS EM OURINHOS/SP

Beatriz Benati Luvizotto

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora para obtenção do título de Bacharel em Geografia pela FCTE/UNESP - Câmpus de Ourinhos.

Orientador: Prof. Dr. Márcio José Catelan

OURINHOS

2023

L976c

Luvizotto, Beatriz Benati
Centro, centralidade, comércio e franquias em Ourinhos/SP / Beatriz Benati Luvizotto. -- Ourinhos, 2023
96 f.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Geografia) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação, Ourinhos
Orientador: Márcio José Catelan

1. Centralidade urbana. 2. Comércio. 3. Franquias. 4. Ourinhos/SP. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências, Tecnologia e Educação, Ourinhos. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Banca examinadora

Prof. Dr. Márcio José Catelan(Orientador)

Profª. Dra. Franciele Miranda Ferreira Dias

Prof. Dr. Paulo Fernando Cirino Mourão

Ourinhos, 13 de Junho de 2023.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente aos meus pais Adriana e Helder pela oportunidade da vivência da Universidade Pública longe de casa e por todo apoio que me deram ao longo desses anos; à Bárbara, minha irmã, por ser minha referência a cada passo; à vó Isa e à vó Dirce pelo alicerce construído e por todos os colos que precisei; ao vô Tito e vô Hermes, ainda tão presentes em cada pedacinho, por sempre terem conseguido encontrar o melhor de mim; à madrinha Iramaia por cada incentivo; às primas, primos, tias e tios por terem me acompanhado e acreditado em mim. A saudade é grande!

À cada moradora da República Dona Clotilde, pelo acolhimento, histórias e aprendizados vividos. A República que é casa e lar.

À família em Ourinhos que construí com a Batucada Resistência, um coletivo gigante que me fez crescer, rir e chorar. Tem um lugar no meu coração recheado de momentos que me fazem encher de orgulho de cada coisa que fizemos. Sem vocês eu não teria ido tanto para o campus... Obrigada por terem mudado minha vida!

Ao meu companheiro, Gabriel, pela parceria na rotina, pelo bem que me faz e por insistentemente não ter me deixado desistir. Te admiro!

À todos os encontros que a UNESP me proporcionou me apresentando à pessoas maravilhosas. Reconheço cada uma que esteve presente nesses sete anos.

Aos amigos de longa data de Cerquilho por compartilharem cada felicidade e cada luta. É lindo crescer e voar com vocês.

Às minhas Cebolitas que me acolhem mesmo de longe. Sou grata por me permitirem ter um pedacinho do mundo e do Brasil com vocês.

À minha amiga Ana pela companhia e ajuda com os mapas e ao amigo Lucas pela tradução do resumo, pelas trocas nos estudos e conversas da vida tão fundamentais neste momento.

Ao professor Márcio Catelan que topou me orientar nesta pesquisa quando eu mais estava perdida e desmotivada e à professora Fabiana Cunha pela contribuição com os acervos do CEDOM que me fizeram conhecer um pouco mais da história de Ourinhos.

À todos os docentes presentes na minha formação por me apresentarem a Geografia, uma ciência linda, árdua e essencial.

Assim iniciando o dia depois de uma noite brilhante
senti como a família é importante
estando sempre de braços abertos para amparar
com o sorriso para animar e o coração para o amor dar.
Sempre de braços abertos para amparar e abraçar.
Como é gostoso e satisfaz
esse momento de muito amor e paz
nos dá forças para mais e mais
todos abraçar
e esse mundo voltar a enfrentar.
Lutar sempre.....desistir jamais..
Abraços à querida família.
(vô Hermes Luvizotto, 2021)

RESUMO

A cidade como materialização do processo da urbanização é o espaço onde acontece a reprodução da vida e do capital. Nesse sentido, o fato de estar atrelado às redes permite uma maior circulação de produtos que, por sua vez, é impulsionado pelas atividades econômicas. Em Ourinhos/SP, a cidade se forma em torno da linha férrea impulsionada, primeiramente, pela produção cafeeira. No mundo contemporâneo, guarda resquícios dessa formação e sua centralidade se expressa a partir dessa gênese geográfica e econômica, mas forma também um espaço de sobreposição com equipamentos modernos e multifuncionais. A fim de compreender lógicas econômicas e espaciais, concentrações e localizações, foi realizado mapeamento dos estabelecimentos privados e suas atividades econômicas encontrados na Zona de Centralidade, delimitada pelo Plano Diretor, considerado o centro tradicional. Somado a isso, o presente trabalho discute os demais equipamentos e suas funções dentro da cidade que compõem a malha urbana e intensificam a concentração dos fluxos nesta área. Por fim, a discussão se revela acerca das influências da globalização em uma cidade de porte médio através das unidades de estabelecimentos de franquias, sua fixação espacial e sua tendência descentralizadora.

Palavras-chave: Centralidade urbana; Comércio; Franquias; Ourinhos/SP.

ABSTRACT

The city as the materialization of the urbanization process is the space where the reproduction of life and capital takes place. That way, the fact of being linked to networks allows a greater circulation of products which, in turn, is driven by economic activities. In Ourinhos/SP, the city is formed around the railway line driven, primarily, by coffee production. In the contemporary world, it retains remnants of this formation and its centrality is expressed from this geographical and economic genesis, but it also forms an overlapping space with modern and multifunctional equipment. In order to understand economic and spatial logics, concentrations and locations, a mapping of private establishments and their economic activities found in the Centrality Zone, delimited by the Master Plan, considered the traditional center, was carried out. Added to this, the present work discusses the other equipment and their functions within the city that make up the urban fabric and intensify the flow contractions in this area. Finally, the discussion reveals the influences of globalization in a medium-sized city through the units of franchise establishments, their spatial fixation and their decentralizing tendency.

Key-words: Urban centrality; Commerce; Franchises; Ourinhos/SP

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Procedimentos metodológicos da pesquisa..... 14
Figura 2 - Representatividade das franquias por região.....29
Figura 3 - Mapa de localização de Ourinhos/SP.....33
Figura 4- Mapa de Municípios com Região de Influência no AP de Ourinhos.....35
Figura 5 - Mapa de Ourinhos, década de 1930..... 38
Figura 6 - Casas Pernambucanas (s.d.)..... 39
Figura 7 - Croqui da disposição da formação central de Ourinhos (s.d.)..... 40
Figura 8 - Vista aérea (1939).....40
Figura 9 - Zoneamento Urbano (Plano Diretor 2022).....46
Figura 10 - Orientação de percurso para recenseadores.....47
Figura 11 - Mapa de Localização dos estabelecimentos na Zona da Centralidade (2022)..... 48
Figura 12 - Gráfico de estabelecimentos mapeados na ZC de Ourinhos em seções.....49
Figura 13 - Aglomerações comerciais.
(1)Galeria Vitória; (2) Centro Comercial Alberto Matachana; (3) Mercado Municipal; (4) Camelódromo; (5) Shopping Cinemarti; (6) Calçadão..... 52
Figura 14 - Mapa de Localização dos estabelecimentos da seção G na ZC de Ourinhos(2022).. 53
Figura 15 - Mapa de Localização dos estabelecimentos da seção Q na ZC de Ourinhos(2022).. 55
Figura 16 - Mapa de localização dos estabelecimentos de franquias na ZC de Ourinhos (2022) 57
Figura 17 - Gráfico de franquias mapeadas na ZC de Ourinhos em seções..... 58
Figura 18 - Mapa de Centralidade de Ourinhos: Estabelecimentos com diferentes usos do solo (2022)..... 60
Figura 20 - Max Atacadista.....68
Figura 21 - Antigo prédio ‘Pen Drive’.....68
Figura 22 - Gráfico de intersecção das franquias apontadas nesta pesquisa.....73
Figura 23 - Mapa de marcas de franquias com unidades dentro e fora da área estudada (2023). 74

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Municípios com Região de Influência no AP de Ourinhos..... 34
Quadro 2 - Classificação CNAE..... 50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Referência de classificação da CNAE.....54

SUMÁRIO

Introdução.....13
Capítulo 01. Urbanização, diferenciação socioespacial e franquias.....16
1.2 O sistema de franquias.....25
Capítulo 02. Ourinhos/SP: Centralidade e Comércio em uma cidade monocêntrica.....31
2.1 A expansão do centro em Ourinhos/SP.....36
2.2 Zona de centralidade.....45
2.2.1 ‘G: Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas’.....51
2.2.2 ‘Q: Saúde humana e serviços sociais’.....54
2.2.3 As franquias.....55
2.3 Monocentralidade multifuncional.....58
Capítulo 03. As lojas de franquias: da Zona de Centralidade ao Shopping Center.....69
3.1 Localização geográfica das franquias.....72
Considerações finais.....76
REFERÊNCIAS.....78
APÊNDICES.....82

Introdução

As lógicas contemporâneas na cidade podem ter suas transformações observadas cotidianamente pelas pessoas que estão inseridas nela. A reprodução da vida urbana acontece a cada nova construção que desencadeia no planejamento de manutenção e ajustes à nova organização territorial constituída. No cenário estampado na cidade se sobressaem as etiquetas advindas das vitrines e a publicidade a toda hora conta com um novo recurso para que seja consumido um novo produto, em uma nova loja, em um novo ambiente, em uma nova localização.

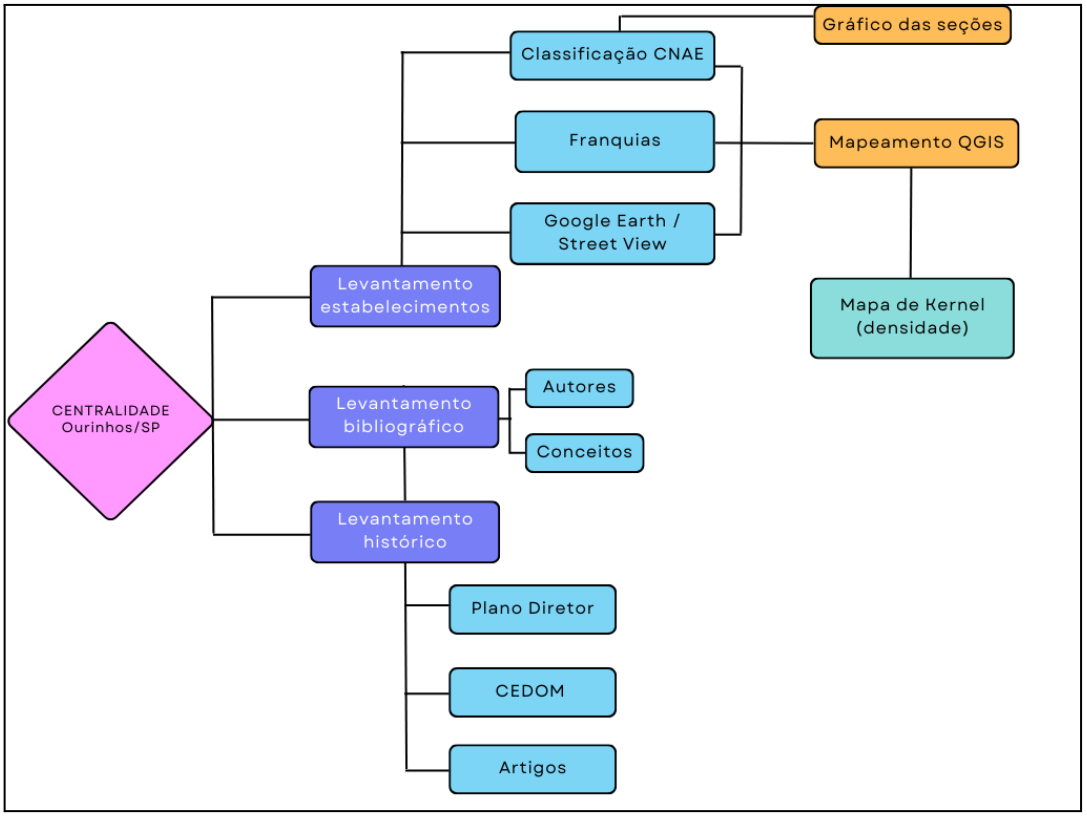
Esta pesquisa surge do anseio de compreender as mudanças da cidade experimentadas ao longo das últimas décadas em Ourinhos. Com o passar dos anos houveram alguns marcos que foram importantes para a cidade de maneira geral que, inserida em um contexto global, formaram seu desenvolvimento às vistas do "progresso". Tal desenvolvimento pode ser percebido a partir de uma cidade produzida por diferentes contradições e coexistências no tempo-espaço como bem se observa com a presença da linha férrea; esvaziamentos de centros comerciais e criação de outros; instalação de equipamentos de atividades econômicas modernizadas; chegada das franquias e fechamentos de lojas comerciais locais; tendências de descentralização para uma área de maior poder aquisitivo; diferentes concentrações de atividades econômicas com diferentes funções; e o desejo maior de consumir a marca e os lugares que são oferecidos, mais do que seu produto em si.

O presente trabalho é resultado de uma pesquisa realizada a fim de se obter uma maior análise sobre a centralidade de Ourinhos, bem como sua disposição comercial e impactos com a inserção das redes de franquias, condicionando um consumo padronizado e seletivo. Esse comércio na cidade ainda se mantém em uma malha de sobreposição histórica que resiste ao fim de uma possibilidade de coexistência entre o antigo e o moderno, ou ainda entre o passado e o futuro.

Deste modo, tivemos como objetivo geral "discutir a dinâmica da centralidade da cidade de Ourinhos/SP ao longo dos anos, a partir da implantação de diferentes equipamentos e estabelecimentos econômicos", bem como os objetivos específicos por meio dos quais complementamos e ampliamos o escopo da pesquisa realizada que foram: relacionar a gênese da cidade com a disposição espacial atual da centralidade; identificar e mapear as diferentes formas de uso e ocupação do solo na Zona de Centralidade da cidade e; relacionar sua organização urbana com as tendências globais a partir da expansão do setor terciário na cidade em diferentes formas.

No que se refere à metodologia a análise se deu nas dimensões quali-quantitativa e contou com procedimentos metodológicos - organizados sinteticamente conforme a figura 1 - que resultaram nas discussões obtidas a partir da centralidade de Ourinhos/SP.

Figura 1 - Procedimentos metodológicos da pesquisa



Elaboração e organização de própria autoria (2023)

Dessa forma, o primeiro capítulo faz uma revisão temática acerca das diferenciações socioespaciais nos processos de urbanização e a ascensão das redes de franquias dispostas em redes globais pautadas na relação direta com o comércio e, consequentemente, com os lugares de consumo. Discorre, ainda, sobre as formações das centralidades na produção do espaço urbano através do papel da atração que exerce.

O segundo capítulo, por sua vez, se desmembra através de um primeiro reconhecimento do estudo do lugar que é delimitado a partir da Zona de Centralidade proposta pelo Plano Diretor da cidade. Isto posto, foi realizado um mapeamento através de um levantamento virtual através das ferramentas de *Street View* e *Google Earth* que identificou os estabelecimentos presentes nesta área. É relevante destacar que houve uma grande dificuldade de diálogo com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano para o levantamento de dados e as informações mais recentes as quais poderiam ser trabalhadas de outro órgão

advinham do último censo demográfico realizado em 2010, ou seja, informações desatualizadas em mais de dez anos. - podemos considerar que, dentro das dinâmicas urbanas, é bastante tempo. Portanto, o meio virtual atrelado a algumas visitas em campo, foi a solução encontrada neste estudo.

Os estabelecimentos mapeados foram, então, classificados a partir de suas atividades econômicas, tendo como referência a CNAE, que caracterizou a organização espacial desta área, tendo destaque nos segmentos do comércio varejista e reparação de veículos; e serviços de saúde. Somado a isso, os dados levantados também indicaram quais as redes de franquias existentes e sua localização geográfica. Também, neste capítulo, revelou-se outros equipamentos que ocupam o mesmo espaço, mas que possuem diferentes funções.

Já o último capítulo buscou manter a atração espacial quanto à dinâmica das redes de franquias presentes não só na Zona de Centralidade, como também no espaço do Shopping Center, visto que é naturalmente um equipamento de predisposição para instalação desse modelo de comércio, onde ambos se entrelaçam no simbolismo da modernização e progresso. Com essas marcas identificadas, buscamos verificar o surgimento de novas centralidades. Dessa forma, o presente trabalho finaliza discorrendo acerca dessa tendência de descentralização das atividades econômicas específicas das franquias que são mecanismos reguladores da segregação socioespacial. Importante para a leitura, perceber que as mudanças, ao passar dos anos, acontecem de maneira interligada ao processo histórico da cidade que está inserida em um dinâmica de redes. Sua complexidade e dinamicidade contemplam suas transformações que é, ao mesmo tempo, rápida e lenta dentro do cotidiano social.

Capítulo 01. Urbanização, diferenciação socioespacial e franquias

A cidade, desde seu primórdio, é o espaço resultante das trocas de mercadorias através das atividades humanas atreladas às relações sociais onde também se cumpria a função do morar e das práticas políticas. A partir da década de 1970, o desenvolvimento dos sistemas de produção, com enfoque na produção flexível, atrelado ao avanço do princípio da acumulação de capital, propiciou uma aceleração no processo de urbanização, acentuando as aglomerações urbanas de maneira dispersa com expansão territorial orientada pelo mercado de terras e imobiliária. A cidade, então, torna-se produto e produtora resultando nesse dinamismo orientado pelas trocas de mercadorias e concentrando também a reprodução social e as práticas espaciais.

As relações sociais, por sua vez, contam com atores fundamentais que agem como parte atuante do sistema econômico vigente e corroboram para sua propagação e funcionamento, não sendo possível a dissociação das duas partes. Há, então, a contribuição para um paradoxo urbano, afinal, ao mesmo tempo em que o comportamento das pessoas dita as tendências de mercado e seus produtos, através da demanda, é também o mesmo mercado que cria os desejos a serem consumidos, através da oferta. Essa dinâmica é categórica, portanto, para a reprodução da força de trabalho e, consequentemente, para a divisão social de classes.

> A produção é, pois, imediatamente consumo;o consumo é, imediatamente, produção. Cada qual é imediatamente seu contrário. Mas, ao mesmo tempo, opera-se um movimento mediador entre ambos. A produção é mediadora do consumo, cujos materiais cria e sem os quais não teria objeto. Mas o consumo é também mediador da produção ao criar para os produtos o sujeito, para o qual são produtos. O produto recebe seu acabamento final no consumo." (MARX *apud* ORTIGOZA, 1996, p. 19)

Tal fator contribui para um reflexo dessas relações na materialização do espaço físico dentro das cidades que se estrutura ditado por essas lógicas e interesses do capital, configurando um espaço desigual em todas as vertentes do viver (seja econômico, social, político, cultural…). A cidade, então, é sobreposta com as camadas das diferenças da vida urbana que se co-relacionam em um mesmo espaço, contribuindo para um processo cada vez mais segregador das diferenciações socioespaciais, uma vez que as estruturas urbanas atingem maior grau de complexidade para sua organização.

Com o avanço do neoliberalismo econômico e o desenvolvimento tecnológico da comunicação e automação da produção houve o fortalecimento da globalização em um processo cada vez mais dinâmico e veloz, ocasionando uma maior conexão das redes mundiais. Entretanto, este é também um processo de diferenciação socioespacial em escala global entre centro-periferia. Podemos destacar que a internacionalização do capital contribui para as expectativas de consumo globalizadas, oferecendo o estilo de vida dos Estados que

ditam a hegemonia cultural e econômica global. Fato é que a presença de empresas de redes nacionais ou internacionais em municípios locais carregam consigo um presságio de prosperidade e desenvolvimento, sendo instrumento de domínio e poder, através da reprodução da acumulação de capital e do trabalho, consequentemente. (RETONDAR, 2007).

Esse fenômeno da expansão global das culturas pode ser associado às redes de franquias dos mais diversos segmentos. Esse modelo de empreendimento, carrega consigo um forte simbolismo da marca sendo fácil a sua identificação e confiança do consumidor na padronização do produto e sua qualidade esperada. Em alguns casos, o consumo das franquias pode representar um *'status'* social que aproxima seus consumidores de um prestígio cultural global, voltando a eles o papel de atores fundamentais na reprodução da dominação da globalização. O acesso a essas franquias vai depender das condições propostas pelas lojas como fatores econômicos e sociais do consumidor, localização geográfica e mobilidade de deslocamento inseridos em um espaço urbano (esse que se condiciona a partir das distribuições populacionais ditadas pela organização do trabalho). (PORTO SALES, 2014)

1.1 Diferenciação socioespacial e comércio no espaço urbano

A produção do espaço urbano pode ser observada por um conjunto de atores que participam de transformações que ocorrem no cotidiano não só através de causa/consequência de sua organização física em sua localização, mas por ser o reflexo da vida humana que, inserida em um sistema que centraliza o capital como moeda de troca, é parte atuante dos valores das mercadorias através de seus contextos sociais e culturais, moldando as cidades.

Como pontua Ortigoza (1996), essas transformações acontecem como um movimento contínuo, sem grandes quebras no sistema, pois "as relações sociais vão sendo programadas e reorganizadas de maneira sutil, através de inovações graduais. Por isso, as relações sociais não se rompem, vão apenas se reproduzindo no tempo e no espaço." (ORTIGOZA, 1996, p. 07). Dessa forma, Carlos (2007) define o espaço urbano como um processo que não é estático e que se realiza na "tríade condição-meio e produto da produção/reprodução da sociedade" (CARLOS, 2007, p.51), permitindo um melhor entendimento dos elementos que o compõem, destacando as escalas do nível econômico, político e social, que em síntese se sobrepõem:

> Assim, se a produção do espaço do ponto de vista econômico se produz sob a racionalidade da busca do lucro e do crescimento, no plano do político, sob a lógica do planejamento que normatiza e instrumentaliza o espaço, no plano social revela a vida, e desse modo a sociedade em seus conflitos, pois o econômico e o político se realizam na vida cotidiana e no lugar com estratégias específicas que se confrontam com as necessidades da vida humana.
> Nessa escala se vive a justaposição morfologia social/morfologia espacial, produzindo a cidade como segregação com seu sentido estratégico: a separação das práticas

> socioespaciais visando à reprodução social que, ao delimitar um lugar para cada um – "criando áreas homogêneas apoiadas em identidades de classe e, pretensamente, apartadas do todo social e da cidade" –, escamoteia o conflito (CARLOS, 2007, p. 54).

Os diferentes planos que compõem a produção do espaço se correlacionam de maneira inerente de forma que se confundem entre si e se concretizam na cidade de maneira desigual, fundamental para a reprodução do capital, posto que necessita da contradição para vingar. Diante disso, cabe ressaltar a conceituação entre diferenciação e desigualdade que vão compor a malha urbana. Para tanto, seguimos com a discussão síntese realizada por Silva; Teixeira e Sposito (2021):

> Diferenciação e desigualdade socioespacial são concepções dialeticamente indissociáveis no contexto da produção social do espaço urbano. A diferença é uma característica singular do homem, afinal cada ser é único. Todavia, a diferença se torna um problema a partir da não aceitação do outro, e é neste contexto que a diferença se torna desigualdade (CATALÃO, 2013). A diferenciação socioespacial é uma característica intrínseca do modo de produção capitalista, e a materialização das diferenças no espaço não se expressa apenas pela disposição dos objetos e das classes sociais no espaço urbano, mas também pelas distintas formas de apropriação e pela possibilidade do direito à cidade. Assim, diferenciação e desigualdade socioespacial ajudam a entender « a existência de uma sociedade de classes que diferencia os seus membros a partir do lugar que ocupam tanto na produção quanto na distribuição da riqueza gerada » (CARLOS, 2007, p.47). (SILVA; TEIXEIRA e SPOSITO, 2021, p. 13)

Portanto, como aponta Harvey (2012, p. 74), "a urbanização sempre foi um fenômeno de classe" pois depende do excedente que tem que ser extraído de algum lugar e de alguém e que é controlado na sua forma de distribuição e acúmulo por poucas pessoas, a partir do funcionamento do capitalismo. Dessa forma, tanto a urbanização quanto o próprio sistema capitalista possuem uma próxima conexão e se desenvolvem diante de um apoio mútuo.

É, então, nas cidades que o mercado se desenvolve. Como pontua Sposito (1991a, p. 06) "[...]a cidade é ao mesmo tempo lugar da produção e do consumo, e os espaços serão consumidos tanto para a produção de bens e serviços, como para a reprodução da força de trabalho, e para a circulação, permitindo que a troca se realize.". O comércio como potencialidade urbana, por sua vez, surge como um instrumento de reprodução do capital mediante troca através da venda de mercadorias nas cidades, que inicialmente serviam para o suprimento de necessidade. Já com o passar do tempo, "a obsolescência foi estudada e transformada em técnica" (LEFEBVRE *apud* PORTO SALES, 2014, p. 56) e as necessidades e desejos criadas para o abastecimento do consumo, cada vez mais atrelada e contribuinte com causa e consequência do estilo de vida cotidiano sutilmente implantado pelas hegemonias econômicas e culturais do Norte Global e se molda a partir das características de sistemas de produção, distribuição da população, organização da cidade, mobilidade e zoneamento dentro do espaço urbano.

Para que haja a compreensão do dinamismo com que o comércio atua nos dias de hoje, considerando a complexidade de envolvimento com outros fatores agregados, como estrutura social, infraestrutura de tecnologia, informação, comunicação, transporte e energia, reprodução e acumulação de capital em escala global, é necessário retomar à historicidade da evolução do sistema produtivo.

Para tanto, temos que considerar que a inovação das tecnologias nos processos de industrialização foram fundamentais para os avanços e produtos obtidos até os dias atuais. De forma breve, ao traçar uma linha do tempo referente a evolução do mercado em consonância com o processo de urbanização, pode-se destacar algumas grandes transformações fundamentais para a estrutura atual.

A primeira delas, conforme Barata Salgueiro e Cachinho (2009), refere-se ao primórdio das sociedades de consumo mediante a industrialização da segunda metade do século XIX que cria através da produção de bens um espaço facilitador para a reprodução econômica da força de trabalho. É nesse momento que as cidades começam a ser atrativas e ocupadas pelos trabalhadores assalariados, fundamentais para o povoamento da cidade. Por conta disso, também houve o aumento da capacidade de consumo, facilitando a fixação e especialização do comércio nos espaços urbanos que aos poucos desenvolvem as vitrines e publicidade para o incentivo de sua consumação. Como consequência, há a criação dos primeiros centros, e dessa forma,

> A organização de uma hierarquia de centros num lugar é acompanhada, em regra, por mudanças na estrutura interna do centro principal. As lojas especializadas com as suas montras artisticamente decoradas e abrilhantadas pelo néon vão agrupar-se na área central, captando a vasta clientela que a demanda e contribuindo para reforçar a sua atracção. Nas maiores cidades aqui se instalaram os grandes armazéns, o comércio ocasional e raro de artigos sofisticados e de luxo, e o passeio para ver montras, que não é independente da função de mostrar-se, entrou nos hábitos da cidade burguesa oitocentista. Aumentam também os serviços de apoio às actividades económicas, como os financeiros, e alguns pessoais. (BARATA SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p. 14)

Em seguida, após a Segunda Guerra Mundial, o modelo de produção fordista, com a expansão do capitalismo monopolista, instalou-se em grande parte do mundo, disseminando o "estilo de vida norte-americano" e, consequentemente, incentivando a busca para sua reprodução, com a criação de necessidades. Nesse período, são desenvolvidas maiores empresas que buscam o posto de monopolistas com a internacionalização do capital através, principalmente, das multinacionais. Acompanhado a essa expansão, também há um aumento das cadeias de lojas, redes de franquias e filiais. Outro ponto a destacar nesse movimento, é que "o elemento chave da mudança nas técnicas de venda foi a introdução do auto-serviço que alterou a organização dos estabelecimentos, franqueando o contacto directo das mercadorias e

permitiu aumentar a dimensão dos pontos de venda.” (BARATA SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p.15). Os centros tradicionais, entretanto, já não têm a mesma exclusividade no que se refere aos consumos e fixação dos estabelecimentos, devido à uma melhoria na mobilidade dos clientes, uma vez que aumenta a disseminação e consumo de automóveis.

A partir do segundo quarteto do século XX, as tecnologias de comunicação e informação revolucionaram as relações globais, diminuindo a distância entre os atores necessários que compõem o espaço e atingindo a camada da produção e do consumo de maneira descentralizada, sem ser necessário os grandes estoques das indústrias e dos centros urbanos de modo que essa dinâmica caminhou para a substituição do espaço de produção pelo espaço do consumo. Esse processo de globalização alterou as fronteiras de tempo e espaço e “produzem simultaneamente um novo internacionalismo e fortes diferenciações no seio das cidades e das sociedades” (HARVEY *apud* BARATA SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p.16). Tais dinâmicas alcançam diretamente, também, os consumidores. “O espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo, senão uma metáfora. Todos os lugares são mundiais, mas não há espaço mundial. Quem se globaliza, mesmo, são as pessoas e os lugares”. (SANTOS) E acrescentaríamos: as mercadorias" (ORTIGOZA, 1996, p. 41).

Essas novas relações são carregadas de simbolismos que são apropriados e/ou disseminados pelas empresas de tal forma que carregam em si os valores das marcas que buscam oferecer aos clientes mais do que mercadorias: oferecem experiências e vivências. Cada vez mais, comércio e lazer se fundem para alcançar o objetivo da reprodução do capital e da força de trabalho sem que o pareça, atraindo os mais diversos consumidores que, para além da compra de produtos, consomem os espaços e os serviços que eles podem oferecer, caracterizando os espaços do consumo. Essas marcas não podem ser apresentadas de maneira unilateral, uma vez que possuem suas associações para além do produto físico. Atualmente, inclusive, sua complexidade extrapola as cidades, elevando suas relações em consonância com o meio virtual.

Para representar a metáfora do que eles chamam de “Cidade das Marcas”, o episódio “A Cidade das Marcas” do podcast “Prato Cheio (2023)”, do jornal virtual O Joio e o Trigo, inicia com uma voz de *gps* dando as seguintes instruções de localização: *“Siga por mais duzentos metros pela rua Brigadeiro by Nestlé. Em seguida contorne a praça Ifood. Use a pista da direita para entrar na Alameda dos Iphones. Passe pelo Teatro Look Time. E em seguida vire à esquerda na rua Marck Zuckerberg.”* O programa em si se trata de uma reportagem que desbrava sobre “os problemas criados pelo avanço de corporações sobre o espaço urbano e discute quais os limites do processo de mercantilização da cidade.” (PRATO

CHEIO, 2023) e permeia a presente discussão sobre a cidade e as fronteiras dos simbolismos das marcas que ditam o cotidiano social. O propósito da citação deste episódio se dá por ser um exemplo da relevância da discussão sobre as transformações urbanas e avanços no nosso imaginário que são "orientados" por essas empresas. Entretanto, foge do plano metafórico que as localizações dentro da cidade podem ser referenciadas pelas marcas, uma vez que já se observa o processo acontecer.

Contudo, todos os processos aqui citados estão inseridos no paradigma de centro-periferia, resultado fundamental da urbanização. Esse arquétipo, entretanto, tem uma crescente de complexidade devido às mudanças das (re)estruturações na dinâmica urbana, que rompe com a dualidade. Os centros (lugar), constituem-se de nós de fluxos materiais e imateriais (SPOSITO, 2004) responsáveis pela articulação do espaço urbano convergindo os principais interesses de reprodução da acumulação econômica do capital para uma mesma região, de acordo com suas especificidades. Tal fato só é possível através das conexões das redes que são entroncadas nos centros.

> O centro urbano então não é uma entidade espacial definida de uma vez por todas, mas a ligação de certas funções ou atividades que preenchem um papel de comunicação entre os elementos de uma estrutura urbana. Quer dizer que não podemos *assentar* o centro urbano, e sim que é necessário defini-lo com relação ao conjunto da estrutura urbana. (CASTELLS, 1983, p. 275 *apud* SPOSITO, 2004, p.276)

A expressão da concentração tanto de fixos como de fluxos se concretiza com a formação de centros. Por conta disso é que há a indissociação com o processo de urbanização, visto que é seu produto, pois se desenvolve em consonância com a reprodução do capital que depende dos mercados para a consolidação do acúmulo de capital que culmina nas diferenciações socioespaciais resultados da manutenção da divisão do trabalho. Assim sendo, "a cidade centraliza porque concentra atividades econômicas e lúdicas, porque ela é o espaço do exercício e da representação do poder e da cultura de uma sociedade. O centro é, pois, o espaço de excelência e a expressão dessa concentração; ele é o ponto de integração geográfica e social" (SPOSITO, 2010, p. 201).

Cabe ressaltar que, com o aumento das vias em redes de diferentes formas e a intensificação do processo de globalização, as cidades estão cada vez mais conectadas e inseridas dentro de hierarquias de um mesmo sistema, mas que possuem funções diferentes. Dito isso, suas formas de produção do espaço vão seguir uma tendência mundial, de acordo com a função que deve exercer dentro do sistema, mas que se desenvolvem de formas diferentes no espaço-tempo. Destarte, caracterizar a sua escala é de suma importância para o fomento conceitual urbano que permeia entre as cidades de nível global a local, englobando

desde metrópoles até as cidades pequenas inseridas em países que também cumprem papéis diferentes dentro do sistema global.

Ao analisar os centros das cidades nos países subdesenvolvidos, Santos (2018) salienta que, nos países subdesenvolvidos, as cidades se constituem a partir de nódulo principal da rede de vias urbanas e de forte concentração de serviços e comércios em todos os níveis que pode ser abrangente para os diferentes níveis urbanos. Entretanto, cidades de diferentes portes terão particularidades diferentes e regiões de influências distintas, também podendo abranger diferentes escalas.

Na escala da cidade, e em consonância com os centros, a centralidade torna-se condição para tais espaços. Sposito (2010, p. 204) traz que "a centralidade expressa-se a partir da observação da existência de inúmeras zonas com uma forte densidade de atividades ligadas a altos índices de frequentação, se bem que as necessidades e demandas que determinam essa frequentação sejam de natureza e intensidade diferentes"

> Em síntese, o conceito pode ser lido como a capacidade que um elemento central tem de exercer polarização, mesmo localizado em áreas geograficamente periféricas. O termo descreve o poder de atração e difusão de determinados elementos, por exemplo, um centro urbano, comercial, cultural, financeiro etc. (CHOAY e MERLIN, 1996). Difusão e atração são, portanto, dois atributos que caracterizam a centralidade e sua aptidão em estimular fluxos de pessoas, comércio, bens, serviços e ideias, através da concentração de atividades, poderes e símbolos em um determinado espaço. (SILVA; TEIXEIRA; SPOSITO, 2021, p. 03)

A característica da difusão é, também, consequência da exaustão dos centros das cidades, principalmente os mais antigos e tradicionais que, muitas vezes, possuem em seu espaço uma funcionalidade ultrapassada. Os estabelecimentos são mais concentrados, o fluxo de pessoas muito grande bem como de automóveis, implicando na complicação da locomoção e dos estacionamentos, afetando a comodidade pessoal. Esse cenário, apesar de ainda fundamental para as cidades, não responde mais às expectativas dos consumidores em sua totalidade dentro do sistema vigente.

Assim, para que as cidades consigam continuar cumprindo seu papel principal de reprodução da divisão econômica do trabalho inseridos em um sistema de redes globais, faz-se necessário uma (re)estruturação urbana para atender à demanda e criar a oferta. A dialética criar/destruir dentro do espaço urbano é a contribuição crucial para sua dinâmica. Dessa forma, os centros são superados e, por isso, novas concentrações são criadas, causando uma descentralização, ou seja, a criação de novos territórios sentido periferia através de uma redistribuição de atividades de serviços e comércios que atraem para si um novo ponto de fluxos e redes.

Nesse sentido, podemos destacar como produto dessa descentralização, a formação de

eixos comerciais e a emergência de subcentros, que são definidos por Sposito (1991b, p. 270) como “área onde se alocam as mesmas atividades do centro principal com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor e com incidência de atividades especializadas.”

Essa nova centralidade, por conseguinte, muitas vezes vai assumir um papel com uma especificação dominante. Outras vezes, as novas centralidades se formam em uma área abrangente com mais atividades articuladas entre si. Assim, a centralidade representa um processo dinâmico e fluido. Segundo Sposito (2004, p. 277), “se o centro pode ser delimitado, a partir de critérios que estabeleça níveis de densidade de atividades comerciais e de serviços, por exemplo, a centralidade não está contida em limites, porque ela pode se expressar no nível intra-urbano, não se define apenas nessa escala e pode mudar, no tempo e no espaço, de forma muito rápida.”

Seguindo essa perspectiva, a tendência das cidades é a extinção de centros únicos, conforme sua complexidade for atingindo patamares mais elevados dentro do sistema de redes das hierarquias urbanas, atingindo o cenário multi(poli)cêntrico. Sposito (2010, p. 205) pontua que “se constatamos a existência de mais de um centro, temos uma multicentralidade. Se constatamos diferentes níveis de especialização e importância entre esses centros, estamos em fase de uma policentralidade.”

Essa nova organização urbana a partir o surgimento de centralidades dentro de uma mesma cidade contribui para a diferenciação socioespacial, pois a depender da sua localização produz um espaço de baixa acessibilidade para uns e privilegia seu interesse e acessibilidade para outros, fatores esses que dependem do objetivo da reprodução geopolítica de interesse.

Portanto, a cidade dispõe de diversos mecanismos para a dinâmica global de funcionamento das redes de fluxos e manutenção da ordem neoliberal. A influência das centralidades exercidas dependem, primeiramente, do funcionamento intra-urbano expandindo para o entorno, conforme se complexifica.

Nesse ponto, há de se destacar um fator para sua atração. Diversas são as estratégias para uma cidade tornar-se cativante para seus usuários, que contam com a variação entre pessoas e empresas. Porém, ao mesmo tempo em que oferecem um dispositivo engajador próprio, também podem depender de instalações para sua atração. As redes de franquias, por exemplo, destoam das atividades de serviço e comércio locais e se instalam nessas cidades com potencialidade cêntrica, oferecendo uma inserção cultural de âmbito global que segue uma padronização no estilo de vida das massas. Esse sistema consegue então oferecer uma experiência de frequentar espaços que possuem conotação de centro sem estar localizada em seu ambiente central.

1.2 O sistema de franquias

As franquias são um tipo de empreendimento de venda de bens e serviços que é cada vez mais difundido entre as cidades, intensificando a homogeneização do mercado e as práticas monopolistas, gerando acúmulo de capital em poucas mãos - alimentando, então, a manutenção da reprodução do sistema neoliberal. Sua atividade está em consonância com a escala global e "[...]suas estratégias se confundem, em muitos momentos, com a essência do processo de globalização. O sistema de franquia, enquanto conceito, se aplica à produção, distribuição e consumo de bens e serviços, organizada a partir de uma estratégia mundial, e voltada para o mercado mundial. Estávamos, então, diante do próprio retrato da globalização." (ORTIGOZA, 1996). Assim sendo, as franquias oferecem ao consumidor uma experiência de proximidade com a centralidade cultural regente.

Somado a isso, esse sistema também é signo da reestruturação econômica, que segundo Porto Sales (2014, p. 12), se apropria de quatro fatores partes desse processo: "inovação tecnológica, reorganização do trabalho e reestruturação territorial das empresas, mudanças nas políticas de governança territorial e estímulo ao consumo.". São empresas atreladas à expansão do mercado internacional e oferecem padronização como essências que são ligadas ao consumo, como o sistema de reprodução de produtos, a projeção arquitetônica e sua escolha de localização, se concretizando e comunicando através de signos.

Ainda a partir da obra de Porto Sales (2014), destaca-se alguns indicativos típicos das franquias que são fundamentais para sua reprodução. Cabe ressaltar que essas qualificações fazem parte de um sistema e estão estritamente correlacionadas. Sendo elas, de maneira sintetizada: - competência espacial maior que a de um comerciante simples; - repasse do know how da empresa franqueadora; - busca de áreas com produtividade espacial de seu negócio; - conexão multissensorial com o consumidor (base material visível estandardizada); - busca pela identificação com o seu *target*[1] através de uma combinação de suas metas de lucros e suas estratégias de localização.

Primeiramente, é importante um breve reconhecimento de sua estrutura que caracteriza uma rede de franquias. A principal característica que envolve esse sistema é a existência de dois agentes: o franqueador e o franqueado.

> Para compreender o franchising, termo esse que vem da língua inglesa para se referir ao sistema de franquias, é necessário entender uma série de termos técnicos e relações comerciais que são usados para se referir a esse segmento. Inicialmente, há uma

[1] Target é um termo da teoria do marketing utilizado para tratar de um mercado consumidor por quatro aspectos: 1) faixa etária, 2) classe de renda, 3) ocupação profissional, e 4) estilo de vida. (PORTO SALES, 2014)

> relação básica entre o franqueado e o franqueador. O franqueador é aquele que dispõe seu produto ou serviço, quando já testado pelo mercado, para aumentar seus rendimentos com segurança, visto que o monitoramento é possível. O franqueado é aquele que comercializa o produto ou serviço disponibilizado pelo franqueador. Esse produto ou serviço, incluindo todo o seu mix, desde embalagens até o ponto de venda, é testado na unidade-modelo. "O aumento das redes de franquias exigiu a sistematização dos processos dentro do PDV e contribuiu para transformar uma simples loja de varejo em um verdadeiro laboratório de testes para a potencialização das vendas" (LEITE; BORGES, 2007, p. 5). É justamente nessa unidade que todos os testes e treinamentos são realizados com os possíveis franqueados. (MOURA; ARAÚJO, 2015, p. 09)

Dessa forma, a logística acontece partindo da sede principal, que é a unidade-modelo a ser seguida. Ela vende aos seus franqueados o direito de uso da sua marca, fabricação e distribuição e/ou venda dos produtos e método de gestão, elementos previstos por contrato, bem como estratégias de localização e período da parceria, reguladas por repasses de capital como as taxas a serem pagas pelos franqueados durante a parceria. Tal sistema acaba sendo atrativo para ambas as partes, uma vez que o investimento inicial é realizado pelo franqueador, cabendo ao franqueado a administração financeira e sua gestão. Já a outra parte se beneficia devido à sua expansão territorial nas redes, disseminando sua marca de forma que o excedente do capital ainda seja revertido para si, como explica Porto Sales (2014, p. 97):

> Dentro do sistema vertical de marketing, o sistema de franquias empresarial – as chamadas "franquias de varejo" – destaca-se por ser uma modalidade organizacional que permite criar rapidamente pontos de comercialização, com baixo investimento financeiro. Isto porque cabe ao franqueador arcar com todo investimento inicial (como mobiliário, estoque, marketing, entre outros) e pagar royalties e uma taxa a cada cinco anos, em média. Por tais características, Carney e Gedajlovic (1991, p.45) consideram o sistema de franquias como "uma fonte de capital eficiente para as necessidades organizacionais do franqueador, que detém o capital da marca e o conhecimento da gestão", enquanto o franqueado exerce um papel de financiador-gerente da franquia. Devido a esse aspecto, constatamos que o sistema de franquias ultrapassa as definições de um canal de distribuição e torna-se também uma modalidade de expansão territorial da empresa, na qual a marca é o seu principal ativo e a franquia um produto.

A marca, por sua vez, é a principal chave para o desenvolvimento e disseminação desse sistema, pois é ela, em forma de signo, que detém o poder atrativo. Cherto *apud* Ortigoza (1996, p. 95) ressalta que ""Fazer" uma marca, tornando-a aceita, reconhecida e respeitada pelos consumidores, é tarefa que requer muito trabalho e grandes investimentos e, portanto, a marca é, especialmente em franchising, ativo do mais alto valor, a ser preservado a todo custo". Dessa forma, o consumo dos produtos oferecidos se fortalece com a simbologia por trás da marca, ou seja, não é o produto em si que atrai o consumidor mas sim "o quê?" consumir a marca representa. Como já mencionado anteriormente, esse consumo muitas vezes remete à experimentação de um lugar que possui papel de centralidade, mesmo que esteja em um lugar que não ocupa essa função. Nesse sentido, o grande *insight* para Gorz *apud* Porto Sales (2014, p. 133), é a "transformação do valor econômico em valor simbólico e

econômico, caracterizando o sistema de franquias".

A dinamização das atividades de bens e serviços inseridas dentro das lógicas da globalização, contam com a criação das necessidades de consumo para que haja a continuidade da oferta-demanda dos produtos. Esse feito se especializa a partir das estratégias de conhecimento de marketing e publicidade. Assim, o consumo de signos é transformado em signo de consumo (PORTO SALES, 2014). As marcas, nesse contexto, apostam nas publicidades especializadas resultando em caráter programado do consumo que carrega consigo uma tendência de padronização dos consumidores, ideal para atingir seu target e se concretizar como símbolos desejados.

Nesse sentido, a publicidade se apropria de todos os recursos disponíveis para atrair o consumidor, inclusive de maneira multissensorial, e se projetam na cidade. Tal fato impulsiona a visibilidade ao estabelecimento, ao produto e à marca. "Logo, o espaço urbano e/ou determinados elementos morfológicos servem como um meio (criado), e por isso artificial, de forte determinação espacial para criar impacto no volume de vendas, ao absorver os signos que nos representa, ou se preferir, os do urbanismo dos promotores de venda." (PORTO SALES, 2014, p. 58). Portanto, a localização da instalação da empresa também é crucial para seu próprio desenvolvimento.

Segundo Ortigoza (1996), as estratégias territoriais e estratégias de marketing se complementam. A estratégia territorial para a organização de sua localização é fundamental para que as unidades franqueadas da própria marca não entrem em competição direta. Elas devem estar distantes umas das outras ("essa distância é dependente da quantidade de consumidores local e de seu potencial de compra" (p. 82)), pois cada loja deve dispor de um "potencial de faturamento" adequado.

> A oferta comercial do produto no plano territorial é feita de maneira adequada, tendo em mente mercados (cidades, Estados, Regiões), onde a demanda ainda é latente e, quando for necessário, transformam, através da estratégia de marketing, os comportamentos de compra. Neste sentido, fica evidente que todas as estratégias se auxiliam mutuamente para um objetivo em comum - "o sucesso da marca" e o consequente lucro para todos os empreendedores envolvidos. Afinal, é o lucro o objetivo maior e, para alcançá-lo, todas as medidas necessárias são tomadas. (ORTIGOZA, 1996, p.83)

Ainda a partir de Ortigoza (1996), dentro das estratégias territoriais, também há de considerar a localização do ponto comercial das unidades. Essa localização normalmente está atrelada ao fluxo de circulação do público consumidor. Por parte do franqueador, há diretrizes que regem a implementação territorial nas escalas de países, regiões e cidades que correspondam a seus objetivos. Dentre elas, a escolha da cidade precisa ter um maior cuidado, pois precisa combinar com o local de interesse do franqueado, visto que tem que ser benéfico

para esta parte também que vai gerir a unidade. Dentro da cidade escolhida, há outros pontos a serem estudados, visto que conta a reprodução da marca e todo o seu significado.

> Muitas características do lugar são avaliadas e, cautelosamente, selecionadas. Leva-se em conta a área construída da loja, a extensão da fachada, se é em esquina ou não, recuo da calçada, existência de varanda, estacionamento, a posição do imóvel em relação ao fluxo de veículos e pedestres, perfil do público que transita no local, proximidade da zona comercial, número de lojas concorrentes ao mesmo setor e, dependendo do padrão e estilo da loja a ser implantada, este estudo tende a se aprofundar ainda mais. Há várias empresas de consultoria especializadas em assessorar a estruturação de novas franquias, atendendo tanto ao franqueador como ao franqueado. (ORTIGOZA, 1996, p. 86)

Todo esse planejamento se faz necessário para manter a padronização tanto da empresa e da marca, como a de seus clientes. Isso porque ao buscar o consumo em uma unidade franqueada, o cliente já sabe exatamente o que esperar do produto, da identidade do lugar e do serviço oferecido independente de qual loja for. Dessa forma, além do consumo dos signos, também há um maior aumento na procura e venda do consumo do lugar, ou seja, das experiências que este lugar pode oferecer, aguçando uma sensação pessoal de prazer somente pelo ato de frequentar um espaço. Assim, além dos produtos oferecidos, da marca e das próprias franquias, o lugar também se torna um produto passível de investimento pronto para ser comercializado e que é, consequentemente, lucrativo.

Todas as estratégias adotadas culminam na expansão da homogeneização e monopolização da acumulação de capital em poucas empresas, aumentando o poder de dominação dos mercados, mas de maneira bastante sutil, com as mudanças no espaço urbano que acompanham a "vida cotidiana" regidas pelo condicionamento dos desejos e necessidades a serem adquiridas dentro do processo de globalização. Ortigoza (1996, p. 60) pontua que "o Sistema de Franquias mascara a nítida tendência de monopolização do setor distributivo, quando passa para terceiros o direito de comercializar seus produtos"

No Brasil, as franquias começam a passar por um processo de expansão a partir da década de 1980, juntamente com a ampliação de redes e lojas de departamentos e hipermercados, período em que o setor terciário começa a se destacar e há um processo de queda no crescimento das indústrias. (ORTIGOZA, 1996).

> Apesar desse sistema ter se implementado no Brasil com a vinda da General Motors, no ano de 1925, seu desenvolvimento deu-se de forma lenta, até a década de 1960. No período entre 1960 e início dos anos 80 o SF manteve-se sem muitos avanços quantitativos e/ou qualitativos. Somente no final da década de 1980, com a constituição em São Paulo da ABF - Associação Brasileira de *Franchising* (1987), passou a ocorrer um grande *boom*, pois o sistema foi mais divulgado e nosso país tornou-se um enorme mercado potencial para esse tipo de investimento. (ORTIGOZA, 1996, p. 61)

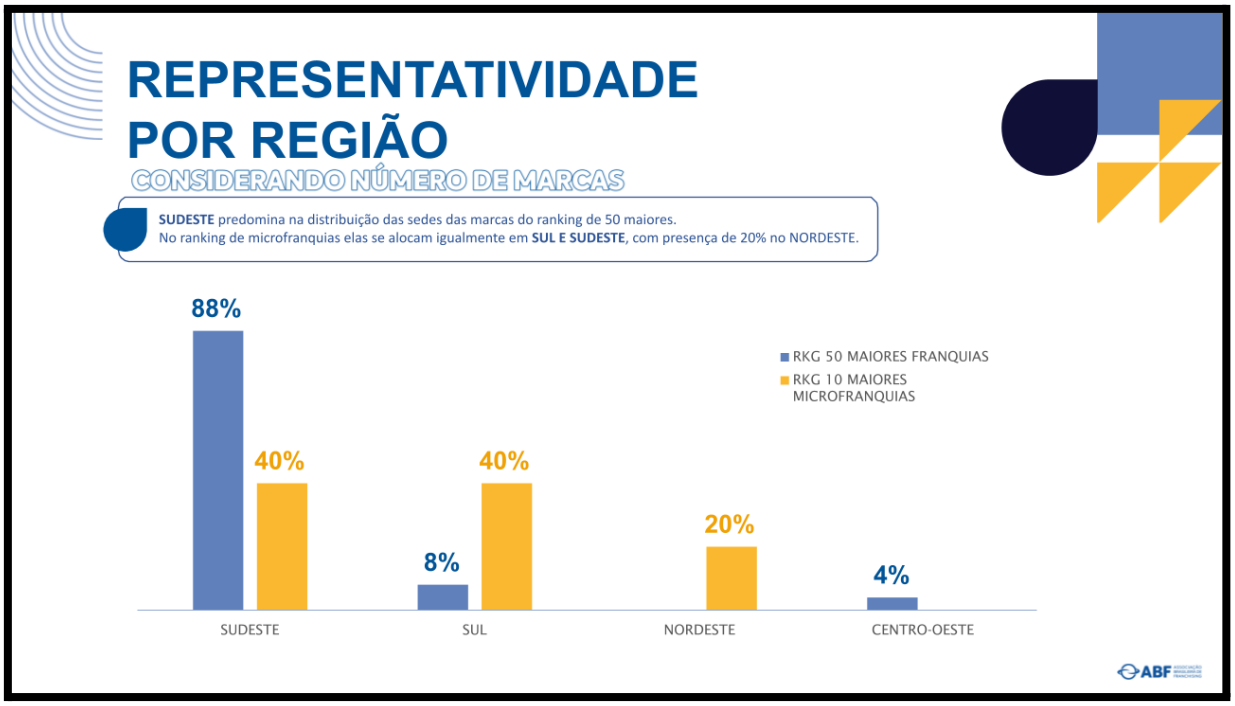
Apesar do Brasil ocupar um lugar de destaque no cenário mundial na década de 1990, sua propagação no território aconteceu de maneira bastante desigual. A região do Sudeste e,

principalmente, o estado de São Paulo liderou esse crescimento das franquias por possuir uma centralidade nacional, ou seja, por ser uma região que já concentrava maior renda devido ao seu histórico de desenvolvimento, também já havia, portanto, uma maior massa de consumo potencial mínimo e contava com maiores infraestruturas urbanas, como uma maior rede de transportes e comunicação, além de possuir uma maior qualidade de vida da população.

Já a partir dessa década, a interiorização do Sistema de Franquias acompanha a descentralização econômica ao instalar as sedes das empresas nas metrópoles, cujo há uma maior atmosfera de acumulação do capital e regência às suas cidades de influência, sendo responsável pela disseminação e uniformização do padrão de consumo, bem como hábitos e comportamentos, acompanhados de uma tendência global que seguia os padrões de vida estadunidenses. Essa disseminação se deu na maior parte do estado de São Paulo e contribuiu para uma diferenciação socioespacial no território brasileiro, aguçando as desigualdades econômicas e culturais.

Atualmente, segundo a ABF (2022), a região Sudeste ainda predomina na concentração de unidades de franquias no Brasil. No segundo trimestre de 2022, a região liderava o ranking com 88% na distribuição das sedes das 50 maiores marcas de franquias no Brasil, reforçando a centralização nessa região devido à sua decorrência histórica.

Figura 2 - Representatividade das franquias por região



Fonte: ABF (2022)

Essa mesma pesquisa, ainda, traz o dado de que o Franchising brasileiro ultrapassou 3000 marcas e que possui uma média de 60 unidades por rede, confirmando que sua expansão ainda é uma tendência cada vez maior dentro do mercado brasileiro e que conta, inclusive, com uma maior expansão das marcas nacionais dentro do território, mas que também já busca sua internacionalização.

Em suma, o mercado se desenvolve como principal recurso para a manutenção do sistema de acumulação do capital que atinge um desenvolvimento econômico pautado no neoliberalismo a partir da reprodução da divisão social do trabalho. Para seu desenvolvimento é necessária a contradição presente nas estruturas urbanas que contam com a dialética da criação e destruição dos centros resultando na tendência das multi(poli)centralidades que se justapõem no espaço a partir das condições socioeconômicas dos consumidores que, por sua vez, também estão inseridos dentro de uma diferenciação espacial a medida em que as cidades atingem maior complexidade.

O ponto chave para tal funcionamento é o consumo. Várias são as estratégias das atividades terciárias de bens e serviços para atrair consumidores que, com o desenvolver das infraestruturas de comunicação e transporte, assimilam as necessidades ao pertencimento das centralidades mundiais, aceleradas no processo de globalização. Assim, a monopolização de empresas é impulsionada pela uniformização do consumo e hábitos incorporados na vida cotidiana que atuam como agentes da expansão territorial dessas empresas.

As marcas, por sua vez, buscam na publicidade uma forma de impulsionar tais desejos a partir de diferentes estratégias que prezam pela sua visibilidade no espaço. Portanto, a escolha de sua localização e imagem são fundamentais para sua disseminação. É dentro desse contexto que o neoliberalismo se apropria de alguns recursos e os transformam em produto, como os signos e lugares, rentáveis ao lucro em benefício dos detentores do capital.

As franquias são a representação máxima dessa dinâmica do mercado inserido dentro de uma escala macro de globalização cultural e econômica. Sua padronização é um recurso de atração tanto para consumidores quanto para seus franqueados, além de possuírem procedimentos que “sustentam” a relação com os seus parceiros. Esse sistema, desde sua criação, se encontra em uma crescente sem precedentes. Entretanto, sua expansão também decorre de maneira desigual dentro dos territórios em que se encontram, acentuando, mais uma vez, a diferenciação socioespacial presentes nas estruturas e hierarquias urbanas.

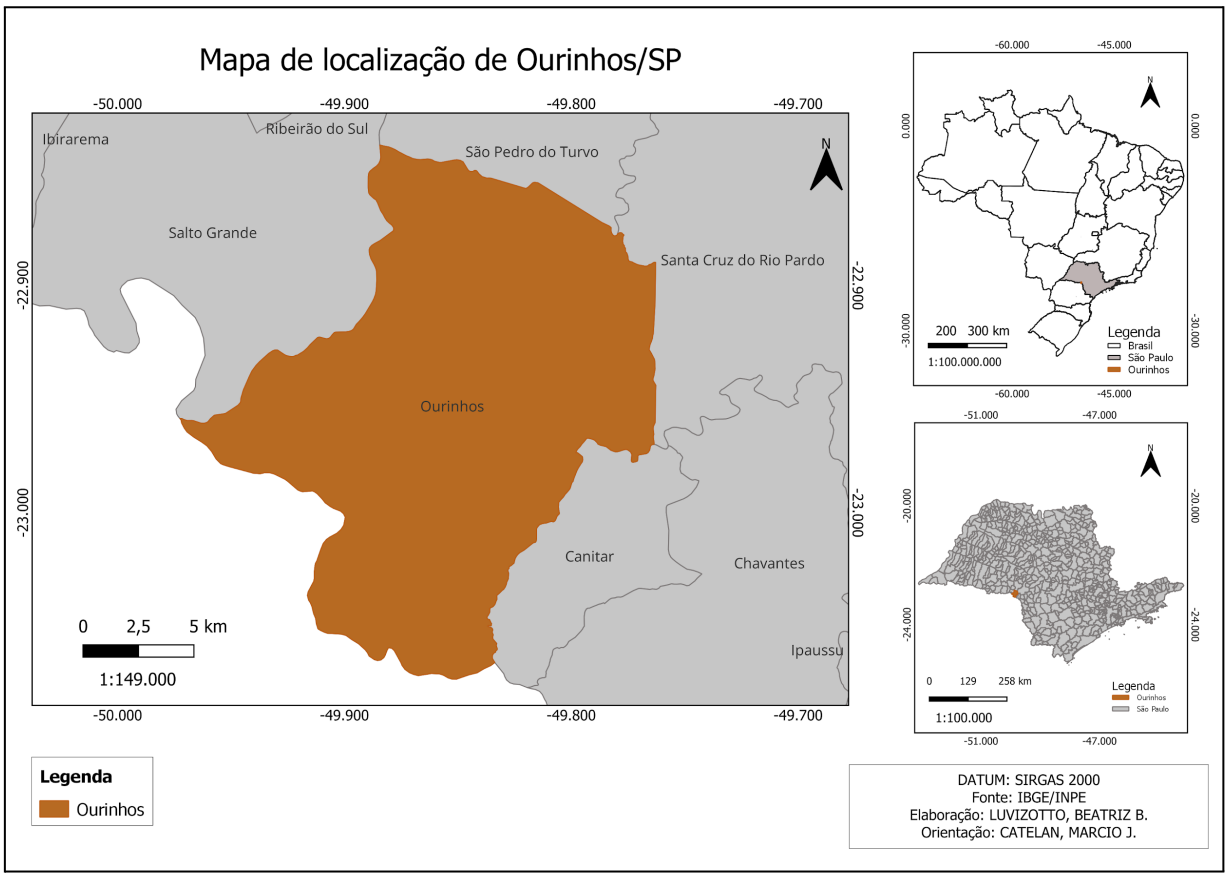
Capítulo 02. Ourinhos/SP: Centralidade e Comércio em uma cidade monocêntrica

Nas cidades brasileiras, com foco em cidades de porte médio como Ourinhos/SP, não é raro encontrar semelhanças no processo de formação destas cidades, dado que abarcam a formação socioespacial do complexo cafeeiro (SPOSITO, 2004). Muitas delas são frutos de herança agrícola de uma produção que acompanhou os ciclos econômicos do país e que deixou suas marcas até os dias atuais. Um conjunto de pequenas cidades se desenvolveram apoiadas na estrutura agrária de produção para exportação, dando o protagonismo para o setor primário - contribuindo para a manutenção de uma estrutura latifundiária e de concentração de rendas.

Este desenvolvimento pautado através das relações agrárias define a atuação que o município engloba em uma rede, que uma vez posto, é difícil de ultrapassar as barreiras. O desenvolvimento das indústrias nessas cidades são pontuais e o setor terciário, pautado principalmente através do ramo de comércio e de serviço, se molda em benefício dessa manutenção agrária.

Isso posto, o desenvolvimento desta pesquisa vai trabalhar com o município de Ourinhos/SP, que se enquadra nesse molde de cidade marcada pelo tradicionalismo das monoculturas agrárias e usinas açucareiras, mas que sustenta uma dialética com uma tendência de inserção socioeconômica nos moldes da globalização buscando um protagonismo de redes, principalmente a se beneficiar com os municípios do entorno e viáveis através da malha rodoviária que o cerca.

Figura 3 - Mapa de localização de Ourinhos/SP



Fonte: IBGE/INPE. Organização de autoria própria.

À vista disso, é válido salientar que Ourinhos/SP tem uma localização geográfica com potencial conexão de redes a considerar que faz limite com os municípios de São Paulo: Salto Grande, a oeste; São Pedro do Turvo, a norte; Santa Cruz do Rio Pardo e Canitar, a leste; e ainda desfruta da divisa com o estado do Paraná fazendo limite com o município de Jacarezinho, a sul. A cidade também está conectada através de importantes vias rodoviárias, que facilita acesso a todas as sub-regiões do estado de São Paulo, com destaque às rodovias Castelo Branco (SP 280/BR374), com acesso distante 70 km feito pela rodovia Orlando Quagliato (SP-327), Raposo Tavares (SP 270), Mello Peixoto (SP-278), e Transbrasiliana (BR- 153). (MOURÃO, 2018). Somado a isso, a conexão às regiões Sul, Centro-Oeste e Norte, também podem acontecer por meios ferroviários.

Atualmente, de acordo com a estimativa do IBGE de 2021, o município possui cerca de 115 mil habitantes e uma área territorial de 295,818km². A fim de conceituação, usaremos a definição de Myazaki (2013) ao categorizar o município como cidade de porte médio, que

mesmo com sua demografia e centro urbano com considerável importância regional, ainda não desempenha características de uma cidade média:

> Em linhas gerais, consideramos que a ideia de cidade média contempla um conjunto de características que vai além do critério demográfico, o que o diferencia do termo cidade de porte médio. Entre as características a serem consideradas, destacam-se a diversidade e complexidade das funções urbanas, bem como os papéis regionais desempenhados em diferentes escalas. (p. 21)

Segundo a pesquisa de Regiões de Influência das Cidades [REGIC] publicado em 2018 (IBGE), Ourinhos/SP está no terceiro nível hierárquico dos centros urbanos, estando atrás das Metrópoles e das Capitais Regionais, sendo classificado como "Centro Sub Regional A" que, pela definição, "possuem atividades de gestão menos complexas (todas são nível 3 na classificação de gestão do território), com áreas de influência de menor extensão que as das Capitais Regionais. São também Cidades de menor porte populacional, com média nacional de 85 mil habitantes, maiores na Região Sudeste (100 mil) e menores nas Regiões Sul e Centro-Oeste (75 mil)." (IBGE, 2018). Sua região de influência imediata é o Arranjo Populacional[2] de São Paulo/SP - Grande Metrópole Nacional (1A). Em contrapartida, o quadro abaixo traz os municípios que possuem o AP de Ourinhos, como região de influência em diferentes níveis, uma vez que ligações diretas vão de menor à maior hierarquia urbana das Cidades e cada rede vai convergir nas Metrópoles, a ver:

Quadro 1 - Municípios com Região de Influência no AP de Ourinhos

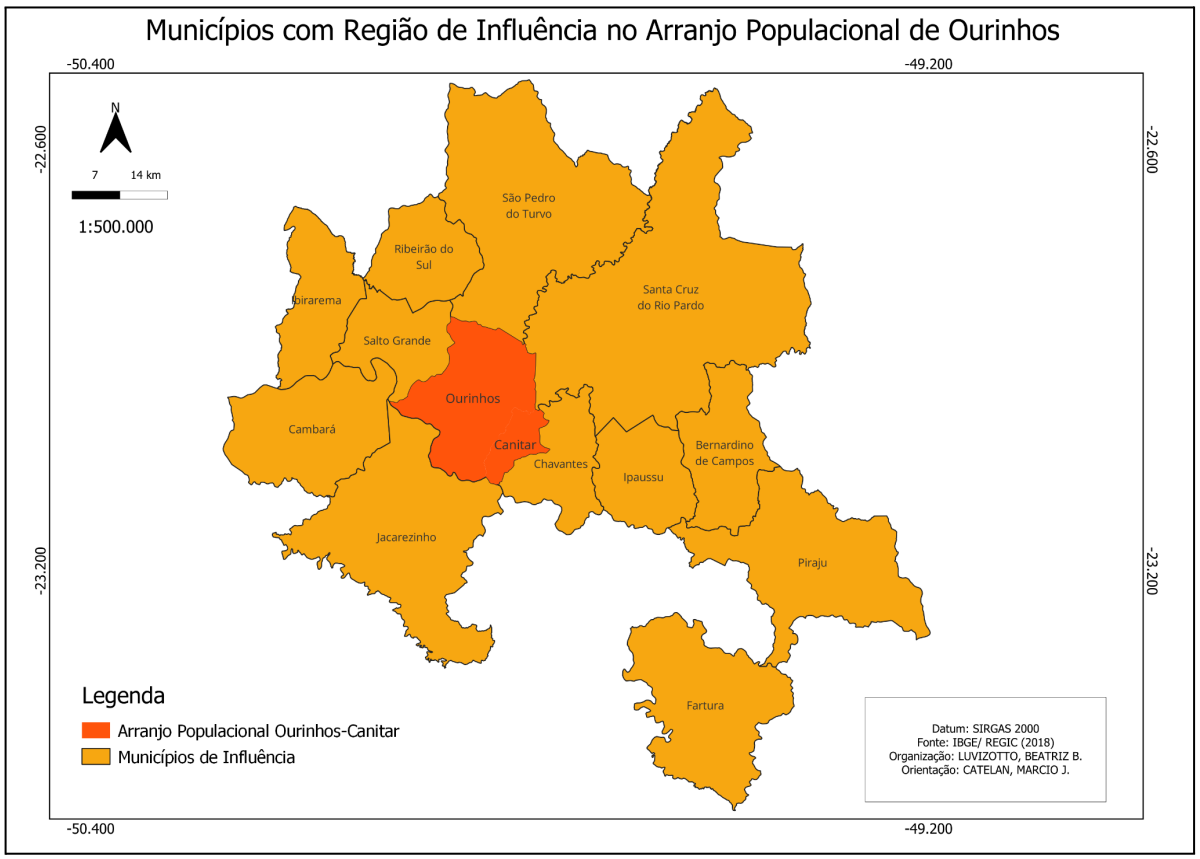
UF	Município	Hierarquia	Região de Influência 1	Região de Influência 2
SP	Bernardino de Campos	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
SP	Fartura	Centro Local (5)	Avaré/SP	AP Ourinhos/SP
SP	Ibirarema	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
SP	Ipaussu	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
SP	Piraju	Centro de Zona A (4A)	AP Bauru/SP	AP Ourinhos/SP
SP	Ribeirão do Sul	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
SP	Salto Grande	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
SP	Santa Cruz do Rio Pardo	Centro Sub-Regional B (3B)	AP Ourinhos/SP	
SP	São Pedro do Turvo	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	

[2] Segundo o IBGE (2016), Arranjo Populacional (AP) "são recortes territoriais estabelecidos por estudo próprio, publicado pelo IBGE em 2016 (ARRANJOS POPULACIONAIS,, 2016), e que consistem em agrupamentos de dois ou mais Municípios".O Arranjo Populacional (AP) de Ourinhos conta com os municípios de Ourinhos/SP e Canitar/SP.

SP	Chavantes	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
PR	Cambará	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	
PR	Jacarezinho	Centro Sub-Regional B (3B	AP Ourinhos/SP	
PR	Ribeirão Claro	Centro Local (5)	AP Ourinhos/SP	AP Curitiba/PR

Fonte: REGIC 2018 - IBGE. Organização de autoria própria.

Figura 4- Mapa de Municípios com Região de Influência no AP de Ourinhos



Fonte:IBGE/REGIC (2018). Organização de autoria própria.

É válido destacar que essas cidades que possuem o Arranjo Populacional de Ourinhos como região de influência, possuem menos de 50 mil habitantes e um deslocamento menor de 100 km até Ourinhos/SP através de vias rodoviárias que podem, inclusive, ser acessadas por transporte público coletivo intermunicipal em alguns casos.

Somando todas as características físicas apresentadas até o momento, fica evidente o potencial do município de exercer uma centralidade atraente passível de extrapolar sua região, seja por interesses econômicos, políticos e/ou socioculturais. Em contrapartida, segundo Dambrós (2018, p. 110), as "relações urbanas dos municípios que compõem a Microrregião de Ourinhos podem ser caracterizadas como cidades do agronegócio" e, assim, seu

desenvolvimento pautado na manutenção da reprodução agrária advinda da cana-de-açúcar[3], que se evidencia como "concentradora de terras e de renda, com predomínio de baixos salários" (MOURÃO, 2018, p. 31) e, segundo o mesmo autor, o "setor acomodou" com poucos aumentos de produtividade mesmo com instrumentos mecanizados.

Com destaque ao setor agropecuário predominante em sua Microrregião, Ourinhos/SP, apesar de ser uma área de influência, desenvolveu os setores de comércio e serviços em prol dessa manutenção agrícola, com segmentos que não permitem economias de escala e pouca tecnologia. Assim, no espaço urbano, desde sua formação, é possível observar a existência de um centro comercial tradicional com características da origem da cidade. Em muitas cidades, tal como destacou Lefebvre (2008, *apud*. PEREIRA, p. 128) "supõe e propõe a concentração de tudo o que existe na natureza, no mundo, no cosmos: frutos da terra, produtos da indústria, obras humanas, objetos e instrumentos, atos e situações, signos e símbolos". Em Ourinhos/SP não foi diferente, resultado da formação do complexo cafeeiro (que perpassou também pela soja e hoje se caracteriza pela monocultura da cana-de-açúcar), na cidade atual encontramos loja de roupa, o barzinho na esquina, o teatro, as praças, os eventos, a lanchonete, a oficina mecânica, o posto de saúde: todos sobrepostos em uma mesma área do município que se contradiz com a inserção, cada vez maior, de lojas de franquias e lojas em redes.

2.1 A expansão do centro em Ourinhos/SP

A cidade de Ourinhos/SP acompanha o processo histórico de criação semelhante a outras cidades do interior paulista que, em decorrência da economia agrária e avanço da monocultura do café e cana-de-açúcar, se desenvolve de modo a servir esse modelo de produção. Segundo a história contada no site da Prefeitura Municipal (s.d), sua origem acontece quando

> Jacintho Ferreira de Sá vindo, de Santa Cruz do Rio Pardo, adquiriu de Dona Escolástica Melcheret da Fonseca uma vasta gleba de terras, quase a totalidade do atual município, tendo loteado a parte central da cidade e doado terreno para a construção de um grupo escolar e de uma igreja. Em seguida, em 1.906 deu-se o início do povoado com reduzido número de casas. Em 1.908 foi criado o Posto da Estrada de Ferro, que foi 04 anos mais tarde transformado em estação.

Essa primeira estrutura urbana da cidade foi marcada fortemente pelos símbolos da Igreja e do Posto da Estrada de Ferro e pelos comércios que o cercavam, dando início ao surgimento de seu centro que concentrou em si os principais acessos à vida cotidiana social entrelaçando o nó de circulação vital ao estabelecimento de uma comunidade que

[3] Com exceção da cidade de Santa Cruz do Rio Pardo/SP que não possui na cana-de-açúcar sua principal fonte de econômica, uma vez que a cidade possui forte industrialização a partir do beneficiamento de arroz.

correspondam à reprodução do capital. A cidade então começou a se desenvolver ao entorno desse primeiro aglomerado que contava com as fixações de estruturas econômicas, sociais e culturais, convergindo em um mesmo espaço que acompanhou o avanço das estruturas agrárias da região.

Concomitante a isso, iniciou-se o desenvolvimento industrial na cidade a partir de 1918 com as atividades das primeiras olarias com a fabricação de telhas e tijolos, que contribuíram para o processo de urbanização pioneiro na região. Assim, tais fatores impulsionam a cidade, tornando-a atrativa para os cidadãos que moravam nos entornos.

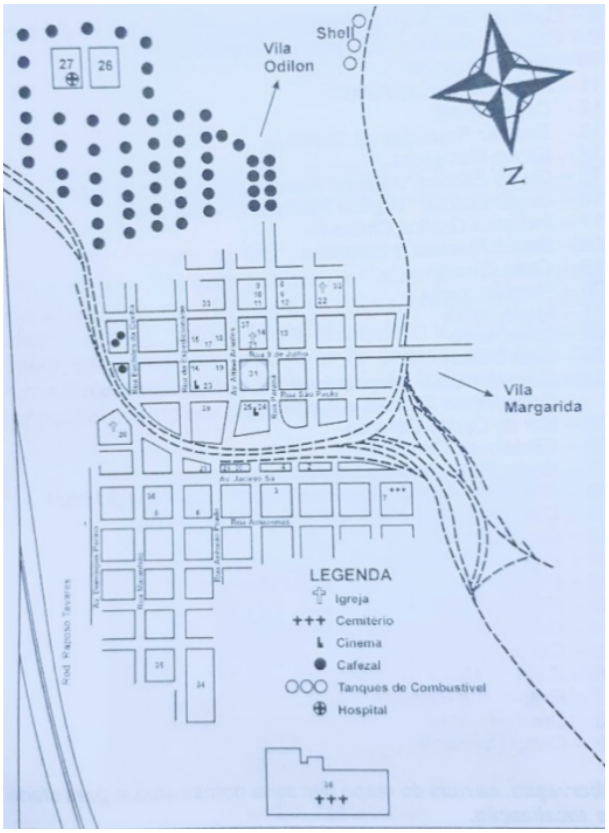
Em breve citação acerca do histórico da cidade, podemos ressaltar a passagem de seu crescimento a partir da obra de Silveira *et al*. (2011):

> Até 1944 o crescimento era contido até as imediações da estação ferroviária nacional, pois as principais relações sociais e econômicas entre a cidade e as outras áreas do território nacional eram realizadas por meio de transporte ferroviário. Além disso, o pouco desenvolvimento do transporte intraurbano obrigava as pessoas a se localizarem próximas dos locais de consumo e de trabalho. (p. 55)

A partir das mediações da ferrovia, o núcleo urbano inicial de Ourinhos desenvolveu-se ao norte da E.F. Sorocabana, local denominado pela população e pelos autores da história da cidade como “abaixo da linha”” (FERREIRA DIAS, 2014). A autora acrescenta ainda que as ocupações em sentido oposto, ou seja, “acima da linha", aconteceram na gestão do prefeito Arlindo Luz (1924-1927) quando “a E.F. Sorocabana iniciou em Ourinhos a construção de um novo prédio de alvenaria, substituindo a antiga estação de madeira. Com a conclusão da nova estação em 1927, o crescimento da cidade direcionou-se para o sul da mesma, em razão do aumento do tráfego na região (DEL RIOS, 1992)” (FERREIRA DIAS, 2014, p. 53)

Assim, com a implantação da linha férrea se acentua o processo de segregação socioespacial na cidade, constitutiva de sua gênese no desenvolvimento urbano. As terras “acima da linha”, ou seja, ao sul da E. F. Sorocabana tornou-se mais desenvolvida com maiores instalações do comércio, melhores residências, bancos e estabelecimentos da administração pública municipal, enquanto em contrapartida a região ao norte da ferrovia caracterizou uma área de baixo poder aquisitivo e poucos estabelecimentos comerciais (FERREIRA DIAS, 2014). Essa situação evidencia já nesse período uma divisão social pautada a partir da sua localização geográfica advinda das estradas de ferro, símbolo do progresso. Tal fato acompanha a dialética fundamental para a reprodução do capital nas engrenagens da modernização: a divisão de classes.

Figura 5 - Mapa de Ourinhos, década de 1930



Fonte: ARAÚJO *et al*. (2020)

A dinâmica do município acompanha o desenvolvimento em âmbito nacional uma vez que as conexões aumentam suas relações em rede. O município, então, começa a ser orientado a partir das tendências advindas da capital e torna-se um espaço atrativo para o setor terciário e sua expansão. Um exemplo disso, é a instalação da rede varejista de departamento “Casas Pernambucanas” às margens da praça Mello Peixoto, tornando-se um atrativo de consumo à centralidade da microrregião do município e fator integrador com as tendências do setor comercial, conforme retratados nas figuras 06 e 07.

Os meios de comunicação atuam de maneira imprescindível para o desenvolvimento da cidade ao relatarem registros de tempos vividos a partir de uma perspectiva dos seus cidadãos. Durante o período de 1927 a 1953, o jornal municipal “A Voz do Povo” circulou na cidade e seus periódicos até hoje contribuem para uma memória do espaço de Ourinhos.

> Por se tratar de uma memória de um lugar, tem-se que trabalhar o resgate da história do e no lugar. Na cidade de Ourinhos, área piloto de nossa proposta metodológica, temos o jornal A Voz do Povo, com o qual trabalhamos a fim de decifrar uma teia que compõe as histórias dessa cidade e analisar os espaços onde elas se encontram(ARAÚJO et al., 2020, p. 08).

É válido ressaltar, também, que “mais tarde, os autores, em sua grande maioria ourinhenses, que perpetuariam a memória dessa cidade em seus livros, operariam também

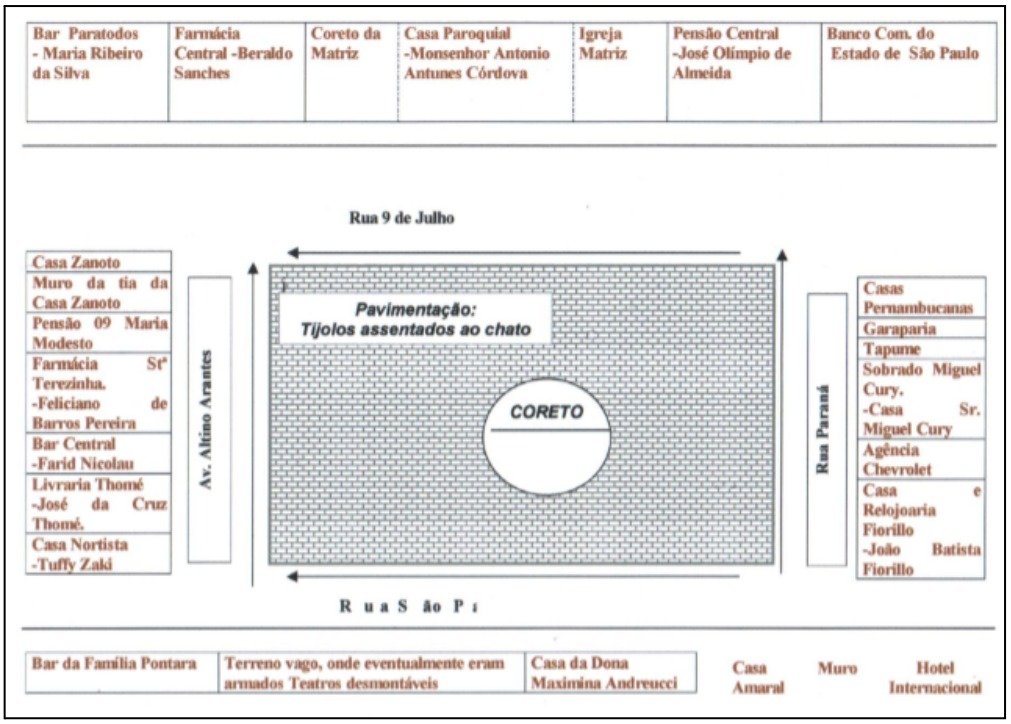
uma construção de memórias que nem sempre correspondem, de fato, ao que ocorreu, mas são produtos de desejos e sonhos (BOSI, 1994)" (ARAÚJO *et al*., 2020, p.10). Os autores ainda complementam que durante as publicações deste jornal há uma "contradição entre a almejada terra dos sonhos, marcada pelo ideal do progresso, e a cidade que de fato existia" (p. 13), principalmente no que diz respeito à sua infraestrutura e saneamento básico. Acerca do seu desenvolvimento e conhecimento da expansão do comércio, ressaltando que os pontos levantados partem de uma narrativa parcial que têm o objetivo de promover o desenvolvimento no município, foi possível encontrar no jornal "A Voz Povo", publicado em 1937, com autoria do editor, a passagem:

> A praça de Ourinhos vende para quasi todo o norte do Paraná: tecidos, ferragens, materiaes para construcção, bebidas, artigos manufacturados, doces, macarrão, drogas, etc. […] Ademais, com 3 estradas de ferro, ligando-a directamente a todo o paiz, só póde progredir. […] Ourinhos tem: Correio, telegrapho, bancos, grupo escolar, um gymnasio particular, drogaria, jardim, musica, cinema, futebol, typographia jornal, optimos hoteis, photographos, fabricas de sabão, macarrão e bebidas, 4 usinas de algodão, egrejas, uma casa de saúde, collectorias estadoal e federal, serrarias,medicos, dentistas, advogados, cadeia, engenheiros, grandes casas commerciaes e animadissimo commercio varejista.(VOCÊ sabia?…, 1937, p. 5 *apud* ARAÚJO *et al*, 2020, p. 12)

Figura 6 - Casas Pernambucanas (s.d.)

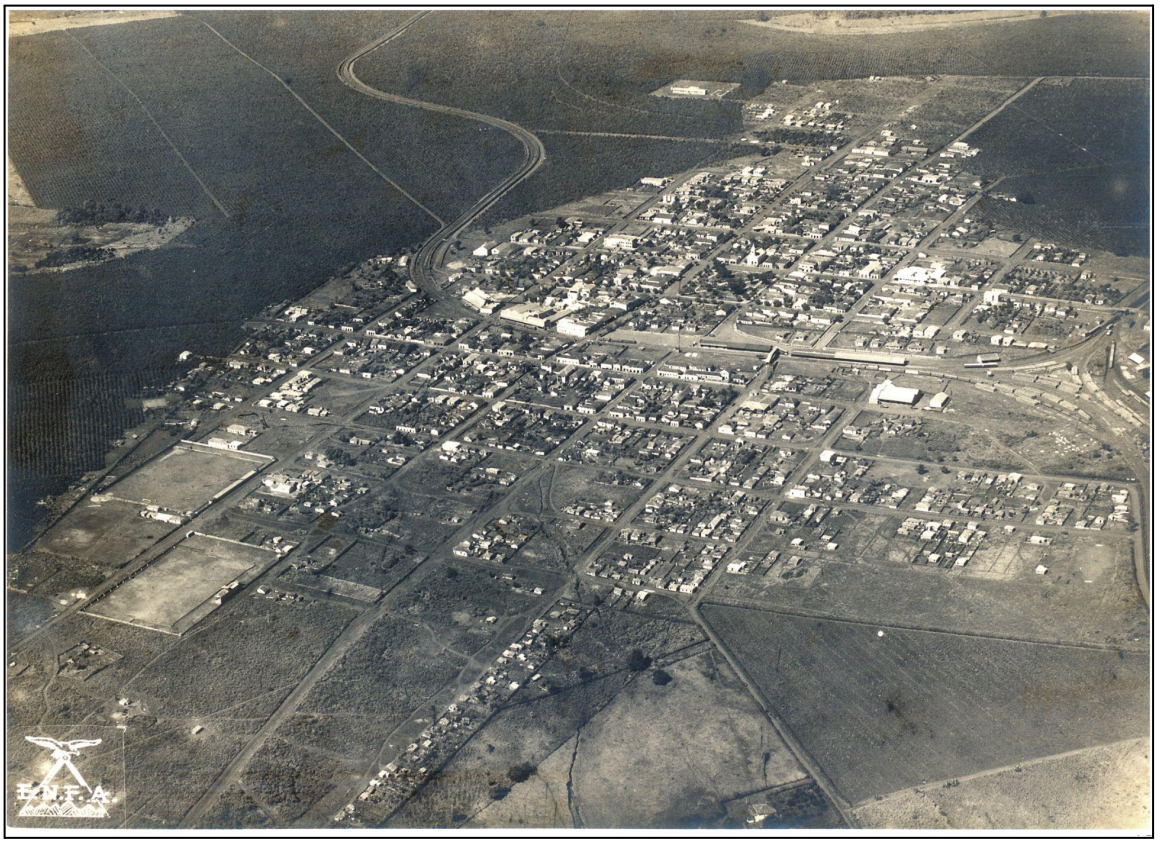
Fonte: CEDOM (ano desconhecido)

Figura 7 - Croqui da disposição da formação central de Ourinhos (s.d.)



Fonte: CEDOM (ano desconhecido)

Figura 8 - Vista aérea (1939)



Fonte: CEDOM

A partir da década de 1950 há uma maior expansão rodoviária na malha urbana, dissipando na cidade a fragmentação “acima e abaixo da linha” com um crescimento, também, nos eixos leste-oeste. As comunicações em rede acontecem de maneira mais integrada, principalmente com o advento da evolução nos canais de telecomunicação e a mídia ganha espaço. Há, portanto, a consumação de um espaço voltado aos interesses das trocas econômicas, bem como da reprodução da cidade por si só, tornando o centro da cidade também cenário do seu processo centralizador.

Parte ainda do desenvolvimento da cidade, sua industrialização seguiu a reprodução do tradicionalismo agrícola e houve um aumento das fabricações de máquinas a serviço da relação agroindustrial, tal como as empresas, citadas por Mourão (2018):

> Tecnal (equipamentos para armazenagem de grãos, para indústrias de óleos vegetais e para fábricas de rações), a Alliance (equipamentos para Preparação e Extração de Óleos Vegetais), a Extech-Link Industrial (equipamentos para óleos vegetais), a Jacaré Ventiladores Industriais (ventiladores e exaustores para indústrias do setor sucroalcooleiro, papel e celulose, cerâmica, metalurgia, siderurgia, alimentício, entre outras) e a Zanuto Indústria Mecânica (silos, tanques, estruturas metálicas, caldeiraria). (p. 38)

Paralelo às empresas ligadas ao ramo do agronegócio como herança de sua formação baseada na monocultura e ao desenvolvimento do setor comercial de varejo, a partir da década de 1980 houve também a modernização de indústrias locais que ajudaram a fomentar as atividades econômicas no município, bem como a sua valorização. A fábrica Colchões Castor, o Café Jaguari e a Indústria de Alimentos MARVI se destacam nesse campo e são ainda importantes exportadores de seus produtos no cenário nacional. Somado a essas indústrias, também temos que ressaltar a Oncinha, fábrica de produção de cachaça que está instalada na cidade desde os seus primórdios e que também tem alcances de larga escala.

Assim sendo, estabelecido esses primeiros cenários, a cidade avança em seu desenvolvimento a partir dos principais aspectos apresentados: o fortalecimento de uma economia pautada na monocultura agrícola do café e da cana de açúcar, a localização urbana a partir da estrada ferroviária Sorocabana que contribui para uma divisão social a partir de sua localização geográfica, criação de fábricas reconhecidas nacionalmente na exportação de seus produtos, expansão do setor terciário com ênfase no comércio varejista e instalações das redes de departamentos. Essas características até então citadas, transformam a cidade de Ourinhos/SP em um potencial ponto de atração econômica e, consequentemente, de instalação populacional, aumentando sua demanda na produção do espaço urbano.

Tal crescimento é fortalecido com o aumento dos loteamentos e expansão da malha urbana que se distanciam do centro de sua formação. Juntamente com seu desenvolvimento, as relações urbanas atingem patamar cada vez mais complexos, uma vez que se estabelece concentrações populacionais com determinadas características, como renda per capita a se organizar a partir do valor da terra. Dessa forma, é de suma importância que o governo administrativo municipal crie estratégias para seu ordenamento territorial e políticas públicas que contemplem sua composição urbana.

Segundo Zacharias; Guerra; Moraes (2018), desde sua criação, Ourinhos contou com três propostas marcantes de zoneamento para o município, sendo elas:

> 1. A proposta de zoneamento econômico-humanístico (1954/55), elaborada pelo Padre Louis-Joseph Lebret, na década de 1950, que, de uma ótica bem particular, propunha um planejamento baseado no movimento Economia e Humanismo, no qual a organização espacial urbana era considerada para que todas as camadas da população encontrassem na cidade os meios adequados para seu desenvolvimento. 2. A proposta de zoneamento funcionalista e tradicional (1982) do plano diretor físico, elaborada na década de 1980, que se apresentou de maneira muito concisa, dentro de um caráter das políticas das macrozonas de ordenamento territorial. 3. A proposta de zoneamento ambiental e participativo (2006),do novo Plano Diretor do Município de Ourinhos (Projeto de Lein. 499, de 21 de dezembro de 2006), que, em resposta ao Estatuto das Cidades (Lei n. 10.257, de 10 de julho de 2001), prevê políticas com vistas à sustentabilidade e a uma cidade saudável, por meio de metas e ações voltadas ao desenvolvimento de qualidade de vida para a população municipal. (p. 76)

Para esta pesquisa vamos ressaltar, brevemente, somente as contribuições de cada proposta a partir da perspectiva dos zoneamentos do centro e centralidade de Ourinhos em cada uma delas, a partir da obra de Zacharias; Guerra; Moraes (2018) . Em 1954/55, dentre os sete grandes problemas do município listados por Padre Lebret, podemos destacar:

> 3. Divisão da cidade pela ferrovia: torna-se o problema mais sério urbanístico de Ourinhos. Pelo fato de a cidade apresentar maior fluxo no sentido Norte-Sul, a localização da estrada de ferro no centro da cidade acarreta um “bloqueio” da fluidez do tráfego nas principais vias de circulação.
> 4. Identificação do centro urbano: haja vista o não planejamento da área central da cidade, seu centro era indefinido, sem área suficiente para a importância da cidade na época. (ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, 2018, p.81)

Sua proposta -indicada pelo ‘mapa-síntese’ das zonas, disponível no anexo 1- buscava dissipar a dependência da cidade de sua área central em uma ideia de descentralização para “desafogar” o centro, multiplicando algumas de suas formas nos bairros dando-lhes maior autonomia, contando ainda com uma aumento na fluidez dos transportes. No centro, a ideia era de manter a área do comércio e dos serviços, mas que novas formas do setor terciário fossem favorecidas nos demais bairros (ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, 2018). A contribuição do autor do projeto, entretanto, nunca foi colocada em prática.

Em 1982, houve a elaboração e aprovação do primeiro Plano Diretor no município sob a Lei Orgânica n° 2.408 sendo vigente até a próxima a elaboração em 2006, ou seja, teve uma duração de 24 anos. Pautado a partir do Zoneamento Funcionalista, modelo mais tradicional que consiste na segregação do uso do solo, o município foi dividido em duas Macrozonas: a área rural e a área urbana. A malha urbana foi então dividida em quatro categorias (indicada no Anexo 2), dentre as quais observa-se a de uso comercial, como área de concentração do setor terciário (ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, 2018). É válido ressaltar que, durante esse período, o desenvolvimento ainda era bastante forte dentro da malha norte-sul guiada pela ferrovia e iniciava-se a formação do distrito industrial próximo à área do aeroporto. Como este plano vigorou por muito tempo, não foi o suficiente para atender a todas as necessidades da complexidade que a cidade exigia, e uma série de leis independentes que intervieram no plano foram sancionadas, como consta Zacharias Guerra; Moraes (2018). A partir da virada do século, a autora avalia o centro da cidade como "forte no comércio varejista de serviços gerais e bancários, onde acaba suprindo necessidades não apenas locais, mas também regionais (ou microrregionais), uma vez que existe um fluxo considerável de pessoas da região que vem a Ourinhos para usufruir dessas atividades." (2018, p. 84)

A última proposta de ordenamento territorial citada pela autora e presente até o momento de sua obra, foi o Zoneamento Ambiental e Participativo de 2006 homologada pela Lei Complementar n. 499, de 28 de dezembro de 2006, contando com a assessoria contratada do Instituto Uniemp e apresentou-se como conciliadora das questões ambientais e socioeconômicas, mas que contraditoriamente, também dividiu a cidade a partir de sua funcionalidade de uso do solo segregada por 'zonas'. Nessa organização, a Macrozona da área urbana é categorizada em cinco setores (representada no anexo 3) e a Zona de Centralidade previstas nos artigos 86 a 88 contam com as seguintes diretrizes que contava com uma reestruturação do contorno ferroviário:

> Situada no centro urbano do município e ocupada pelo pátio de manobras da ferrovia, essa zona prevê a reestruturação viária e revitalização urbana. Os usos permitidos são de atividades de pouca incomodidade – comércio, serviços e microempresas industriais –, e residências uni e multifamiliares, com médio índice de aproveitamento dos terrenos. (ZACHARIAS, GUERRA; MORAES, 2018, p. 89).

Em 2018, foi homologada a Lei Complementar n°990 de 03 de Julho de 2018 revogando a anterior de 2006, mas o zoneamento derivado da funcionalidade do uso do solo a partir da Macrozona da área urbana não perde suas características. Com enfoque à proposta da pesquisa, destaca-se a passagem da Lei onde diz que "na Zona de Centralidade objetiva-se, a partir de reestruturação viária e da sua revitalização, criar uma **centralidade multifuncional**

através de um complexo de equipamentos públicos e privados com teatro, cinema, recinto para eventos e exposições, espaços públicos de lazer e alimentação e serviços de atendimento ao cidadão.” (OURINHOS (SP), 2018, grifo da autora). Vale ressaltar o artigo 84 de seu Plano Diretor que diz que esta Zona “destina-se à implantação de Operação Urbana Consorciada, permitindo-se usos e índices urbanísticos adequados à dinamização do eixo da ferrovia desativada, como contrapartida ao investimento privado dos proprietários dos terrenos compreendidos pela faixa delimitada.” (OURINHOS (SP), 2022). O mapeamento de suas Zonas assemelha-se mais ao de 1982, podendo ser observado no anexo 4. Em uma revisão do Plano Diretor no ano de 2022 a homologação da Lei Complementar n°1142 de 21 de dezembro de 2022 mantém um zoneamento bastante semelhante ao de 2018, vide seu mapeamento (disponível no anexo 5) e as diretrizes acerca da Zona de Centralidade se mantém conforme os artigos 85 a 87.

Essas cinco propostas do ordenamento territorial, iniciado com o SAGMAC[4] com as propostas do Padre Lebret em 1954/55 e evoluindo e homologadas as leis como Plano Diretor do município de Ourinhos a partir de 1982, até a mais recente em 2022, convergem na representação da centralidade composta a partir de sua evolução histórica de desenvolvimento desde a linha férrea, mantendo o tradicionalismo do seu centro urbano que se sobrepõe com as tendências de modernização ao longo dos anos.

A linha férrea, por sua vez, que de início simbolizou o progresso da cidade fundamental para seu desenvolvimento econômico, tornou-se uma questão dentro da discussão do planejamento e diretrizes para seu desenvolvimento. Vista por Lebret como um divisor da cidade e fator de bloqueio da fluidez dos tráfegos, em 1982 há uma proposição para um remanejamento do trilho do trem para fora do perímetro urbano, em 2006 prevê a viabilização de um contorno ferroviário, que retiraria os trilhos da área central (ZACHARIAS GUERRA; MORAES, 2018) e nos anos de 2018 e 2022, conta com implantação da Operação Urbana Consorciada em seu eixo, além de ser citada no Art. 44. do Plano Diretor como prioridade da política viária do Município que visa seu remanejamento “dando lugar a sua utilização para criação de vias estruturais com prioridade aos transportes coletivos e não motorizados, com destaque a implantação de Veículos Leves sobre Trilhos – VLT.” (OURINHOS (SP), 2022)

[4] Pesquisas, Estudos e Planificação da Sociedade para a Análise Gráfica e Mecanográfica Aplicada aos Complexos Sociais (SAGMAC) – Economia e Humanismo para o Plano da Cidade de Ourinhos.

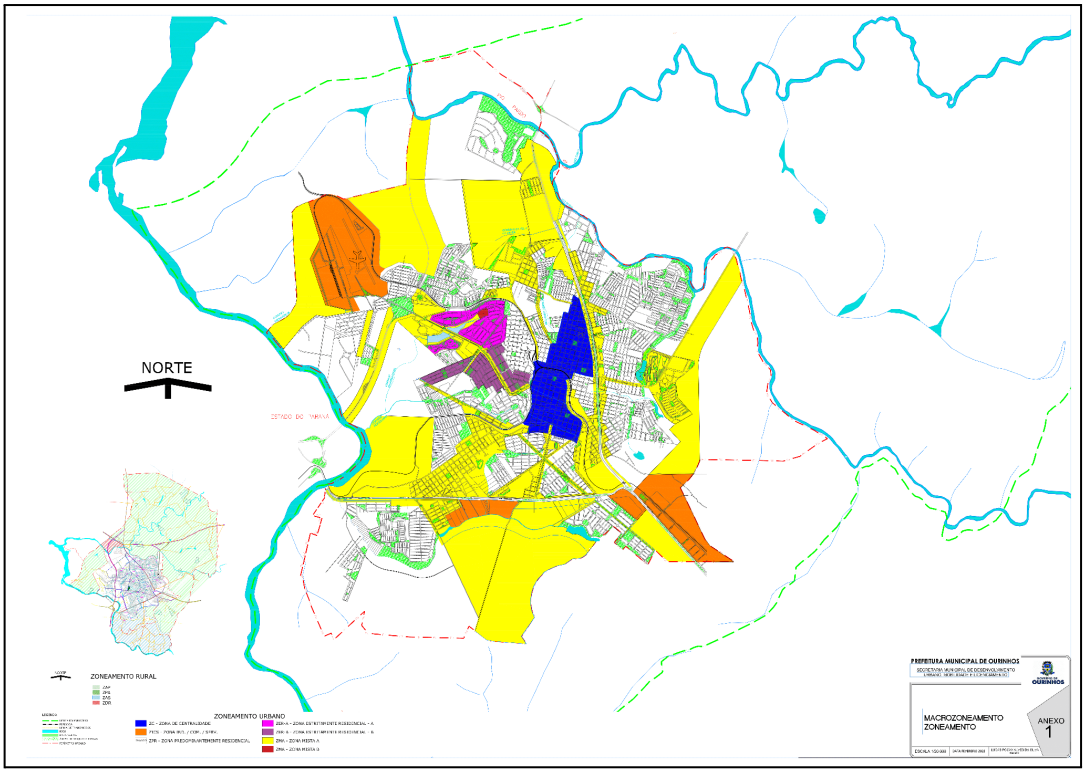
2.2 Zona de centralidade

Ante ao exposto das considerações apresentadas até o momento, a formação da centralidade da cidade Ourinhos/SP, que se inicia a partir da malha ferroviária, se expande em torno do centro da cidade. O reconhecimento da sua área, a partir dos Planos Diretores de 2018 e 2022, conta com uma reprodução da divisão social espacial pautada na divisão da linha férrea, mas que engloba o eixo norte e o eixo sul em uma mesma área, mesmo que seu desenvolvimento tenha acontecido de maneira desigual. Apesar da expansão da cidade, que atinge atualmente uma estimativa de 115 mil habitantes (IBGE, 2021) sua concentração e reprodução das atividades econômicas, sociais e culturais, mesmo que de naturezas diversas, ainda acontecem em uma mesma área, o que caracteriza uma monocentralidade na malha urbana, indo na contramão das tendências das cidades médias brasileiras que passam por um processo de descentralização. Pelo fato de estar localizada em uma área que se expandiu desde a formação da cidade em uma mesma localidade, torna-se um espaço de sobreposição das temporalidades vivenciadas e suas transformações pautadas na mudança social que cada vez mais esteve ligada às tendências mundiais.

O consumo, por exemplo, é um fator fundamental para a reprodução econômica das práticas capitalistas se concretizando no comércio e a “permanente necessidade de renovação, de upgrading, de substituir o velho pelo novo, informa-nos que os objectos de consumo e, por extensão o espaço comercial e os diferentes cantos da cidade, além dos valores de uso e de troca possuem também um valor simbólico que em muito condiciona a acção dos actores” (BARATA SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p. 19). Assim, as sociedades cada vez mais conectadas à globalização e padronização dos costumes, buscam nos espaços de consumo uma forma de inserção no cenário mundial.

Dessa forma, os grandes desafios de uma cidade monocêntrica com porte médio consiste na administração de uma mesma área que concentra diferentes atividades e funcionalidades de estabelecimentos de comércio e serviços de diferentes épocas dentro de uma mesma lógica econômica global. Para tanto, é necessário a compreensão dos usos de sua centralidade. A área de estudo foi baseada a partir do mapeamento do Zoneamento da cidade retirada do Plano Diretor de Ourinhos de 2022, conforme a Figura 9 que destaca em azul a Zona de Centralidade:

Figura 9 - Zoneamento Urbano (Plano Diretor 2022)



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Urbano - Ourinhos/SP (2023)

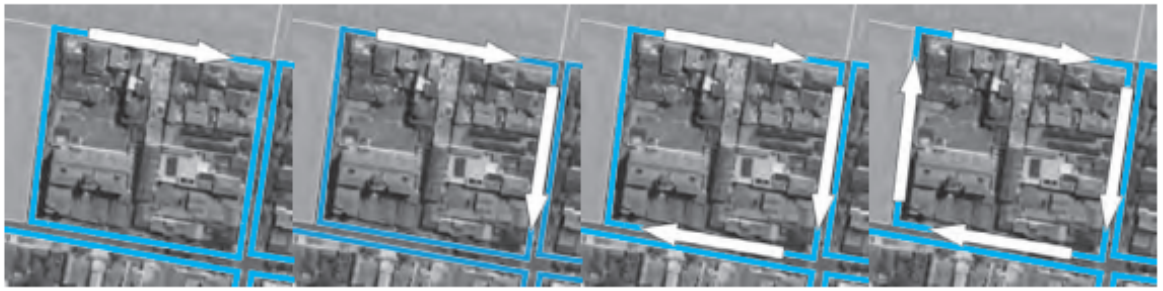
A partir da área estabelecida e conceituada como Zona de Centralidade, foi realizado um levantamento dos estabelecimentos das atividades econômicas privadas que compõem esse espaço (com exceção aos estabelecimentos de saúde que foram mapeados os estabelecimentos públicos também). Para tanto, houve uma grande dificuldade de comunicação com a Secretaria de Desenvolvimento Urbano Mobilidade e Licenciamento da Prefeitura Municipal para obtenção destes dados. Além do mais, as informações retiradas a partir do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE), instrumento de pesquisa e mapeamento do IBGE, possui a versão de 2010 a mais recente, pois os resultados do Censo Demográfico de 2022 ainda não foram divulgados, sendo desatualizada em mais de 10 anos até o momento, o que impossibilita seu uso - visto que o processo de centralidade e do comércio são bastante dinâmicos. Foi também consultada a Associação Comercial e Empresarial de Ourinhos que alegou não poder dar grande contribuição para a pesquisa, visto que possuía pequena parcela de empresas associadas comparada ao total de estabelecimentos no município.

Dessa forma, foi optado pela realização de um trabalho de campo virtual, a partir do programa do *Google Earth* para o levantamento e mapeamento das empresas que compõem a ZC de Ourinhos. Para tanto, a área foi dividida em 12 quadrantes com as quadras

correspondentes identificadas em cada um (apêndice 1). O percurso entre a área, mesmo que de forma virtual, respeitou as mesmas orientações do IBGE (2022) previstas no Manual do Recenseador para o Censo Demográfico de 2022, onde são coletadas todas as faces de uma quadra de cada vez.

> Esta orientação implica em percorrer as faces de uma quadra sequencialmente, sempre indo à face adjacente em um percurso que tende a seguir o sentido horário. Este procedimento evidencia uma sequência padronizada de cobertura das faces e dos endereços das faces. Com isso, operações futuras encontrarão as faces e os endereços ordenados de forma organizada e sequencial, o que minimizará as possibilidades de omissão e agilizará o trabalho. (IBGE, 2022, p. 120)

Figura 10 - Orientação de percurso para recenseadores



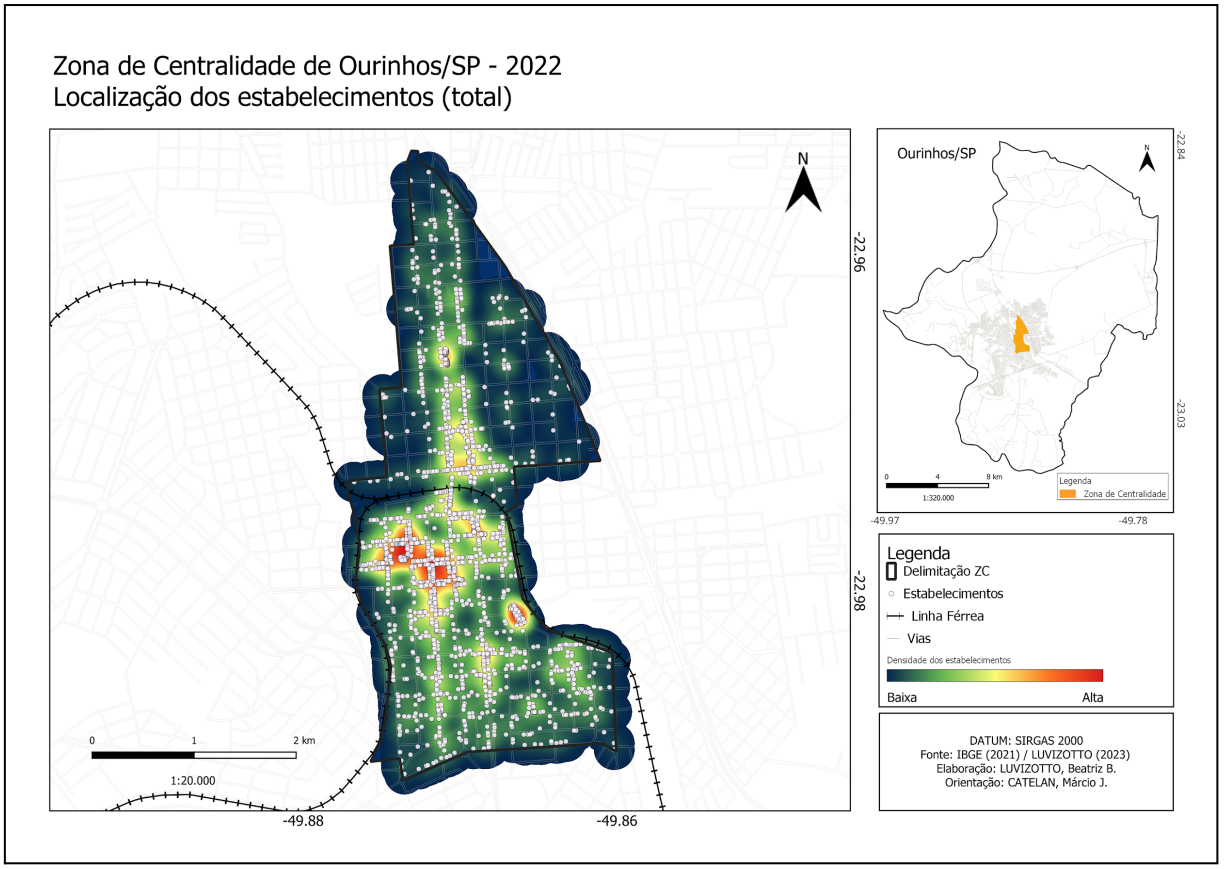
Fonte: IBGE, 2022

O levantamento realizado mapeou na área da Zona de Centralidade 1.698 estabelecimentos de empresas[5] - coletadas a partir da ferramenta *Street View* que conta com imagens datadas em grande maioria no mês de julho de 2022[6] - as quais também foram classificadas tendo como referência a CNAE prevista pela Comissão Nacional de Classificação [CONCLA] que se ordenam espacialmente da seguinte forma:

[5] Listagem completa disponível no Apêndice 2 ou no link:
Lista de estabelecimentos da ZC de Ourinhos 2022

[6] A listagem dos estabelecimentos possuem observações nos endereços em que a visualização das imagens do *Street View* são diferentes de 07/2022. Os endereços datados no ano de 2023, também por observação, correspondem àqueles que necessitaram de um visita presencial para coleta, pois estava impossibilitada de ser coletada a partir da ferramenta virtual, seja por questões de visualizações ou por corresponderem à espaços dentro de estabelecimentos, como no caso de galerias, mercados e shoppings.

Figura 11 - Mapa de Localização dos estabelecimentos na Zona da Centralidade (2022)



Fonte: IBGE / Própria autoria.

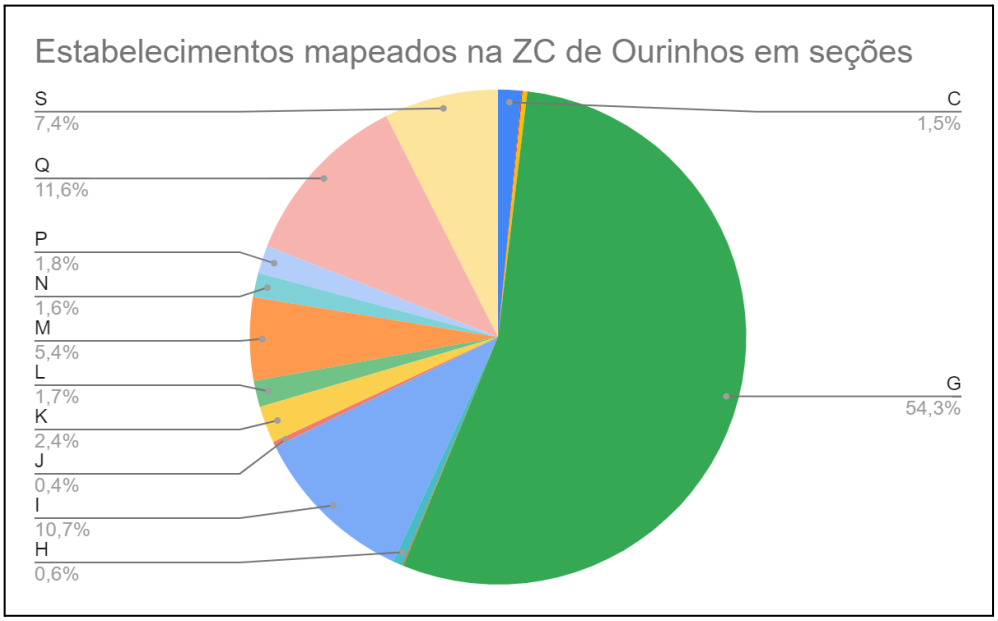
A representação gráfica através do mapa de Kernel, apresenta de maneira visual os locais com maior densidade de estabelecimentos. Para essa produção, cada estabelecimento foi circundado em um raio de 100m e, portanto, os raios que se sobrepuseram são destacados com uma coloração que vai da cor mais fria à mais quente do espectro. Assim, as manchas mais quentes representam maior concentração das empresas dispostas na área de estudo.

Ao analisar este mapa, conseguimos destacar alguns pontos que se correlacionam com as discussões obtidas até o momento, como a maior concentração de ocupação do espaço para atividades econômicas à sul ou “acima da linha” em uma expansão bem maior nesse sentido, enquanto que a norte ou “abaixo da linha” a sua concentração se aproxima da ferrovia e se estende a partir das ruas Duque de Caxias e Dr. Antônio Prado, com pouca aglomeração no sentido leste-oeste da delimitação. A fim de comparação, os quadrantes (indicados no apêndice 1) A, B, C, D e E, ou seja, aqueles localizados a Norte da linha férrea somados, contam com 485 estabelecimentos, em contrapartida com 1.213 nos quadrantes F, G, H, I J, K e L localizados a Sul da linha férrea, revelando que a estrutura inicial da gênese do centro e da

formação da sua centralidade urbana se construiu a base da divisão física marcada pela linha férrea.

A categorização dos segmentos do setor das atividades econômicas presentes na centralidade de Ourinhos foi conceituado com referência no CNAE do IBGE. É válido ressaltar que por falta de apoio com a prefeitura, não foi concedido acesso aos dados cadastrais das empresas, portanto a categorização pode não seguir fielmente ao cadastrado no CNPJ das mesmas. A CNAE usa a classificação para cada atividade econômica em uma estrutura hierárquica de detalhamento divididos em subdivisões por meio de códigos que consistem em seção>divisão>grupo>classe>subclasse. Em um primeiro momento, o levantamento dos dados foram classificados somente na seção, a fim de um agrupamento mais amplo, sendo elas presentes na ZC, conforme a proposta do mapeamento:

Figura 12 - Gráfico de estabelecimentos mapeados na ZC de Ourinhos em seções



Fonte: Própria autoria

Quadro 2 - Classificação CNAE

CLASSIFICAÇÃO CNAE	
Seção	**Definição**
C	Indústrias de transformação
D	Eletricidade e gás
F	Construção
G	Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas
H	Transporte, armazenagem e correio
I	Alojamento e alimentação
J	Informação e comunicação
K	Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados
L	Atividades imobiliárias
M	Atividades profissionais, científicas e técnicas
N	Atividades administrativas e serviços complementares
P	Educação
Q	Saúde humana e serviços sociais
R	Artes, cultura, esporte e recreação
S	Outras atividades de serviços

Fonte: CONCLA. Organização de própria autoria.

Nota-se que a seção ‘G: Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas’ representa mais da metade dos estabelecimentos instalados na área de centralidade de Ourinhos/SP (com 923 unidades), evidenciando a importância do setor comercial na cidade a partir de sua concentração. O comércio é vital para a reprodução do espaço urbano, através das trocas de mercadoria e produção de inovação que, consequentemente, dentro da lógica capitalista, acarreta na reprodução do capital. Assim, o espaço do comércio é a cidade e a mesma serve como suporte para seus atores. (BARATA SALGUEIRO; CACHINHO, 2009).

A segunda maior seção encontrada na zona de centralidade de Ourinhos é a ‘Q: Saúde humana e serviços sociais’ que, apesar do segundo lugar, ainda fica bastante distante do setor comercial, contando com 196 unidades de estabelecimentos representando 11,6%, mas que possui importantes apontamentos acerca de sua localização, conforme será discutido em breve.

2.2.1 ‘G: Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas’

A seção dos comércios carrega consigo o simbolismo das atividades econômicas e circulação do capital que está intimamente atrelada aos costumes e à cultura da sociedade. Esta, por sua vez, está cada vez mais conectada às redes mundiais através do avanço das mídias surgindo a necessidade de reprodução e pertencimento aos costumes dos países centrais. Em Ourinhos/SP, cidade de porte médio e com forte herança de sua formação agrária iniciada à base da divisão socioespacial da cidade, ainda é possível presenciar uma sobreposição de centralidades dentro de uma mesma zona que de um lado mantém suas tradições em lojas menos especializadas e por outro há os estabelecimentos mais modernos que mantém o visual e os simbolismos muito presentes ao consumidor. Além do comércio estritamente local, também há forte presença de lojas ligadas de alguma forma às tendências nacionais, como as lojas de redes varejistas de departamentos (Pernambucanas, Casas Bahia, Lojas Cem etc) além de ligações através de credenciamentos, licenciamentos e franquias que reproduzem as marcas reconhecidas em diferentes escalas dentro do espaço urbano e que se tornam atrativos aos consumidores carregando consigo um presságio de modernidade à cidade.

Durante sua expansão, o centro da cidade acompanhou os direcionamentos e as formas que o comércio tomava. À medida em que aumentava a circulação de mercadorias e de transportes, se concentrava a população de pedestres e, ao mesmo tempo, a concentração dos estabelecimentos comerciais. Acerca desse movimento, há uma aglomeração das lojas em áreas próximas, derivando as galerias que, desde seu surgimento em Paris evoluiu e “transformou o interior do quarteirão de espaço privado em espaço público onde, mais tarde, se tornaria também acessível à rua, acolhendo serviços em geral e transformando o interior da quadra em uma via pública de propriedade privada.” (CARVALHO, 2006, p. 37). Assim, “uma nova trama pode ser constituída com a abertura ou o fechamento de passagens e caminhos, o que pode gerar uma profunda mudança na dinâmica da forma da cidade, no uso e na apropriação dos espaços, na imagem e no imaginário urbanos” (BRAIDA, 2011, p. 20). Na cidade de Ourinhos/SP, como parte do interior paulista, entretanto, as galerias não tomaram proporções muito grandes, mas carregaram de certa maneira o simbolismo da modernidade à época. Ainda hoje estão presentes no cenário central, mas com pouca transgressão aos limites dos quarteirões - ponto que era principal em sua formação. Podemos encontrar na ZC de Ourinhos a Galeria Vitória, Via Martini e o Centro Comercial Alberto Matachana.

Ainda no âmbito das aglomerações, podemos destacar o Centro Popular de Compras, localizado a Norte da ferrovia popularmente chamado de “camelódromo”, devido à

comercialização de produtos variados não especificados e de baixo valor, apesar de não serem constituídos de comerciantes ambulantes.

Também destacamos o Mercado Municipal como um importante aglomerado comercial no centro de Ourinhos que carrega muita tradição na cidade e constitui lojas populares diversificadas e também de baixo valor. O Shopping Cinemarti também foi por muito tempo um espaço de forte e importante aglomeração comercial tendo como principal atrativo o cinema. Com a instalação do Ourinhos Plaza Shopping, no início de agosto de 2019, esses dois estabelecimentos enfrentam esvaziamentos tanto de consumidores quanto de lojas comerciais.

Finalizando os aglomerados encontrados, localizado na Rua Paraná se encontra o "calçadão" como maior símbolo do centro comercial em Ourinhos/SP, dispondo de lojas de diferentes segmentos e de diferentes poder aquisitivo, concentrando assim o maior fluxo de pessoas em torno da circulação e reprodução do comércio.

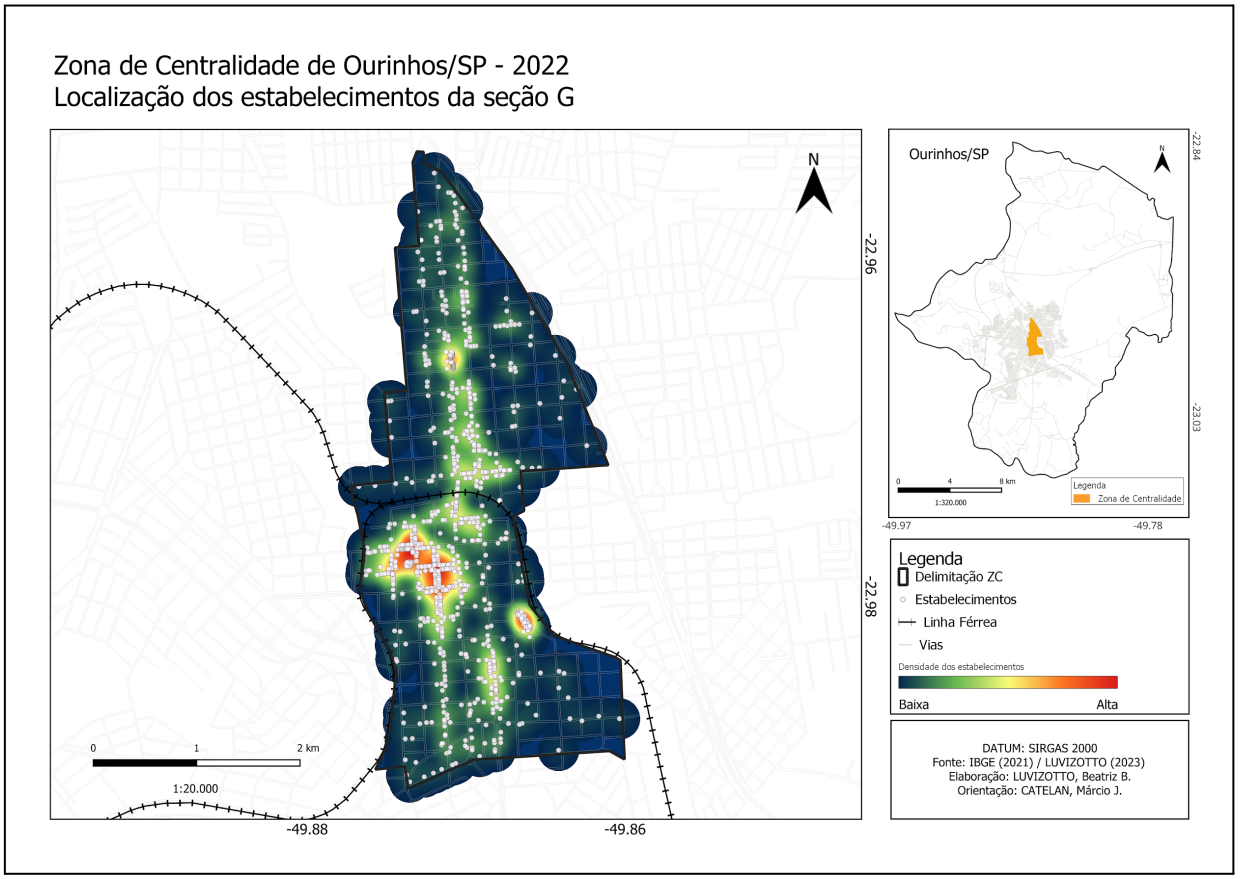
Figura 13 - Aglomerações comerciais.

(1)Galeria Vitória; (2) Centro Comercial Alberto Matachana; (3) Mercado Municipal; (4) Camelódromo; (5) Shopping Cinemarti; (6) Calçadão

Fonte: 1, 2, 3 e 6: Acervo pessoal (2023). 4: Google Street View (2022); 5: autor desconhecido (s.d.)

A Figura 14 mostra o mapeamento realizado nos mesmos moldes metodológicos na Figura 11, e conta somente com os estabelecimentos da seção G. É possível observar que as aglomerações apontadas coincidem com as manchas mais quentes de densidade apresentadas. Além disso, há um destaque por todo seu eixo vertical norte-sul nas ruas Duque de Caxias - dos Expedicionários e Dr Antônio Prado - Dr Altino Arantes[7] que concentram estabelecimentos em toda sua extensão.

Figura 14 - Mapa de Localização dos estabelecimentos da seção G na ZC de Ourinhos(2022)



Fonte: IBGE / Própria autoria.

Para um maior detalhamento, avançamos a classificação dos estabelecimentos para além da seção contando também com a divisão e grupo de cada um conforme mesma referência da CNAE[8].

[7] As vias Duque de Caxias - dos Expedicionários e Dr Antônio Prado - Dr Altino Arantes foram representadas com dois nomes de ruas, pois há a mudança da nomenclatura a partir da fragmentação da linha férrea, mas seguem uma mesma linearidade.

[8] Neste trabalho, as classificações G 45.1, G 45.2 e G 45.3 também referem-se às motocicletas.

Tabela 1 - Referência de classificação da CNAE

Classificação	Definição	Total de estabelecimentos
G 45.1	Comércio de veículos automotores	27
G 45.2	Manutenção e reparação de veículos automotores	91
G 45.3	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	66
G 46.6	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos, exceto de tecnologias de informação e comunicação	01
G 46.8	Comércio atacadista especializado em outros produtos	08
G 47.1	Comércio varejista não-especializado	66
G 47.2	Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	68
G 47.3	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores	10
G 47.4	Comércio varejista de material de construção	40
G 47.5	Comércio varejista de equipamentos de informática e comunicação; equipamentos e artigos de uso doméstico	130
G 47.6	Comércio varejista de artigos culturais, recreativos e esportivos	11
G 47.7	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos	70
G 47.8	Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados	335

Fonte: CONCLA (2023). Organização: própria autoria.

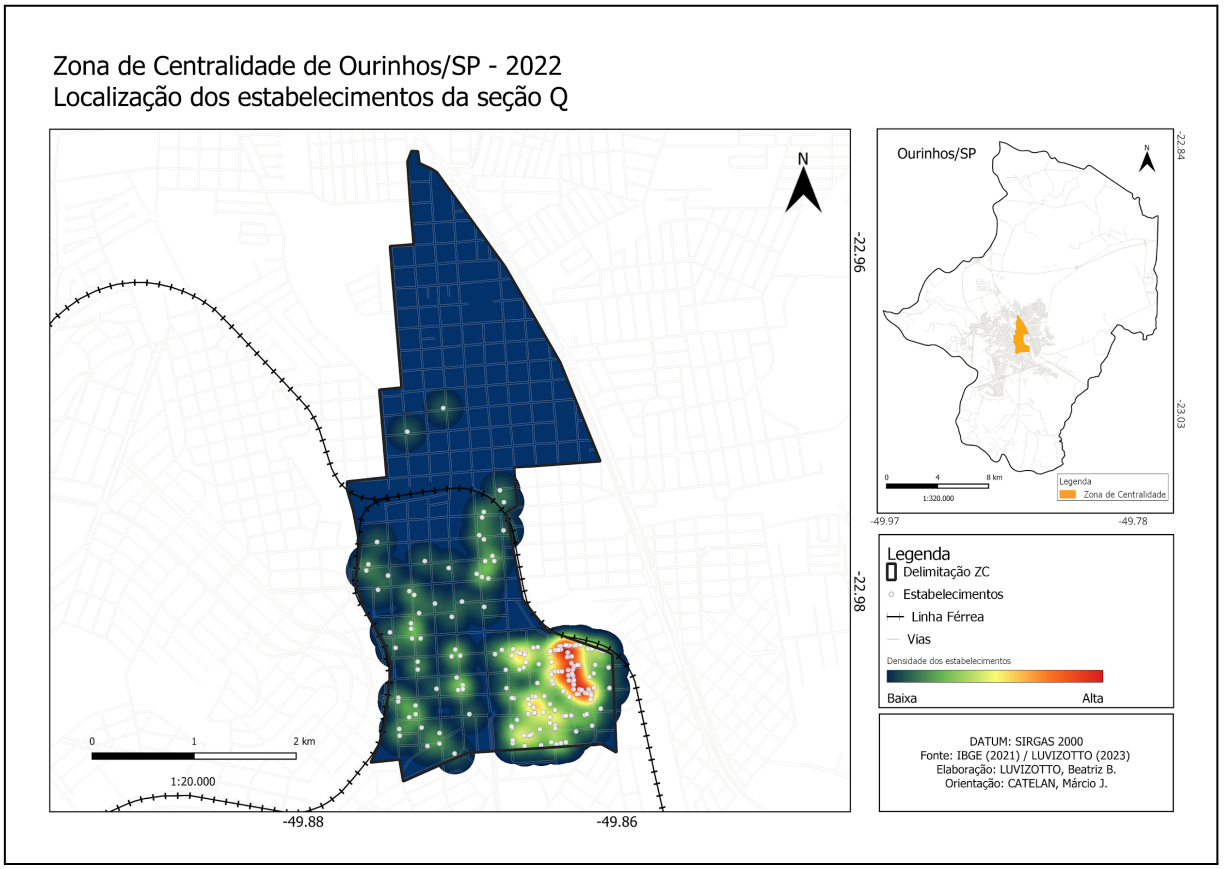
2.2.2 ‘Q: Saúde humana e serviços sociais’

A segunda seção que mais concentra estabelecimentos do seu segmento dentro da ZC mapeada é a ‘Q: Saúde humana e serviços sociais’. Diferente da seção de comércio que se espalha por toda área, as clínicas e estabelecimentos de saúde se aglomeram principalmente nos quadrantes K e L. Seu destaque não é espantoso aos cidadãos do município uma vez que é visível e conhecida a concentração de serviços de saúde nessa região que já não encontra tanto comércio. Muito de sua influência se dá pela ocupação da Santa Casa de Ourinhos nessa área contando com todas suas instalações de atendimento especializados na área da saúde, porém a

maioria das unidades mapeadas são de serviços privados. Também é muito comum encontrar unidades que compartilham de dois ou mais especialistas de atendimento de qualificações iguais ou distintas (por exemplo: clínica de fisioterapia e psicologia; centro odontológico com profissionais qualificados em diferentes áreas da odontologia).

Sendo assim, sua disposição espacial está representada no mapa abaixo e pode ser visualizada facilmente a partir dos mesmos procedimentos metodológicos de densidades utilizados anteriormente.

Figura 15 - Mapa de Localização dos estabelecimentos da seção Q na ZC de Ourinhos(2022)



Fonte: IBGE / Própria autoria.

2.2.3 As franquias

Ainda dentro da ZC de Ourinhos, neste contraste entre o tradicional e o moderno que perpassa em suas modalidades de instalação e se sobrepõe em uma mesma localidade, pode-se notar o aumento dos estabelecimentos das empresas de franquias. Como já discutido anteriormente, esse modelo de empreendimento é bastante significativo por suas estratégias e conta com uma gama de simbolismos que remetem ao condicionamento do consumidor pela padronização de seus produtos encontrados nas cadeias de redes globais e cria a necessidade

não só do consumo do produto, mas também do consumo da marca. Portanto, a valorização da marca e as estratégias de marketing são peças fundamentais para sua reprodução de modo a salientar seus objetivos de lucratividade e concentração de capital. Assim sendo, "seu marketing é dirigido ao estímulo do consumo, e isso não é tão difícil, já que o consumo não chega a uma saturação, nem caminha para a satisfação, ele é compulsivo, pois deseja-se consumir cada vez mais, e não pode ser medido pela necessidade, porque esta não é mais real, é criada" (ORTIGOZA, 1996, p. 94)

A sua produção, produtos e serviços ofertados seguem um modelo de padronização que devem ser reproduzidos de maneira semelhante em diferentes localidades, visto que é a chave de sua identificação e atrativo de consumo..

> Sua característica principal é a facilidade de formatação. Ele deve ser fácil de ser reproduzido em outro local, com as mesmas ferramentas e da mesma maneira. Maricato (2006, p. 43) corrobora que o produto "deve ter condições de ser produzido e comercializado de forma sistemática e razoavelmente repetida, ser de fácil aprendizagem e pouca complexidade". Em contrapartida, os produtos/serviços que precisem de interferência pessoal são mais complicados, visto que não é possível "importar" talentos. "Um produto que, para ser elaborado, exige intervenção muito pessoal, de caráter artesanal, terá dificuldade no sistema" (MARICATO, 2006, p. 44). (MOURA; ARAÚJO, 2015, p. 14)

Além do fator de produção dos produtos e serviços que obedeça os modelos de padronização e formatação a partir das estratégias de marketing e condição visual de valorização da marca, sua localidade espacial também é bastante estudada antes de sua instalação, como consta Porto Sales (2014):

> Os produtos e serviços ofertados pelas franquias e elas per se são rotuladas por uma marca, que garante a identidade da empresa perante uma determinada sociedade de consumo (LEFEBVRE, 1991a; BAUMAN, 2000) e a projeção do estabelecimento comercial na estrutura urbana. Assim, a apropriação do espaço é condicionante na agregação de valor à marca. (p. 91)

A autora (2014) ainda complementa que "a expansão geográfica de empresas que operam sob a lógica do sistema de franquias só deveria ocorrer quando o negócio/produto (a franquia) está formado." Para sua construção,

> é necessário pontuar duas coisas: que a apuração de custos e a definição do target dependem do ramo e do produto a ser ofertado, e orientam a taxação de preços. A unidade espacial, por sua vez, é relativa, podendo dentro de uma cidade existir várias áreas de mercado, principalmente, no caso de grandes aglomerações nas quais o target identificado pode ter diferentes rotas de circulação que não se conectam, ou mesmo no caso de centros de consumo menores, 'nichos de mercado' rentáveis à implantação de uma franquia. (PORTO SALES, 2014, p. 124)

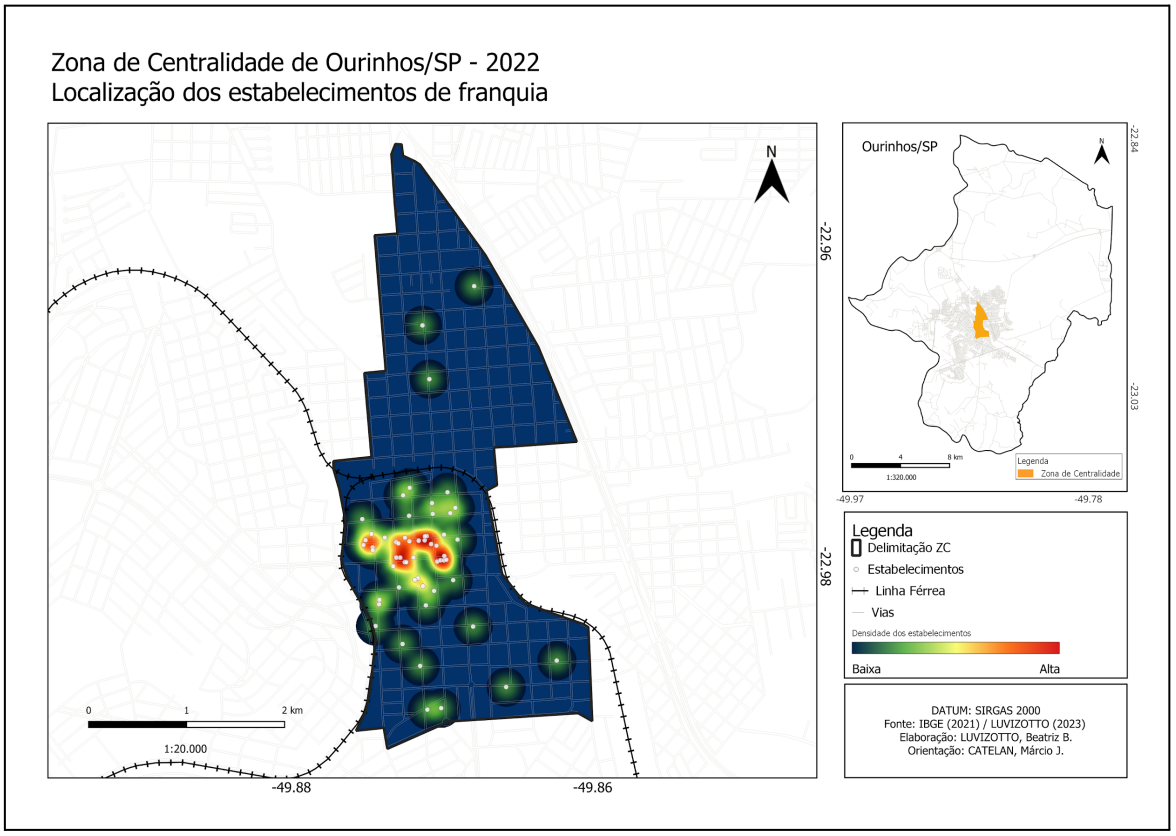
Na ZC estudada, foram mapeadas 58 unidades[9] de empreendimento de franquias dispostas de maneira que se correlacionam com as discussões de localizações apresentadas

[9] Disponível no apêndice 3 ou no link: Franquias nas áreas estudadas

das espacialidades dos estabelecimentos apresentados até o momento. Assim, sua maior densidade de instalações é coincidente com as áreas de comércio mais concentrada que, consequentemente, remetem a um maior fluxo e circulação de pessoas e capital. Já ao retomar a gênese da formação da cidade de Ourinhos/SP que remete à uma divisão social marcada pela linha do trem, a área "abaixo da linha" conta com pouco desenvolvimento e concentração de menor poder aquisitivo e, portanto, não se torna atrativa às instalações para esse segmento do mercado. Assim, as franquias, representação de desenvolvimento que acompanha as tendências globais, têm somente três de suas instalações localizadas na porção "abaixo da linha" dentro da ZC, sendo elas JadLog e Correios (ambas classificadas na seção 'H') e o CENAIC - classificada na seção 'P', sem nenhuma indicação de estabelecimento de comércio varejista- principal atividade econômica das franquias apresentadas na área analisada.

Já a área "acima da linha" conta com a maior concentração das franquias que se aglomeram na gênese do centro urbano da cidade. Há ainda quatro estabelecimentos com mais de uma unidade instalada nesta área, sendo elas: Bolo La Dcasa, Castor, Chiquinho e O Boticário.

Figura 16 - Mapa de localização dos estabelecimentos de franquias na ZC de Ourinhos (2022)

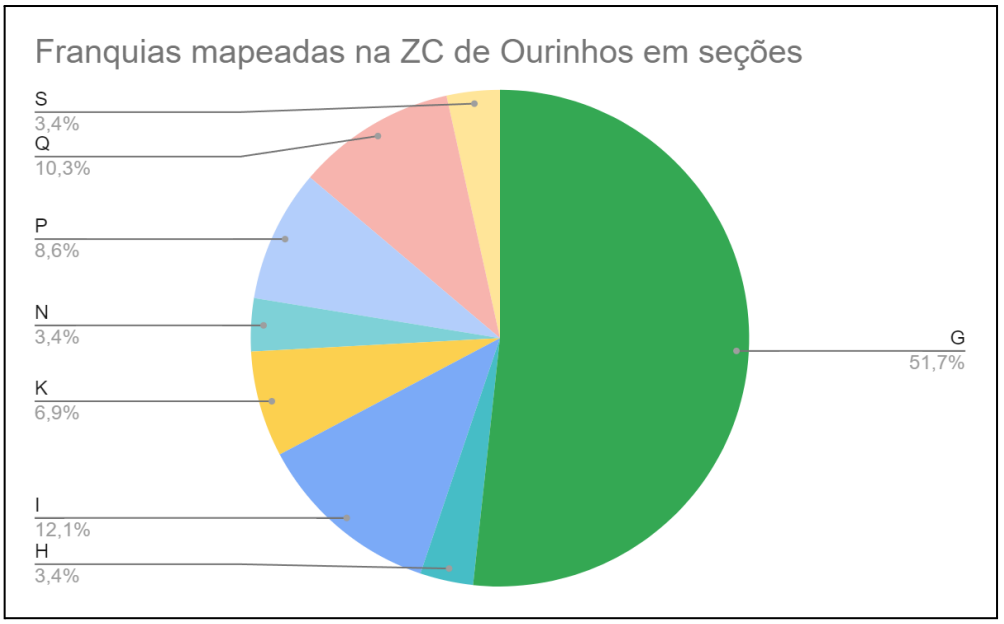


Fonte: IBGE / Própria autoria.

Em uma análise por seção, conforme a mesma referência da classificação do CNAE, pode-se também concluir sua relação com os estabelecimentos em geral mapeados, com sua maioria classificadas como ‘G’ representada pelas atividades comerciais (30 unidades) . Em seguida, em contrapartida, há um maior número de estabelecimentos da seção ‘I’ que em sua totalidade é formado por estabelecimentos de serviços de alimentação. É válido criar um parênteses para relacionar que dos estabelecimentos classificados na seção ‘G’, oito se enquadram na subdivisão G 47.2 - Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo e portanto, somados aos serviços ‘I’, totalizam 15 unidades que trabalham no ramo da alimentação.

Seguindo a análise dos dados, é possível destacar novamente que a seção ‘Q’ aparece entre os primeiros segmentos de atividade econômica que mais possuem estabelecimentos, agora no ramo das franquias com seis instalações que se totalizam no segmento médico da odontologia.

Figura 17 - Gráfico de franquias mapeadas na ZC de Ourinhos em seções



Fonte: Própria autoria

2.3 Monocentralidade multifuncional

A centralidade de uma cidade segue sua expansão com base nas tendências de ‘cidade centrífuga’, que dispõe de uma descentralização do interior das cidade para as periferias à medida em que acontecem os processos de valorização imobiliária em zonas limites da malha urbana e a construção de grandes equipamentos de grupos de distribuição comercial nas localidades afastada do centro, como os shoppings e os hipermercados (SPOSITO, 2010).

Essa descentralização, como pontua a autora, tem como resultado as novas centralidades e a fragmentação geográfica que está atrelada a um acesso limitado às diferentes regiões da cidade.

A cidade de Ourinhos/SP, por sua vez, apesar da sua expansão imobiliária com loteamentos no sentido dos limites urbanos, ainda conta com apenas uma área concentradora de fluxos a partir das atividades econômicas nela encontrada e, como já evidenciado em discussões até o momento, possui sua gênese social e espacial a partir do início do primeiro centro formado, que permanece atraente até os dias atuais. Dessa forma, pode-se considerar que

> "[...] a concentração de atividades que concedem a esses espaços um maior poder de articulação. Assim, esses espaços exercem atração sobre as demais parcelas do tecido urbano e constituem uma centralidade urbana, que compreende também uma área capaz de gerar e manter fluxos (de pessoas, capitais, mercadorias etc), e não apenas concentrar determinados fixos.
> Contudo, a concentração de equipamentos, atividades econômicas e serviços é extremamente necessária para uma maior dinamização dos fluxos, sobretudo de mercadorias, objetivando que as trocas se realizem de forma mais profícua ao capital. (OLIVEIRA JUNIOR, 2008, p.211)

Tais concentrações, à medida em que há um aumento de fluxo e de suas complexidades articuladas dentro de uma mesma área, acarretam em diferentes formas de usos do solo que se sobrepõem no mesmo espaço. Os diferentes tipos de ocupações, interligados por uma mobilidade eficiente dentro da centralidade e que proporciona uma conectividade entre os bairros, a fim de garantir acesso a esses equipamentos, moldam as centralidades e exercem funções diversificadas sendo, portanto, 'multifuncionais'. Assim, para além dos estabelecimentos privados é necessário os mecanismos públicos de cunho social e cultural. Nesse ponto, é válido ressaltar que a Constituição de 88,

> rompe com uma visão de "urbanismo lote a lote", de responsabilidade do proprietário para passar a pensar a cidade como um todo, demonstrando a intenção de fazer com que o país passasse a tratar o urbanismo como uma função pública e a própria cidade passasse a ser tratada como um bem coletivo. (ALFOSIN, 2015, p. 36).

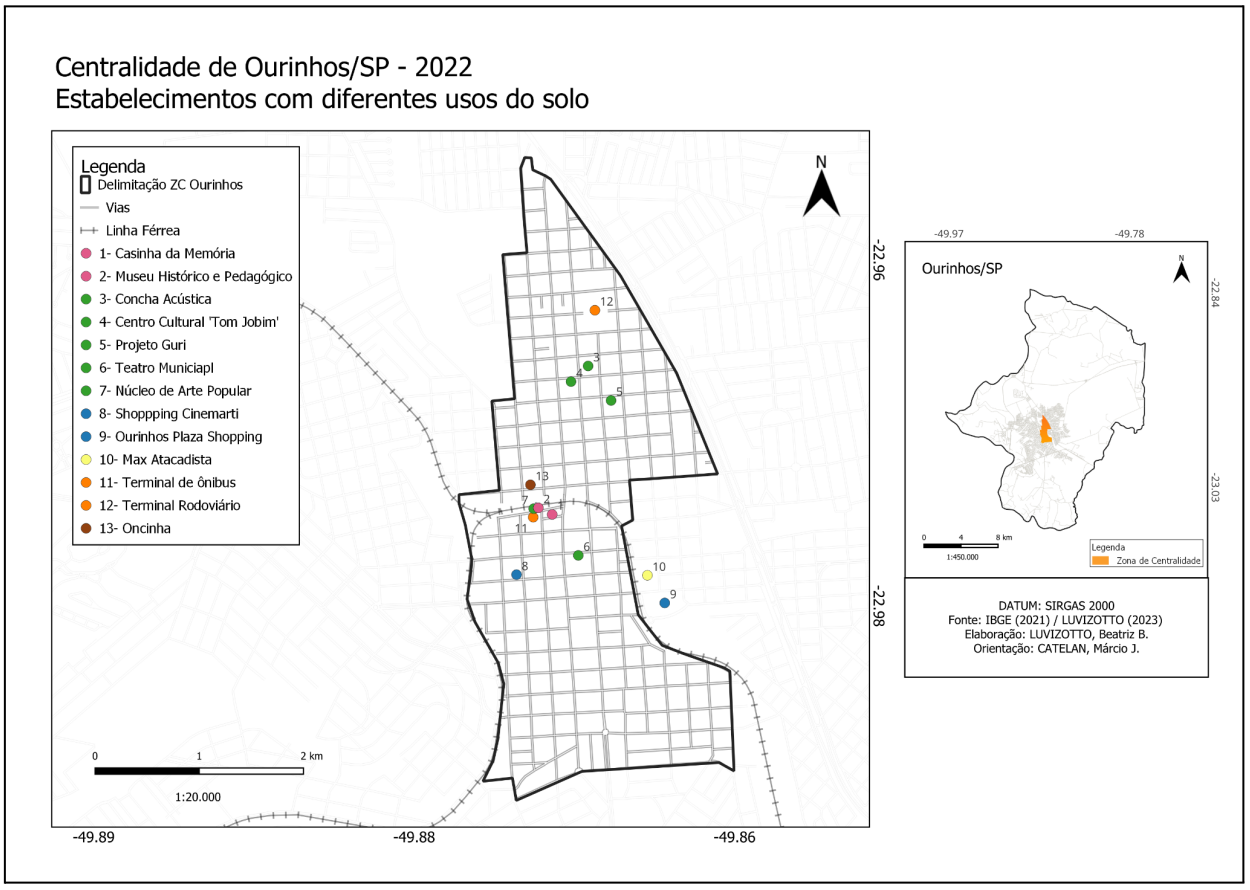
Assim, a Constituição Federal prevista no artigo 182, §1º, prescreve que "O plano diretor, aprovado pela Câmara Municipal, obrigatório para cidades com mais de vinte mil habitantes, é o instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana" (BRASIL, 1988). Dessa forma, ao retornar ao Plano Diretor de Ourinhos/SP prevista pela Lei Complementar n°1142 de 21 de dezembro de 2022, o Art. 86 destaca-se ao declarar que:

> Na Zona de Centralidade objetiva-se, a partir de reestruturação viária e da sua revitalização, criar uma **centralidade multifuncional** através de um complexo de equipamentos públicos e privados com teatro, cinema, recinto para eventos e exposições, espaços públicos de lazer

> e alimentação e serviços de atendimento ao cidadão. (OURINHOS (SP), 2022, grifo da autora)

Fica explícito a intenção municipal de transformar a sua Zona de Centralidade em um complexo efetivamente multifuncional que conta com o âmbito cultural e de serviços. A exemplo das dinâmicas, "a centralidade expressa-se a partir da observação da existência de inúmeras zonas com uma forte densidade de atividades ligadas a altos índices de frequentação, se bem que as necessidades e demandas que determinam essa frequentação sejam de natureza e intensidade diferentes" (SPOSITO, 2010, p. 204) e a malha urbana de Ourinhos/SP acompanha essa tendência. Entretanto, é pautado somente na valorização dos fixos sem maiores detalhamentos de questões como acessibilidade, infra estruturas e atrações voltadas ao ordenamento dos fluxos. No mapa 7, estão representados alguns elementos com uso e ocupação distintos que compõem a centralidade da cidade que soma-se aos mapeamentos e discussões anteriores.

Figura 18 - Mapa de Centralidade de Ourinhos: Estabelecimentos com diferentes usos do solo (2022)



Fonte: IBGE / Própria autoria.

- Caninha Oncinha

Como resquício da industrialização no centro da cidade, a empresa de fábrica e cachaça “Oncinha” iniciou suas atividades em 1915 como ‘Ivoran Comércio e Indústria de Bebidas’ onde fabricavam refrigerantes, principalmente. Pela sua localização em uma região com desenvolvimento agrícola, foi beneficiada com fornecedores de produtores de cana-de-açúcar e tornou-se exclusivamente produtora de cachaça. A fábrica ainda funciona no “mesmo local onde os pioneiros fundaram a pequena fábrica de refrigerantes, a Caninha Oncinha hoje ocupa uma área construída de 12.000m², armazena em seus reservatórios 28 milhões de litros de cachaça.” (ONCINHA, s.d.)

- Patrimônio histórico

A centralidade de Ourinhos/SP conta também com a preservação de sua memória através de equipamentos de acervos históricos. Atualmente, o Centro de Convivência conta com o Projeto Espaço Histórico Ferroviário que “prevê a revitalização da área da estação ferroviária" (PREFEITURA DE OURINHOS, 2021).

Assim sendo, esse Centro histórico que pretende abranger todo o local da Rua Henrique Tocalin, já conta com o ‘Museu Municipal Histórico e Pedagógico “Antônio Carlos de Abreu Sodré”’ que “possui um acervo com peças que contam sobre algumas atividades desenvolvidas no passado do município e também sobre períodos representativos da história da cidade.” (PREFEITURA DE OURINHOS, s.d.). Sua fundação é datada em 1969 e sua abertura em 1996. Sua localidade, como consta Cunha (2009) fica “onde anteriormente teria funcionado um dos terminais de carga e depósito de mercadorias da antiga FEPASA e era anexo ao edifício que comportou até 1926 a estação ferroviária, ano em que termina a construção da nova estação da cidade, mais elegante e de alvenaria” (p. 168). No ano de 2021, o museu passou por uma revitalização que faz parte do projeto vigente, tendo sido inaugurado em setembro de 2022.

O museu ainda conta com o prédio da ‘Casinha da Memória’ formado por 5 casas construídas em 1925 que serviam de abrigo para os trabalhadores da E.F. Sorocabana. Após um processo de revitalização iniciado a partir de 2008 (CUNHA, 2009) conta com uma “arquivo digital” de fotos, jornais, documentos, filmes e registros orais acerca da cidade que firmou-se em parceria com o CEDOM (Centro de Documentação de Memória) - grupo de estudo da FCTE. (PRADO, 2020)

- Mobilidade

A área da Zona de Centralidade estabelecida pelo Plano Diretor, também conta com um terminal de transporte coletivo. Seu serviço é realizado pela empresa AVOA e conta, atualmente, com 18 linhas que transitam pelos bairros do município e possuem parada/baldeação no terminal. Além do transporte intra-urbano, também há o Terminal Rodoviário que é o espaço onde concentra pontos de rota dos ônibus intermunicipais com as empresas de transporte viário: Princesa do Norte; Viação Garcia; AVOA; Turismar; Guerino Seiscento; RodeRotas; Motta; e Andorinha. Algumas dessas empresas oferecem viagens sem baldeação que permitem a saída desta rodoviária até as capitais São Paulo (SP), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Goiânia (GO) e Brasília (DF).

- Cultura

A cena cultural de Ourinhos/SP ganha destaque, pois além de possuir diferentes equipamentos fixos, apresentados abaixo, também há a promoção de eventos que atraem a população local, mas também acaba sendo destino para populações de outras cidades. Segundo a REGIC (IBGE, 2018), a AP de Ourinhos ocupa a 23ª posição no ranking de 'cidades com centralidade definida especificamente por deslocamentos para atividades culturais'. Dentre os encontros realizados pela Prefeitura Municipal através da Secretaria da Cultura, podemos destacar: Festival de Música; Dança Ourinhos; Mostra Sérgio Nunes; Festival de Hip Hop; LITOU- Festival Literário de Ourinhos e Mostra de Curtas. Acerca do consumo das atividades culturais, A.R. SILVA (2018) evidencia a discussão a qual declara que

> Embora saibamos que a mobilidade urbana exerce influência no acesso à cultura, já que indivíduos de diferentes bairros precisam se deslocar de suas moradias utilizando meios de transporte que, em sua maioria, não são gratuitos, existe outro limitador, maior que o físico e invisível: a barreira simbólica, ou seja, o arcabouço cultural de signos, linguagens e comunicação. Queremos dizer, com isso, que não adianta um espetáculo/evento/exposição ou algo do gênero ser gratuito se o indivíduo não tiver ferramentas que lhe possibilitem ler e se identificar com aquilo que será representado e apresentado. Dessa maneira, os equipamentos culturais, por mais que representem os interesses políticos dos agentes que ocupam a administração pública e os valores ideológicos dos grupos que os colocaram no poder, podem ser, se houver a profissionalização dos agentes públicos e políticas públicas culturais de "longa duração" atreladas às necessidades e peculiaridades dos territórios em questão, ferramentas de inclusão social. (p.172)

O mesmo autor ainda pontua que:

> Os eventos (semanas literárias, festivais, mostras e congêneres) não formam público, mas apenas servem àqueles que já são afeitos culturalmente a eles: uma minoria social. O que realmente forma público, incluindo-os nas diversas modalidades de cultura fomentadas pelo poder público, são os equipamentos culturais como as escolas de música, bailado, teatro, bibliotecas, centros culturais e espaços de memória, bem como oficinas de incentivo à

> leitura, às artes plásticas e ao audiovisual (apenas para citar as áreas mais atingidas pelas políticas públicas. (p. 172)

Dessa forma, um dos seus principais equipamentos que merece destaque é o Centro Cultural ‘Tom Jobim’, que foi inaugurado em 2003 e abriga em seu espaço a Escola Municipal de Bailado e a Escola Municipal de Música Américo de Carvalho, ambas formadas em 1996. Segundo A.R. Silva (2018), as duas escolas juntas totalizavam em torno de 1350 alunos no ano de 2018. Tamanha sua expressão que, durante os anos de 2014 a 2016, a Cia Brasileira de Ballet mudou sua sede do Rio de Janeiro para Ourinhos, renomeada como Cia Brasileira de Ballet de Ourinhos (CBBO), dirigida por Jorge Teixeira.

O Núcleo de Arte Popular Sérgio Nunes, inaugurado no dia 12 de dezembro de 1996, localizado ao lado do MHPO, formado a partir de “um barracão de cargas desativado, parte em madeira, parte em alvenaria, atrelado à Estação” (PRADO, 2020, p.49), atualmente conta como um espaço cultural utilizado regularmente para as oficinas de teatro e de danças urbanas.

O Teatro Municipal Miguel Cury, foi inaugurado em 1988 - ano que não por acaso coincide com a redemocratização do país - em um prédio que anteriormente, no ano de 1944 foi inaugurado para abrigar o Cine Ourinhos (A.R. SILVA, 2018). Em 2020, o espaço contou com uma grande reforma e voltou a ser reinaugurado após a pandemia da COVID-19. O Teatro foi e continua sendo palco de apresentações locais e atrações reconhecidas nacionalmente.

Além dos equipamentos citados anteriormente, também encontra-se na área estudada o prédio em que funciona o Projeto Guri - projeto sociocultural que funciona em âmbito nacional; e a Concha Acústica que, por estar inserida em uma praça, é palco das mais diversificadas atividades de maior proximidade popular.

Figura 19 - Equipamentos de diferentes funções. (1) Oncinha; (2) MHPO; (3) Rodoviária; (4) Centro Cultural ‘Tom Jobim’

Fonte: 1 - Street View (2022); 2 - Prefeitura Municipal (s.d.); 3- Acervo pessoal (2023); 4 - autor desconhecido (s.d.)

- Ourinhos Plaza Shopping

Os shoppings centers são equipamentos modernos que concentram em um único espaço as atividades do setor terciário, como serviços e lojas varejistas. Segundo Generoso (2012), “os Shopping Centers produziram-se no cenário urbano brasileiro como símbolos onipresentes de poder. Erige-se como representação de um novo templo social, voltado para a criação de um universo de fantasia dirigido para o consumo.”. Dessa forma, pode ser considerado um dos principais símbolos do consumo, não só pelos produtos que são comercializados em seu ambiente, mas também pelo consumo do lazer no/do próprio lugar, impulsionada pelo surgimento e desenvolvimento da sociedade do consumo.

> A sociedade do consumo, dos finais de século XX, que valoriza as diferenças e favorece o novo individualismo, propicia pois mudanças nos estabelecimentos comerciais que deixam de ser meros entrepostos de mercadorias transaccionáveis para acrescentar valor ao que vendem, através dos serviços prestados, do ambiente que criam, das experiências que proporcionam aos cidadãos-consumidores, numa linha de crescente diferenciação, no quadro de estratégias para atrair clientes determinados pela nova cultura do consumo. Algumas lojas transformam-se num espaço de sedução e a sua visita num prazer. Assim se completa a evolução do comércio da venda de bens para a criação de ambientes e se reforça a ligação entre comércio e lazer.” (BARATA; CACHINHO, 2009, p. 16)

Em Ourinhos, já foi mencionada a existência do Shopping Cinemarti em sua Zona de Centralidade que desde sua criação foi um importante centro comercial na cidade. Entretanto, com o avanço da modernização, seu espaço já não concentrava o ideal de novidades e aproximação com as culturas globais, salvo pelas suas principais atrações pautadas no quiosque de sobremesa do McDonalds e pelo cinema Cinemarti (fechado após concorrência advinda da implantação da rede Cinépolis instalada no Ourinhos Plaza) e assumia uma função semelhante às Galerias.

Em 2019, foi inaugurado o Ourinhos Plaza Shopping, empreendimento com estrutura que o caracterizava como Shopping, trazendo esse novo equipamento de modernidade para a cidade. Apesar de não estar localizado dentro da Zona de Centralidade delimitada pelo Plano Diretor, segue o mesmo caso que a rede do Max Atacadista, localizado no limite da zona, separada pela linha férrea, construída "em terreno onde ficava a Sanbra S/A, processadora de óleos vegetais que marcou uma importante fase na economia do município, mas que fechou na década de 1970. (MOURÃO, 2018)

A partir da definição de Pintaudi (2017):

> O shopping-center é um empreendimento imobiliário e comercial que "permite" a reunião em um ou mais prédios contíguos, das mais variadas lojas de vendas a varejo, diferentes umas das outras não só pelos tipos de mercadorias que comerciam (ainda que a presença de várias lojas do mesmo ramo possibilite a compra por comparação), como também pela sua natureza (lojas de departamentos, supermercados, 'boutiques', serviços, etc.) (p. 29)

Segundo consta uma reportagem do jornal virtual 'Negocião' (jul/2019) o shopping inaugurou com "12.000m² de ABL (área bruta locável); 5 lojas âncora; 1 supermercado; 4 megalojas; 56 lojas satélites; Magic Games; 4 salas de cinema com total de 741 lugares; Praça de Alimentação com 10 operações e mais de 200 lugares; 500 vagas de estacionamento, sendo 410 cobertas; 50 milhões de investimento; 1.000 empregos diretos e indiretos."

Tal empreendimento acarreta em significativas mudanças na estrutura urbana que podem ser observadas. Durante uma entrevista coletiva de inauguração do shopping, o então prefeito Lucas Pocay (PSD) declarou que:

> [...] O entorno foi todo modificado, alterações no trânsito estão sendo realizadas, tudo para facilitar que visitantes e moradores possam vir até o local. Nós estamos muito contentes, o shopping era um sonho muito distante, mas agora se tornou realidade. Vamos voltar a ser referência de comércio varejista na nossa região [...]" (AZEVEDO, L., 2019)

Apesar de estar localizada na área central da cidade, onde há um fluxo intenso de pessoas que se deslocam de diversas áreas intra e inter urbana e, por isso, das mais variadas condições socioeconômicas, e de se apresentar de forma mascarada como um equipamento de

caráter público, pois houve incentivo por parte da administração da cidade, o Ourinhos Plaza Shopping é uma estrutura reprodutora da acumulação do capital e, portanto, da divisão social.

> Pintaudi (1992), define o Shopping Center como uma "ilha da fantasia", um mundo mágico, confortável e seguro, porém excludente daqueles que embora desejem não podem comprar. Apesar do SC criar um microambiente de felicidade, somente os indivíduos que podem consumir se sentem protegidos para realizar suas compras. De acordo com a autora, no Brasil, principalmente, a "ilha da fantasia" começa nas portas dos SC, devido à disparidade social existente em nosso país que afasta boa parte da população desses centros de consumo. (GENEROSO, 2012, p. 08)

Somado a isso, é válido também ressaltar que poucas são as lojas e serviços ofertados que compõem o estabelecimento são de origem local[10]. Essa concentração, portanto, de lojas de redes nacionais e de franquias estão atrelados à lógica de hegemonia da acumulação de lucros e poder governados por poucos Grupos Empresariais. Tal fato é intensificado pelo processo de globalização cultural e de consumo o qual valoriza os centros globais dominantes da reprodução social e preza pela padronização (dos serviços, das marcas, dos produtos, dos lugares..)

Dessa forma, dentro do processo de centralização do setor terciário do segmento varejista no município através do shopping center há alguns contrastes entre os segmentos dos empreendimentos, fazendo com que o SC se firme como uma centralidade própria, mesmo que se beneficie pelo fluxo da Zona de Centralidade, pois o "consumir" dentro e fora desse estabelecimento carregam simbolismos diferentes.

- <u>Max Atacadista</u>

Embora não esteja dentro da área da Zona de Centralidade proposta pelo Plano Diretor e analisada neste trabalho, mas que faz limite com a mesma - separada pela linha férrea que permeia o interior da cidade - está localizado a rede de atacarejo Max Atacadista, pertencente ao Grupo Muffato. Inaugurado em julho de 2021, o estabelecimento ganhou bastante destaque entre os consumidores locais, em consonância com a tendência que esse tipo de equipamento comercial tem se desenvolvido:

> Em se tratando da modalidade de atacado de autosserviço faz-se necessário destacar o elevado crescimento que esta vem apresentando e, também, sua importância para o suprimento da demanda dos pequenos e médios comerciantes. Outro aspecto relevante no que tange ao atacarejo, ou, cash & carry, como também é conhecido, é a grande adesão por parte do cliente final – que realiza compras domésticas, sem fins comerciais. Tem-se observado e, inclusive, é matéria em periódicos que tratam do comércio o número significativo de clientes (pessoas físicas) que não tem vínculo com empresas varejistas, realizando compras nas lojas de atacarejo. (L.O. SILVA, 2016, p. 33)

[10] Listagem completa das lojas e serviços que compõem o Ourinhos Plaza Shopping disponível no apêndice 4 ou no link: Lojas Ourinhos Plaza Shopping 2023

Essa modalidade do *'atacarejo'* têm obtido sucesso dentro da malha urbana, sendo um recurso atrativo, que se torna, inclusive, pauta de publicidade das empresas, como mostra o trecho destacado no site próprio do Max Atacadista:

> O Max Atacadista atua nas vendas em maior quantidade, tanto no varejo quanto no atacado, atendendo a todos os públicos. Da dona de casa ao comerciante, todos podem comprar pagando menos em ambientes agradáveis, climatizados, com amplo estacionamento e com variedade de produtos. O conceito principal é quanto maior a quantidade comprada de um mesmo produto menor o preço unitário pago por ele. (MAX ATACADISTA, 2023)

Entretanto, apesar de ser um comércio que também atende ao público consumidor do varejo, sua identidade visual é identificada através dos padrões dos mercados atacadistas: estacionamentos espaçosos, corredores largos, estoque à mostra em altas prateleiras, etc. Por serem do setor primeiramente atacadista, a circulação de produtos e seus volumes são bastante consideráveis. Por conta disso, em geral, estão localizados normalmente cerca de vias de fácil acesso, como às margens das rodovias. L.O. Silva (2016) traz como exemplo:

> Uma característica que os atacadistas de autosserviço e os hipermercados têm em comum é a sua localização e a grande disponibilidade de área que demandam. Pintaudi (2002, p. 152) destaca que os hipermercados foram implantados em São Paulo "com localização preferencial nas vias marginais dos rios Tietê e Pinheiros, o que permitiu um acesso mais fácil à clientela motorizada". Observa-se que também os atacadistas de autosserviço optam por localizações de mais fácil acesso, em vias de maior fluidez. (p. 35)

A instalação deste estabelecimento de *atacarejo* em Ourinhos - que de certa forma se integra à centralidade da cidade - se afasta em certa instância da predisposição de localidade adotada por empreendimentos de mesma atividade. Primeiramente, fica clara a influência do Ourinhos Plaza Shopping que se localiza em frente ao atacado e que já servia de atração de consumidores.

Somado a isso, a essa pesquisa, surgem dois pontos que puderam ser observados como fundamentais para sua implantação nessas condições, sendo elas, em primeiro lugar o fato de já pré-existir uma área extensa na malha urbana, que se encontrava (de certa forma) "vazia". A colocação foi destacada, pois antes de se erguer o prédio do atacadista, o lote abrigava uma construção abandonada que antigamente era usada como silo dos produtos agrícolas advindos da ferrovia. Sua construção, apesar de em desuso há muito tempo, foi por muito tempo utilizada como cartão postal da cidade, pelo seu formato semelhante a um *pen drive*. O outro fator que permitiu sua implantação é o fato de que, mesmo não estando às margens da rodovia, ainda se aproxima a ela.

Figura 20 - Max Atacadista

Autoria desconhecida (s.d.)

Figura 21 - Antigo prédio 'Pen Drive'

Autoria desconhecida (s.d.)

Capítulo 03. As lojas de franquias: da Zona de Centralidade ao Shopping Center

Durante o capítulo 02 foi discutido e espacializado as lojas de franquias presentes na Zona de Centralidade de Ourinhos (figura 16) totalizando 58 unidades que se dispõem principalmente a sul da linha do trem, com alta concentração no centro da Zona delimitada e conta com os mais diversos segmentos, mas se destaca nas seções ‘G’ e ‘I’ (comércio e alimentação). Essas lojas representam a materialização dos processos de globalização que contam com estratégias para aumentar seu consumo e concentrar a acumulação de capital. Tais equipamentos buscam cada vez mais pela minimização de gastos e aumento de lucros e portanto, a parceria entre o franqueador e franqueado se faz bastante conveniente pois a venda das marcas, produtos e serviços passam a ser "administradas" a partir das mãos de terceiro mediante taxas que concedem a permissão desse uso.

Assim, a cidade torna-se aliada a esse processo quando se desenvolve um processo de centralização das atividades econômicas que se formam através de fixos e fluxos de circulação de capital e pessoas. Dessa forma, a ZC de Ourinhos tornou-se atrativa à implantação dessas redes de franquias, potencializando no centro urbano a sobreposição do antigo com o novo, sendo uma nova marca da modernização.

Com a inauguração do Ourinhos Plaza Shopping, no ano de 2019, como principal atração da comemoração de seu centenário (datado em 13 de dezembro de 2018) há a criação de um novo centro de consumo. Ao trazer e instalar o equipamento como parte da programação do município, promovido pela Prefeitura Municipal, juntamente com a fixação do serviço estadual “Poupatempo” no mesmo espaço, há uma imagem de que o estabelecimento perpassa por uma esfera pública. Entretanto, sua organização e circulação do capital gira em torno da esfera privada, beneficiando as empresas e empreendimentos das lojas fixadas nesses espaços, contribuindo para o desenvolvimento das hegemonias e reprodução de tendências monopolistas.

Um empreendimento com o simbolismo de um Shopping Center em uma cidade de porte médio, torna-se rapidamente um equipamento centralizador. Mesmo próximo da zona de centralidade de Ourinhos, delimitada pelo Plano Diretor, o Ourinhos Plaza Shopping se concretiza como um centro próprio de reprodução social e atrativo de fluxos.

> Os shopping centers, frutos dessa racionalidade quando comparados às vias comerciais, os centros de bairro, e com o centro principal, materializam áreas centrais de maneira rápida. Independente do tempo, ou da disposição morfológica, essas novas áreas centrais, ao se multiplicarem na estrutura urbana, reproduzindo ou transcendendo a função do centro tradicional, reforçam o “duplo caráter da centralidade capitalista: lugar de consumo e consumo de lugar” (LEFEBVRE, 2002, p.130 *apud* PORTO SALES, 2014)

Essa centralidade, por sua vez, se caracteriza de maneira eficaz a partir do momento em que usa seu espaço como concentrador de lojas popularmente conhecidas. Esses

estabelecimentos que se fixam nos shopping, em sua maioria, estão ligados a uma rede de conectividade em escalas nacionais que, a partir da fundamental atividade da área de marketing, tornam-se desejadas pelos consumidores antes mesmo de conhecerem e experimentarem seus produtos. Assim, antecedente à instalação do equipamento econômico de oferta de produto e serviço, há sua construção no *mindscape*, ou seja, no imaginário dos consumidores. Tal posição só é possível, pois a marca de algumas empresas possuem um simbolismo presente no cotidiano cultural dos consumidores. Assim, frequentar tais ambientes carregam um 'status' de pertencimento à uma rede mais ampla do qual é pertencente. Para uma cidade de porte médio, esses empreendimentos a aproxima de um nível hierárquico superior sendo um ponto de reprodução da vida urbana da capital e, ainda mais, de países que comumente possuem prestígio social.

Seu equipamento é constituído de aparatos que estão ligados à seus imaginários globais, formando um "microambiente de felicidade" (PINTAUDI, 1992) e, assim, seu ambiente cria uma dinâmica alternativa à da cidade. Sua construção em ambientes fechados permite, primeiro, a definição de seu limite, estabelecendo uma característica de área à parte do lugar a sua volta que intimida e segrega as características de seu entorno. Essa estrutura também permite a criação de uma nova dinâmica espacial que não é pautada nas horas funcionais do dia, pois não se é possível presenciar "o tempo passando". Dessa forma, os empreendimentos que ali se estabelecem possuem um horário de funcionamento alternativo, estando aberto, normalmente, no período noturno também. Por conseguinte, as redes de franquias estão intimamente ligadas aos Shoppings Centers com uma expressão de presságio da globalização.

> "Em 1966 começaram a aparecer os shoppings centers, que seriam parceiros naturais das franquias" (MARICATO, 2006, p.36). A própria dinâmica do shopping center propicia a instalação desses empreendimentos. Há a abertura das lojas em horários determinados e ficam em um local com grande fluxo diário de pessoas. "No ramo de alimentação, as redes de franquias tiveram um surto de expansão com início aproximado em 1987" (MARICATO, 2006, p.36). Ainda dentro do shopping center, a área de alimentação é a mais visitada. Podemos citar alguns exemplos de marcas que são constantes nesses locais, como McDonald's, Bob's, Habbib's, Giraffa's, entre vários outros. Com o tempo, o sistema de franquias foi se aprimorando. A ABF (Associação Brasileira de Franquias) foi criada em 1987, assim como várias outras legislações com objetivos de regulamentar essa modalidade de investimento. Entre as décadas de 80 e 90 houve uma evolução e expansão das franquias em todo o país. (MOURA; ABA ARAÚJO, 2015, p. 13)

Seguindo as maneiras de se produzir o espaço dos Shopping Centers, o 'Ourinhos Plaza Shopping', instalado na cidade de Ourinhos, conta com uma variedade de estabelecimentos que são do segmento das franquias. Assim, dos 61 empreendimentos[11]

[11] Lista das lojas no apêndice 4 ou no link: Lojas SC 2023

listados no ano de 2023 localizados dentro das instalações do shopping, 26 pertencem às redes de franquias das marcas. É de considerável importância ressaltar que acompanhada a essas unidades, há ainda os estabelecimentos que, associados a outros tipos de redes, estão ligados a escala nacional de reconhecimento - como as lojas Renner, Riachuelo, Polo Wear, Vivo, Tim e Localiza.

Os estabelecimentos de origem e demanda local, por sua vez, apesar da escala, precisam corresponder a um certo poder aquisitivo para estar entre as lojas do shopping, devido ao aluguel do espaço. Essa seleção de lojas que se instalam nesse equipamento comercial, portanto, não corresponde ao uso de todas as classes sociais.

3.1 Localização geográfica das franquias

As unidades de franquias mapeadas até o momento contemplam as áreas da Zona de Centralidade e do Ourinhos Plaza Shopping. Ao todo, somam 84 unidades de 73 marcas diferentes. A pesquisa, então, prosseguiu a fim de desvendar onde se localizam as unidades das marcas que possuem mais de um estabelecimento na cidade. Desta forma, foram constatadas quatro marcas presentes tanto na ZC quanto no SC (Cacau Show; Melissa; Chiquinho; O Boticário), três marcas presentes na ZC e em outra área não estudada (AM PM; Bolo Lá Dcasa; Subway); três marcas presentes no SC e em outra área não estudada (Perino Gelateria; Burger King e; McDonalds); e duas marcas presentes na ZC, no SC e em outras área não estudada (Castor e; Mc Sobremesas).

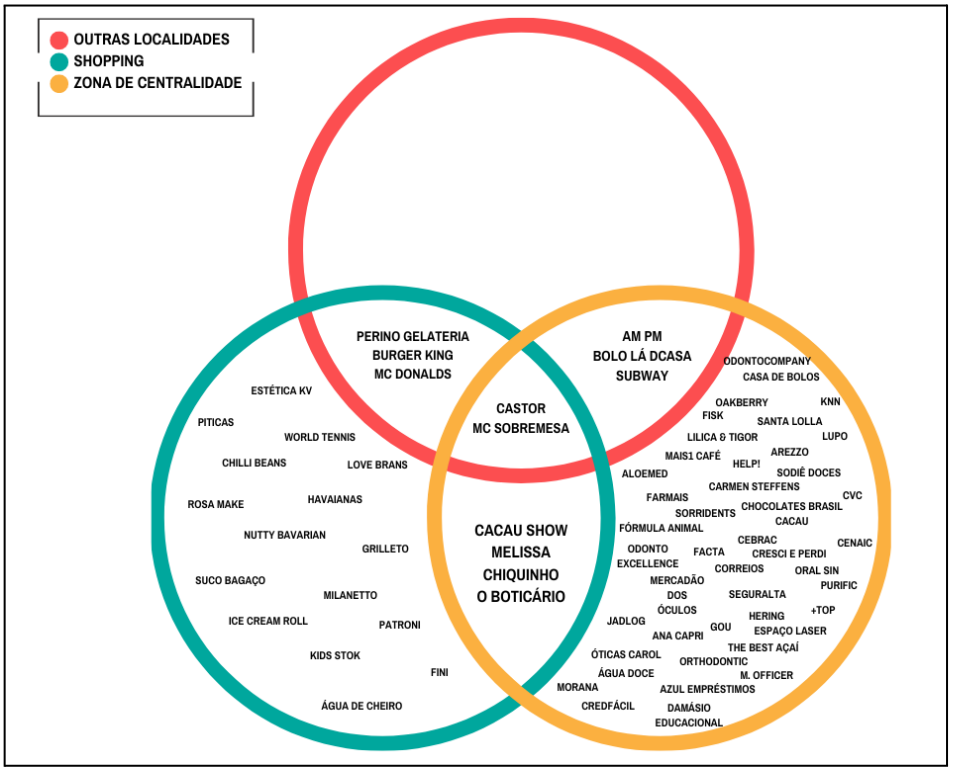
Dessas marcas identificadas na ZC e no SC, destacam-se três delas que possuem matriz na própria cidade de Ourinhos/SP, sendo elas: Castor; Bolo Lá Dcasa; Perino Gelateria. Assim, esses empreendimentos da cidade entram na lógica de expansão de franquias com o objetivo de aumentar os seus lucros e a visibilidade da marca. Dessa forma, já é possível encontrar franquias da Castor em um alcance nacional; Bolo Lá Dcasa em lojas interestaduais entre cidades de São Paulo e Paraná e; a Perino Gelateria ainda possui alcance local.

Além dos marcas levantadas a partir do mapeamento deste trabalho, houve uma tentativa de reconhecer em sua totalidade municipal os empreendimentos que fazem parte do segmento de franquias com uma parceria com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano, Mobilidade e Licenciamento, mas não houve sucesso e a esse levantamento faltou informações de dados que pudessem complementar os estudos propostos neste presente trabalho.

Quanto à localização das franquias localizadas em áreas não estudadas nesta pesquisa, estas se dispõem geograficamente conforme a figura 23. Apesar de não haver mais

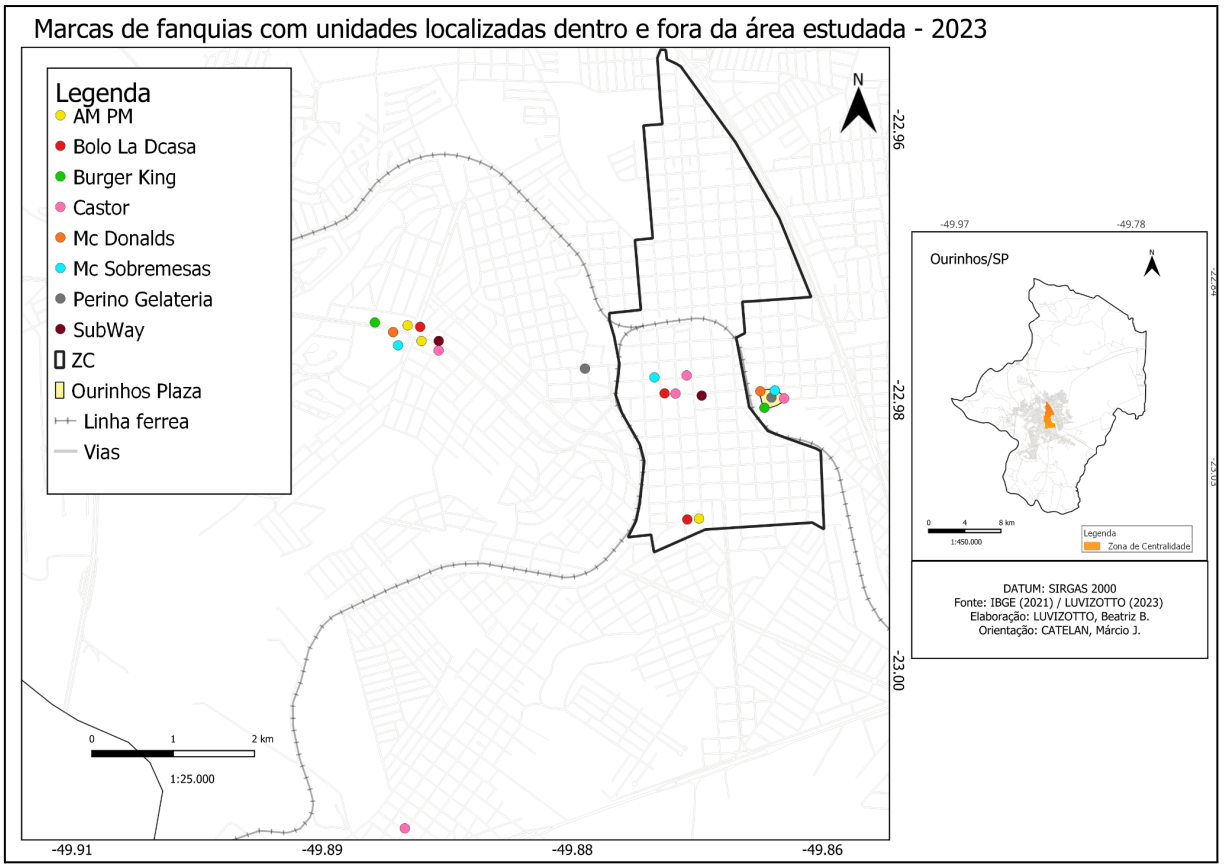
informações acerca de demais estabelecimentos de franquias na cidade, cabe dizer que a pequena concentração observada neste mapa anuncia a tendência de surgimento de uma nova centralidade na cidade que anuncia uma aglomeração de equipamentos econômicos mais modernos e com reconhecimento em escala nacional das marcas e produtos. Essas unidades de franquias localizadas fora do espaço da centralidade dividem a "vizinhança" com empreendimentos de larga escala, como Pão de Açúcar, Swift e Ibis Hotel.

Figura 22 - Gráfico de intersecção das franquias apontadas nesta pesquisa



Fonte: Própria autoria (2023)

Figura 23 - Mapa de marcas de franquias com unidades dentro e fora da área estudada (2023)



Fonte: Própria autoria (2023)

Assim, com o desenvolvimento urbano, acentuando o processo de expansão territorial em Ourinhos amplia-se a presença de uma periferia física e social, primeiramente no sentido das avenidas Luiz Saldanha Rodrigues e Antônio Almeida Leite. Diferentemente da centralidade vista nos capítulos anteriores, esta nova concentração não possui a sobreposição dos diferentes equipamentos que marcaram diferentes temporalidades.

Atrelado a isso, por se distanciar do centro municipal, também presencia concentrações de fluxos menos espessos e mais específicos, umas vez que para haver o consumo é necessário ter acesso aos mesmos, através das infraestruturas, mobilidade e poder aquisitivo. Tais produções do espaço, principiadas pela sua localização residencial, acarretaram em uma estrutura pautada na segregação que se propõe dialeticamente na organização do espaço das seguintes maneiras, pontuada por Furini (2018):

> O processo de segregação apresenta especificidades segundo o tipo de setor considerado; desse modo, quando falamos em segregação residencial, estamos enfatizando uma particularidade da questão da habitação, em que os de maior poder aquisitivo escolhem as melhores localizações na cidade – autossegregação – e os de menor renda, que têm pouca ou nenhuma opção, localizam-se em determinadas áreas – segregação induzida ou imposta–, respectivamente. (p.49)

A organização da malha urbana atrelada ao crescimento residencial, é um fator condicionante à implantação de atividades econômicas. A contar com equipamentos de maior poder aquisitivo e com alcance em escalas de reconhecimento nacionais e globais que prezam pela acumulação do capital e reprodução da divisão social do trabalho, escolhem a localização que melhor acompanha essa tendência. Assim, as redes de franquias que se propagam através da publicidade no cotidiano urbano dos consumidores e oferecem produtos, serviços e lugares a serem desejados, atingem a todos, mas não são para todos.

Essa contradição estabelecida por esses empreendimentos os tornam atores fundamentais para a concepção das dinâmicas do funcionamento das cidades inseridas no sistema de globalização, dilatando ainda mais o abismo socioeconômico da população, mas também das empresas privadas que perdem pela concorrência por grupos com maiores taxas de lucros e, consequentemente, maior poder de investimento (inclusive em publicidades).

Ao fazer o levantamento dos domicílios particulares com rendimento mensal *per capita* de mais de dez salários mínimos em Ourinhos a partir dos dados do Censo Demográfico de 2010 pelo IBGE, Furini (2018) revela espacialmente um mapeamento[12] a localização desses domicílios. Não por coincidência, essa área corresponde à mesma destacada no mapa 08 e à mencionada anteriormente como um destaque potencial centralizador. Assim, a dinâmica da expansão residencial torna-se atrativa para o estabelecimento dessas novas implantações empresariais, produzindo uma narrativa do signo de progresso e acentuando a desigualdade socioespacial.

É válido comentar que essa concentração de franquias e valorização da área não foi completamente espontânea e contou com investimentos públicos e privados para tal feito. A Prefeitura Municipal, por exemplo, construiu uma entrada para a cidade na rodovia Transbrasiliana que liga diretamente à Avenida Luiz Saldanha Rodrigues, na qual pode ser encontrados empreendimentos de prestígios nacionais que extrapolam os setor terciário como atividades de saúde (hospital UNIMED) e educação (Universidade Estácio de Sá).

[12] Anexo 6

Considerações finais

A cidade, como materialização dos processos urbanos, revela em sua malha as dinâmicas e experiências vividas em uma determinada sociedade. Sua organização pode ser revelada através das sobreposições dos fixos que compõem em sua estrutura diferentes formas de uso e ocupação do solo que se desenvolve atrelado a diferentes funções. Além disso, também torna-se a marca visível de sua historicidade e desenvolvimento ao longo de sua formação, marcadas pelos diferentes equipamentos que contemplam os mais variados âmbitos: econômico, cultural e histórico.

Este espaço, por conseguinte, é instrumento da lógica da reprodução da acumulação do capital e divisão social do trabalho. Portanto, é constituinte através da valorização da terra que gera a espacialização dos grupos sociais em detrimento da conformidade estabelecida pelo sistema imobiliário. Dessa forma, as áreas se formam com estratégias geográficas que permeiam dentro da lógica capitalista.

Para sua efetivação, a cidade se constitui a partir das trocas de mercadorias em escala inter e intra urbana. Nesse sentido, o setor terciário se desenvolve e se torna o principal segmento das atividades econômicas dentro da malha urbana. Para tanto, sua consumação necessita de uma localidade a base de fluxos de consumidores - atraídos pela publicidade e necessidade de consumos que se constroem.

A cidade de Ourinhos/SP possui sua centralidade pautada em seu desenvolvimento a partir da sua gênese. São muitos os resquícios históricos presentes nesta área, principalmente na divisão marcada pela linha férrea. Como visto, sua principal ocupação se estabelece na área do comércio varejista ocupando toda extensão de sua Zona, mas com maior concentração dos estabelecimentos “abaixo da linha” que também revelam uma maior concentração de equipamentos “modernos”. Ainda na mesma Zona, foi observado a concentração de estabelecimentos de saúde ainda mais a norte da linha férrea constituindo uma nova aglomeração especializada.

Isto posto, a centralidade na cidade de Ourinhos, marcada por diversas funcionalidades se constitui de ocupações econômicas que podem ser tratadas em três menores áreas que contam com uma especialização própria propostas nesta pesquisa, sendo elas em seus quadrantes: 1) A, B, C, e E: formado pela área “abaixo da linha”, tem seus equipamentos comerciais pautados no ramo varejista e local com pouca modernidade; 2) F, G, H, I, J: formado pelo “centro” constitui-se também de seção de maioria comercial, porém conta com um simbolismo mais forte de modernização, caracterizado pelas galerias, shoppings, redes de

franquias e de departamento com reconhecimento nacional; 3) K, L: formado pela porção mais a sul, se caracteriza pelos equipamentos de saúde de âmbito privado, principalmente, com pouco desenvolvimento comercial.

Apesar de estabelecidas essas particularidades em distintas centralidades da cidade, no Plano Diretor vigente não diferencia essas particularidades. Entretanto, é posto em seu ordenamento territorial um desejo de tornar essa zona em caráter multifuncional e, para tanto, conta com equipamentos que se diversificam em diferentes segmentos que, para além das atividades particulares, representam a esfera pública. Somado a isso, houve também nos últimos anos a instalação de um atacarejo e a consolidação de um Shopping Center que, apesar de não previstos dentro da Zona de Centralidade, constituem, beneficiam e influencia a área e se formaram como símbolos da globalização dentro de uma cidade de porte médio.

Um dos meios de proximidade com a escala global causada por este processo, são as redes de franquias que, mesmo se originadas de um comércio local, representam as tendências mundiais de um novo formato das relações comerciais-empresariais, pautado na concentração do lucro em pequenos grupos, na padronização de produtos, serviços, ambientes e símbolos e, principalmente, na valorização da sua marca através das estratégias publicitárias que oferecem ao consumidor uma proximidade com as culturas de cidades com hierarquias superiores.

Isto posto, é importante salientar que essas marcas são formas da continuidade e manutenção do abismo da divisão social do trabalho. Apesar de ofertarem o desejo e as necessidades impostas por um novo modelo cultural e social a todos, não permitem que o consumo esteja ao alcance de todos. Portanto, possuem a tendência de buscarem localidades que se sobreponham às de maior concentração de poder aquisitivo marcadas pelo maior valor da terra. Furini (2018) pontua que Ourinhos reproduz a lógica segregacionista e que "mesmo alguns esforços mais atípicos para promover infraestrutura, sociabilidade e mobilidade com acessibilidade esbarram nos padrões excludentes das novas formas e conteúdos urbanos." (p.50). Essa tendência pode ser observada com o surgimento das instalações das franquias que, além da centralidade, também se fixam geograficamente em áreas com maior renda *per capita* e merece um acompanhamento de sua expansão comercial nos próximos anos, a fim de buscar estratégias que minimizem a diferenciação socioespacial dentro da totalidade da cidade.

REFERÊNCIAS

ALFOSIN, B. M. Planejamento Urbano e Plano Diretor no contexto de gestão democrática pós Estatuto da Cidade**. Revista Brasileira de Direito Urbanístico**, Belo Horizonte, ano 1, n. 1, p.33-49, jul/dez, 2015. DOI: https://doi.org/10.55663/rbdu.v1i1.395

ARAÚJO, J.L.B. et al. O discurso de progresso no jornal "A Voz do Povo" entre 1927 e 1937. **Revista Geografia e Pesquisa**, Ourinhos, v. 14, n. 2, p. 7-22, 2020. Disponível em <http://vampira.ourinhos.unesp.br/openjournalsystem/index.php/geografiaepesquisa/article/view/347> Acesso em mai 2023.

AZEVEDO, L. Ourinhos Plaza Shopping é inaugurado com solenidade especial na quarta feira, 31 de julho. **Negocião**, 2019. Disponível em: <https://negociao.com.br/cotidiano/ourinhos-plaza-shopping-e-inaugurado-com-solenidade-especial-na-quarta-feira-31-de-julho> . Acesso em mai 2023.

BARATA SALGUEIRO, T.; CACHINHO, H. As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. *In:* CARRERAS, C.; PACHECO, S.M.M. (org). **Cidade e comércio:** a rua comercial na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009. p. 09 - 39

BRAIDA, F. As galerias comerciais na rede urbana, na imagem e no imaginário de Juiz de Fora e de Buenos Aires. **CES Revista**, v. 25, n. 1, Juiz de Fora, 2011. Disponível em: http://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cesRevista/article/view/637/498. Acesso em mai 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidente da República, 1988.

CARLOS, A.F.A. Diferenciação Socioespacial. **Cidades**, v. 4, n.6, p. 46-60, 2007.

CUNHA, F. L. Histórias e Memórias de um "Museu Local": o museu histórico e pedagógico de Ourinhos.**UNESP – FCLAs – CEDAP**, v.4, n.2, p. 163- 197, 2009

DAMBRÓS, C. Representações da relação cidade-campo na microrregião geográfica de Ourinhos (SP). *In:* FURINI, L.A; MOURÃO, P.F.C (Org). **Conjuntura Ourinhos 2018. S**ão Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. p. 109-118.

FERREIRA DIAS, F. A gênese de Ourinhos-SP: a cidade "acima da linha" e "abaixo da linha". **Geoingá:** Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia (PGE/UEM), v. 6, n.1, p. 46-61, 2014.

FURINI, L. A. Desigualdades Socioespaciais na cidade de Ourinhos (SP). *In:* FURINI, L.A; MOURÃO, P.F.C (Org). **Conjuntura Ourinhos 2018. S**ão Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. p. 45-57

GENEROSO, E. Shopping Center: Espaço de Sociabilidade, Espaço de Contradições. **Encontro de Geógrafos da América Latina (EGAL)**, 12. Disponível em <http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaeconomica/45.pdf>. Acesso em mai 2023.

HARVEY, D. O direito à cidade. Tradução: PINHEIRO, J. **Lutas Sociais,** São Paulo, n.29, p.73-89, jul./dez. 2012. DOI:https://doi.org/10.23925/ls.v25i47.61448

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Manual do Recenseador.** IBGE, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em <https://censo2022.ibge.gov.br/sobre/treinamento/manuais.html> Acesso em mai 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Regiões de Influência das Cidades, 2018** - REGIC. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

MAX ATACADISTA. **Quem somos.** Disponível em <https://www.maxatacadista.com.br/quem-somos.php> Acesso em mai 2023.

MIYAZAKI, V. K. **Estruturação da cidade e morfologia urbana:** um estudo sobre cidades de porte médio da rede urbana paulista. 2013. 305 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/105090> Acesso em mai 2023.

MOURA, D.J.S; ARAÚJO, A.F.A. Entendendo a estrutura das franquias: planejamento, implantação e manutenção. **Tecnologia & Informação**, v. 2, n. 2, p.7-23, mar/jun 2015. Disponível em <https://repositorio.unp.br/index.php/tecinfo/article/view/611> Acesso em mai 2023.

MOURÃO, P.F.C. Dinâmica Econômica e tendências do desenvolvimento na região de Ourinhos (SP). *In*: FURINI, L.A; MOURÃO, P.F.C (Org). **Conjuntura Ourinhos 2018.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. p. 21-44

ONCINHA INDÚSTRIA DE BEBIDAS. **Nossa história.** Disponível em <http://www.oncinha.com.br/quem-somos> Acesso em mai 2023.

OLIVEIRA JÚNIOR, G. A. Redefinição da centralidade média urbana em cidades médias. **Sociedade & Natureza**, 20 (1), jun 2008, p. 205-220. DOI: https://doi.org/10.1590/S1982-45132008000100014

ORTIGOZA, S. A. G. **As Franquias e as Novas Estratégias do Comércio Urbano no Brasil**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Geociências e Ciências Exatas – UNESP. Rio Claro, 1996.

PEREIRA, C.S.S. **Centro, centralidade e cidade média:** o papel do comércio e serviços na reestruturação da cidade de Juazeiro do Norte/CE. 2014. 328f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2014. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/108670> Acesso em mai 2023.

PINTAUDI, S. M. Os Shopping Centers brasileiros e o processo de valorização do espaço urbano. **Boletim Paulista de Geografia**, n. 65, 1987, p. 29-48. Recuperado de https://publicacoes.agb.org.br/boletim-paulista/article/view/964 , 2017.

PINTAUDI, S. M. O Shopping Center no Brasil: Condições de surgimento e estratégias de localização. In: PINTAUDI, Silvana M.; FRÚGOLI JR., H. (Org.). **Shopping Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: UNESP, 1992, p. 15-43

PORTO SALES, A. L. **A Situação Espacial de Franquias na América do Sul** : morfologia e centralidade urbanas em cidades médias da Argentina, Brasil e Chile. 2014. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2014.

PRATO CHEIO: A cidade das Marcas. [Locução de]: Amanda Flora. [SI] O joio e o Trigo, 18 abr 2023. *Podcast.* Disponível em: <https://ojoioeotrigo.com.br/2023/04/a-cidade-das-marcas/> Acesso em mai 2023.

PREFEITURA DE OURINHOS. **Ações de revitalização no futuro Espaço Histórico Ferroviário de Ourinhos continuam.** Secretaria de desenvolvimento econômico, trabalho e turismo, 27 abr 2021. Disponível em: <https://www.ourinhos.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/5881/acoes-de-revitalizacao-no-futuro-espaco-historico-ferroviario-de-ourinhos-continuam> Acessom em: mai 2023.

PREFEITURA DE OURINHOS. **História:** conheça nossa História**.** Disponível em <https://www.ourinhos.sp.gov.br/portal/servicos/1001/historia> . Acesso em mai 2023.

PREFEITURA DE OURINHOS. **Turismo:** Museu Municipal Histórico e Pedagógico. Disponível em: <https://www.ourinhos.sp.gov.br/portal/turismo/0/9/5916/museu-municipal-historico-e-pedagogico> Acesso em mai 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS. Secretaria Municipal de Administração. Lei Complementar n° 990 de 03 de Julho de 2018. Dispõe sobre o Plano Diretor Físico do Município de Ourinhos.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS. Secretaria Municipal de Administração. Lei Complementar Lei Complementar n°1142 de 21 de dezembro de 2022. Dispõe sobre o Plano Diretor Físico do Município de Ourinhos.

PRADO, A.P. Leis e políticas para a preservação da memória e do patrimônio cultural em Ourinhos: um breve inventário. **Revista Geografia e Pesquisa**, Ourinhos, v. 14, n. 1, p. 40-1, 2020.

RETONDAR, A. M. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização.** São Paulo: Annablume; Campina Grande: EDUFCG, 2007.

SANTOS, M. **Manual de Geografia Urbana.** 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SILVA, A.R. A Secretaria Municipal de Cultura e seus equipamentos culturais: entre continuidades e rupturas. *In*: FURINI, L.A; MOURÃO, P.F.C (Org). **Conjuntura Ourinhos 2018.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. p. 155-177

SILVA, K.A.A; TEIXEIRA, V.M.L.; SPOSITO, E.S. Novas expressões de centralidades urbanas e a diferenciação socioespacial: um olhar através das práticas espaciais. **Geografares**

[Online], 33, 2021. Disponível em <http://journals.openedition.org/geografares/2980>. Acesso em maio, 2023.

SILVA, L.O**. O comércio atacadista e a estruturação da periferia urbana de Uberlândia (MG).** 2016. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de arquitetura, urbanismo e design, Uberlândia, 2016.
SILVEIRA, M. R. *et al.* **Ourinhos/SP:** Formação e desenvolvimento de uma economia regional e demais estudos. Bauru: Joarte, 2011.

SPOSITO, M.E.B. **Estructuração urbana e centralidade**. 1991a. Disponível em<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal3/Geografiasocioeconomica/Geografiaurbana/04.pdf>. Acesso em mai 2023.

SPOSITO, M.E.B. **O chão arranha o céu**: a lógica da (re) produção monopolista da cidade. 1991b. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-09122022-140744/. Acesso em: 04 jul. 2023.

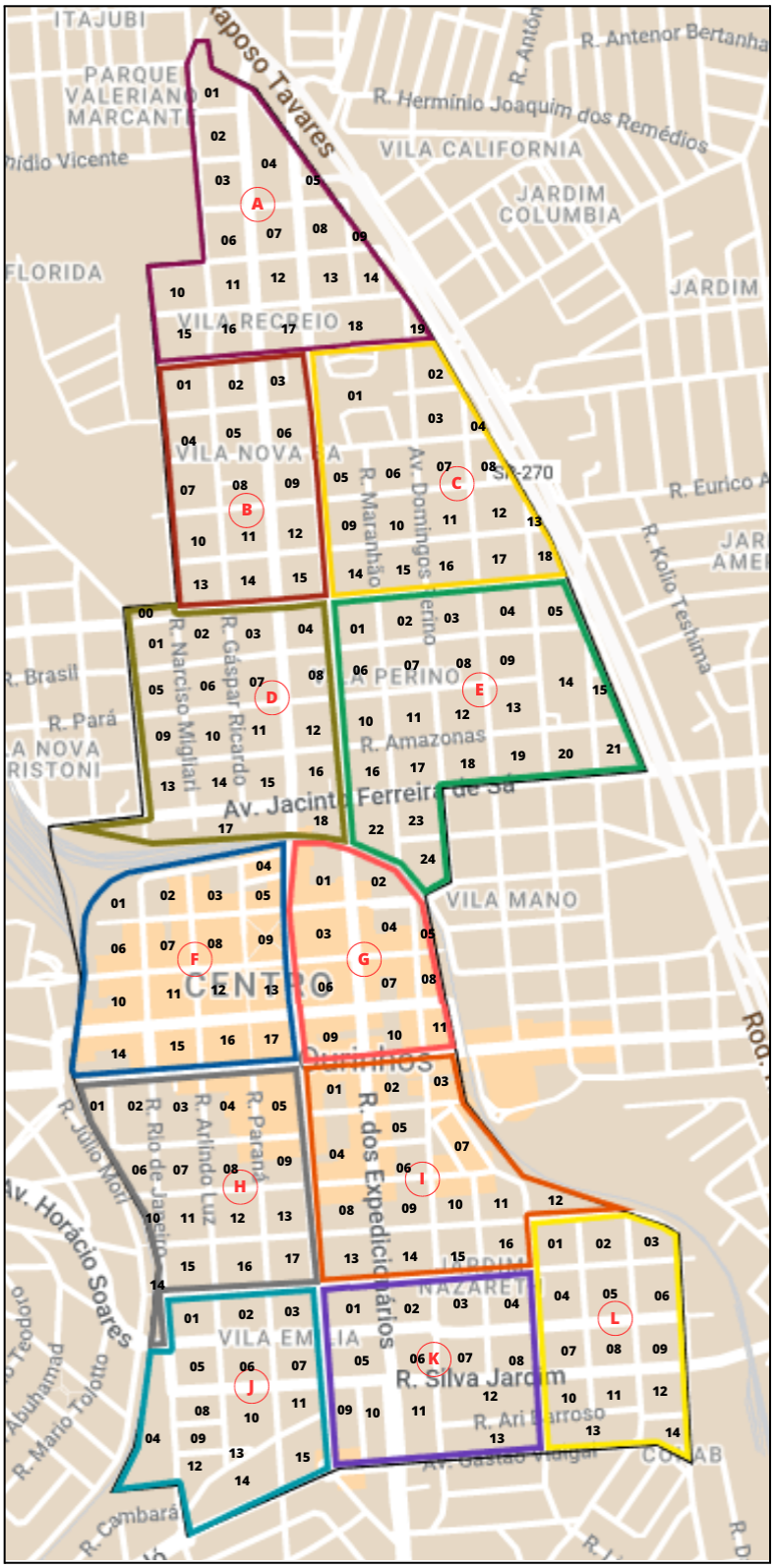
SPOSITO, M.E.B. **O chão em pedaços:** urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo. 2004. 508 f. Tese (Livre Docência) - Unesp, Presidente Prudente, 2004.

SPOSITO, M.E.B. Multi(poli)centralidade urbana. *In*: SPOSITO, E. S.; SANT'ANNA NETO, J. L. (Org.). **Uma Geografia em Movimento**. São Paulo: Expressão Popular, 2010, p. 199-228.

ZACHARIAS, A.A; GUERRA, F.C; MORAES, W.R. As propostas de ordenamento territorial do (no) município de Ourinhos (SP). *In*: FURINI, L.A; MOURÃO, P.F.C (Org). **Conjuntura Ourinhos 2018.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. p. 73-108

APÊNDICES

Apêndice 1 - Quadrantes e Quadras do mapeamento da ZC de Ourinhos.



Quadrante-quadra	Nome do Estabelecimento	Classificação	Endereço	Observação
A-01	Direção Hidráulica J.G	G 45.2	Dr Antônio Prado, 1681	
A-01	Bar S/N	I 56.1	Reinaldo Marcante, 84	
A-03	Du Baterias	G 45.3	Dr Antônio Prado, 1447	
A-03	Barbearia Sr. Wilson	S 96.0	Gáspar Ricardo, 1210	
A-03	Tabacaria S/N	G 47.2	Gáspar Ricardo, 1320	
A-03	Bar S/N	I 56.1	Gáspar Ricardo, 1351	
A-04	Borracharia gordinho	G 45.2	Beira da Rodovia, s/n	
A-04	Eletrocar Ourinhos - centro automo	G 45.2	Beira da Rodavia, s/n	
A-04	JC Materiais para construção	G 47.4	Beira da rodovia, 1413	
A-04	Caldeirão das peças	G 45.3	Duque de Caxias, 1333	
A-04	Molina peças usadas	G 45.3	Duque de Caxias, 1335	
A-04	Melão rodas e pneus	G 45.2	Duque de Caxias, 1305-1	
A-04	2 rodas	G 45.3	Duque de Caxias, 1305	
A-04	Cerâmica Ourinhense	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1458	
A-04	Cleiton funilaria e pintura	G 45.2	Dr Antônio Prado, 1616	
A-05	G 47.3 - Shell	G 47.3	Duque de Caxias, 1329	
A-06	JR Pneus	G 45.2	Dr Antônio Prado, 1361	
A-06	Caiaque store - pesca e náutica	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1351	
A-06	Chequinho - lavacar	G 45.2	Gáspar Ricardo, 1186	
A-06	Casa Ração Vitória	G 47.8	Japão, 68	
A-06	Ariane Rodrigues - Lash designer	S 96.0	Japão, 68	
A-07	Valter veículos	G 45.1	Dr Antônio Prado, 1435	
A-07	Madereira Mato Grosso	G 47.4	Duque de Caxias, 1269	
A-07	Jhow veículos	G 45.1	Duque de Caxias, 1289	
A-07	Barracão auto center	G 45.2	Duque de Caxias, 1202	
A-07	Pizzaria e esfiharia Da Vila	I 56.1	Dr Antônio Prado, 1350	
A-07	Ari Veículos multimarcas	G 45.1	Dr Antônio Prado, 1412	
A-08	Tornearia Mira	C 25.3	Duque de Caxias, 1214	
A-08	Salgados Avenida	I 56.1	Duque de Caxias, 1238	
A-08	Leal Auto mecânica	G 45.2	Duque de Caxias, 1236	
A-08	Marquinho auto elétrico	G 45.2	Duque de Caxias, 1248	
A-10	Fixar parafusos & ferramentas	G 47.4	Gárpar Ricardo, 1123	
A-10	Salgadaria Ticos Bar	I 56.1	Gáspar Ricardo, 1073	
A-10	Sorveteria Adorei	I 56.1	Gáspar Ricardo, 1053	
A-11	Compra e venda de ferramentas S	G 47.4	Dr Antônio Prado, 1275	
A-11	Barracão moto peças	G 45.3	Dr Antônio Prado, 1257	
A-11	Miranda Gás	G 47.8	Gáspar Ricardo, 1085	
A-13	G 47.3 - BR	G 47.3	Duque de Caxias, 1114	
A-13	Castrol - auto service	G 45.3	Duque de Caxias, 1146	
A-13	G 47.3 - Ipiranga	G 47.3	Duque de Caxias, 1170	
A-15	Matrix - lanches e cervejas	I 56.1	Gáspar Ricardo, 1031	
A-15	Panificadora Gaspar	G 47.2	Gáspar Ricardo, 993	
A-16	Anna Oliveira	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1199	
A-16	Barbearia Diogo	S 96.0	Dr Antônio Prado, 1195	
A-16	Bar do Nilton	I 56.1	Dr Antônio Prado, 1145	
A-16	Skina Veículos	G 45.1	Gáspar Ricardo, 960	
A-16	Dutra car	G 45.1	Gáspar Ricardo, 968	
A-16	Forte design móveis planejados	C 31.0	Gáspar Ricardo, 978	
A-16	Reis Pneus	G 45.2	Gáspar Ribeiro, 1030	
A-17	Palmira Refeições Coletivas	I 56.1	Belo Horizonte, 252	
A-17	Lava Jato Fórmula 1	G 45.2	Belo Horizonte, 278	
A-17	Marklão peças acessários serviços	G 45.3	Duque de Caxias, 1037	
A-17	Oficina de costura	S 96.2	Espírito Santo, 223	
A-17	Mi Bordados	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1200	
A-18	Quatro rodas	G 45.3	Duque de Caxias, 999	
A-18	Luizão - comércio de peças usada	G 45.3	Duque de Caxias, 1056	
A-18	Auto som - som automotivo	G 45.2	Duque de Caxias, 1062	
A-18	Moto arte	G 45.2	Duque de Caxias, 1067	
A-18	Moto arte	G 45.3	Duque de Caxias, 1067	
B-01	Bar S/N	I 56.1	Gáspar Ricardo, 927	
B-02	Igor's Burguer	I 56.1	Espírito Santo, 170	
B-02	Ferreira Veículos	G 45.1	Dr Antônio Prado, 1110	
B-02	Panificadora São Lucas	G 47.2	Dr Antônio Prado, 1089	
B-02	S/N Mercearia	G 47.1	Dr Antônio Prado, 1054	
B-03	JJ Construções e Serviços	G 47.4	Duque de Caxias, 960	
B-03	Ribecar funilaria e pintura	G 45.2	Duque de Caxias, 951	
B-03	Recuperadora PG funilaria e pintu	G 45.2	Duque de Caxias,515	
B-03	Téo Veículos	G 45.1	Duque de Caxias, 917	
B-03	Rapel peças elétricas	G 45.3	Duque de Caxias, 899	
B-03	Motolaxi Amarelinho	H 49.1	Duque de Caxias, 895	
B-03	Dicola - rações e pássaros	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1033	
B-03	Brechó Boutique da Dirce	G 47.8	Dr Antônio Prado, 1072	
B-03	Restaurante da Teka	I 56.1	Dr Antônio Prado, 1100	
B-04	C Brasil - limpeza e transporte	C 16.2	Mato Grosso, 88	
B-04	J F car - funilaria e pintura	G 45.2	Mato Grosso, 80	
B-04	Senna lava rápido	G 45.2	Mato Grosso, 107	
B-04	Locadora de veículos	N 77.1	Gáspar Ricardo, 813	
B-05	Sky Ourinhos	G 47.5	Dr Antônio Prado, 1017	
B-05	Hotel Village	I 55.1	Dr Antônio Prado, 997	
B-05	JR Comércio de metais e alumíni	G 46.8	Gáspar Ricardo, 799	
B-06	Espetinho Dom Ruan	I 56.1	Dr Antônio Prado, 1007	
B-06	Mercoplak Auto Placas	G 45.3	Duque de Caxias, 877	
B-06	Lord Technology - Energia Solar	G 47.8	Duque de Caxias, 875	
B-06	Ouri-balanças	C 33.1	Duque de Caxias, 873	
B-06	Duque de Caxias madeireira	G 47.4	Duque de Caxias, 861	
B-06	Mega Academia	R 93.1	Duque de Caxias, 839	
B-06	Mercado de Peças Sorveteiro	G 45.3	Duque de Caxias, 815	
B-06	Bar S/N	I 56.1	Dr Antônio Prado, 958	
B-06	Samah Venerando - moda feminir	G 47.8	Dr Antônio Prado, 998	
B-07	Ratinho veículos	G 45.1	Gáspar Ricardo, 679	
B-08	Stilo Car LB	G 45.2	Santa Catarina, 176	
B-08	Brechó da Zezé	G 47.8	Dr Antônio Prado, 913	
B-08	Beth Reis confecções	G 47.8	Dr Antônio Prado, 897	
B-08	Imobiliária Fenix AC	L 68.2	Dr Antônio Prado, 891	
B-08	Andrade G 47 8 & casa de ração	G 47.8	Dr Antônio Prado, 885	
B-08	Correios	H 53.1	Dr Antônio Prado, 865	
B-08	Farma-vila	G 47.7	Gáspar Ricardo, 720	
B-09	Motocross	G 45.1	Duque de Caxias, 765	
B-09	Lagarto motoracing	G 45.2	Duque de Caxias, 727	
B-09	Tita e Flávio cabecotes	G 45.3	Duque de Caxias, 725	

Quadrante - Quadra	Nome do Estabelecimento	Classificação	Endereço	Observação
E-10	D+ Pet	S 96.0	Duque de Caxias, 236	
E-10	Prosegur	H 49.3	Duque de Caxias, 252	
E-10	New Sat Magazine	G 47.5	Duque de Caxias, 264	
E-10	Bar Avenida	I 56.1	Duque de Caxias,	
E-12	Marcos Silva R 93.1	R 93.1	Domingos Perino, 286	
E-13	Colégio Bagozi - rede osj	P 85.1		
E-16	Bruno Móveis Planejados	C 31.0	Amazonas, 748	
E-16	Home auto - peças e serviços	G 45.2	Amazonas,	
E-16	Flavio's Autoelétrica mecânica	G 45.2	Maranhão, 241	
E-16	Centro automotivo União	G 45.3	Maranhão, 2011	
E-16	União de tintas	G 47 4s	Jacinto Ferreira de Sá, 697	
E-16	Brechozinho Tic Tac	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 679	
E-16	Pizzaria Avenida	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-16	Claudio Esmeria Imóveis	L 68.2	Jacinto Ferreira de Sá, 655	
E-16	Sinfonia - instrumentos musicai	G 47.5	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-16	Aliança informática	G 47.5	Jacinto Ferreira de Sá, 649	
E-16	Vidraçaria Ouro Verde	G 47.4	Jacinto Ferreira de Sá, 639	
E-16	Skina Pastel	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-16	Hot suplementos	G 47.8	Duque de Caxias,	
E-16	Casa dos Fogões	S 95.2	Duque de Caxias,	
E-16	Vidraçaria	G 47.4	Duque de Caxias,	
E-16	Magic Tintas	G 47.4s	Duque de Caxias, 151	
E-17	Rei do Lar - Produtos de limpez	G 47.8	Domingos Perino, 141	
E-17	Priscila Moda masculina e femi	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 763	
E-17	JC Tintas	G 47.4	Jacinto Ferreira de Sá, 755	
E-17	Gi Salgados	G 47.2	Jacinto Ferreira de Sá, 737	
E-17	Avenida Modas	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 741	
E-17	Tabacaria Dubai	G 47.2	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-17	João Chaveiro	S 95.2	Jacinto Ferreira de Sá, 727	
E-17	Ciclo Sport - bicicletas peças	G 45.1	Maranhão, 170	
E-17	Autopeças Joãozinho	G 45.3	Maranhão, 178	
E-18	Salão Masculino	S 96.0	José Felipe do Amaral, 593	
E-18	Paletas Mexicanas	I 56.1	José Felipe do Amaral, 561	
E-18	Record Padaria	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá, 901	
E-18	Desomax - produtos de limpeza	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 873	
E-18	Auto Posto 2000	G 47.3	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-20	Atelier Neiva Dulce	S 95.2	Jacinto Ferreira de Sá, 1087	
E-20	Advocacia	M 69.1	Jacinto Ferreira de Sá, 1077	
E-20	Dr Aurélio José Bernardo Advo	M 69.1	Jacinto Ferreira de Sá, 1045	
E-21	Bilhares Yokoo	G 47.8	Monteiro Lobato, 1210	
E-21	Centro Recreativo Infantil Doce	P 85.1	R. Ataliba Leonel, 141	
E-22	Pax Pneus	G 45.3	Jacinto Ferreira de Sá, 610	
E-22	Casa Branca - artigos religioso	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 630	
E-22	C' Linda	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 698	
E-22	Casa da conexões e parafusos	G 47.4	Jacinto Ferreira de Sá, 702	
E-22	Oliveira & Augusto	M 69.1	Maranhão, 103	
E-22	Brechó da Mabile	G 47.8	Maranhão, 27	
E-22	OuriÓticas	G 47.7	Maranhão, 25	
E-22	Ourinhos despachante	N 82.1	Duque de Caxias, 22	
E-22	U. T. I Cell celulares	G 47.5	Duque de Caxias, 20	
E-22	Aliança Veículos	G 45.1	Duque de Caxias, 44	
E-23	Relojoaria	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 722	
E-23	Julio Cesar de Oliveira Advoga	M 69.1	Jacinto Ferreira de Sá, 760	
E-23	Camila Motta	S 96.0	Jacinto Ferreira de Sá,	
E-23	Black Burger - hamburgueria a	I 56.1	Domingos Perino, 55	
E-23	Pimenta na boca	G 47.8	Domingos Perino, 35	
E-23	Ótica Mark's Vieira	G 47.7	Maranhão	
E-24	Casa Rosa "Teresinha de Souz	Q 86.1	Eduardo Carlos Pereira, 20	
E-24	Centro de Saúde "Dr Hermelin	C 86.1	Venceslau Braz	
F-01	Jairo Joias	G 47.8	São Paulo, 101	
F-01	CMG	S 95.2	São Paulo, 59	
F-01	Animale	S 96.0	São Paulo, 475	
F-01	Escritório Alfredo	M 69.2	São Paulo, 41	
F-01	Madeira & Cia - madeiras e esc	C 31.0	São Paulo, 31	
F-02	The B-Burgers	I 56.1	São Paulo, 181	
F-02	Ayres Decorações	G 47.5	São Paulo, 179	
F-02	Olivato Imóveis	L 68.2	São Paulo, 161	
F-02	JMG Construtora	F 41.1	São Paulo, 155	
F-02	Sapataria do Marcelo	S 95.2	São Paulo, 137	
F-02	Grommer Banho e Tosa	S 96.0	São Paulo, 127	
F-02	Empório São Paulo	G 47.2	São Paulo, 125	
F-03	Lico auto zero	G 45.2	Paraná	
F-03	CredFácil	K 66.1	Paraná	
F-03	Rei do Joans	G 47.8	Paraná, 66	
F-03	Poupamed	G 47.7	Paraná, 70	
F-03	Virada pro sol	G 47.8	São Paulo, 285	
F-03	Izabella Decorações	G 47.5	São Paulo, 285	
F-03	UNIMES	P 85.3	São Paulo, 285	
F-03	CEBRAC	P 85.9	São Paulo, 285	
F-03	Star Presentes	G 47.1	São Paulo, 285	
F-03	Nuance Camisetas	G 47.8	Arlindo Luz, 69	
F-03	Advocacia & Consultoria jurídic	M 69.1	Arlindo Luz, 49	
F-03	Bonato Lanches	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Kentinho's Lanches	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Lanchão, 2	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Bacana's Lanches	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Carlinhos Lanches	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Bonas Lanches	I 56.1	Lanchódormo	
F-04	Lanchonete e pastelaria do Chi	I 56.1		
F-04	S/N G 47.1	G 47.1	Casinha de memória	
F-04	S/N Artesanato	G 47.8	Casinha de memória	
F-04	S/N Artesanato	G 47.8	Casinha de memória	
F-04	S/N loja de roupas	G 47.8	Henrique Tocalino	
F-04	Drogasil	G 47.7	Dr Altino Arantes, 41	
F-04	Tecca Confecções	G 47.8	Dr Altino Arantes, 27	
F-04	Sorveteria Adorei	I 56.1	São Paulo	
F-05	Meg Lojão Brás	G 47.8	São Paulo	
F-05	Baby Show	G 47.8	São Paulo, 41	
F-05	ADH Construtora e Incorporado	F 41.1	São Paulos, 33	
F-05	Ki Dahora Modas	G 47.8	Paraná, 59	

Quadrante-quadra	Nome do Estabelecimento	Classificação	Endereço	Observação
G-01	Start Cell	G 47.5	Dr Altino Arantes,	
G-01	Baratex 10	G 47.8	Dr Altino Arantes,	
G-01	Brechó da Coruja	G 47.8	Dr Altino Arantes,	
G-01	Sales Móveis	G 47.5	Dr Altino Arantes,	
G-02	Nova Odonto	Q 86.3	São Paulo,	
G-02	G 47.3- Ipiranga	G 47.3	dos Expedicionários	
G-02	Construcasa	G 47.4	dos Expedicionários, 43	
G-03	S/N Lanchonete	I 56.1	São Paulo, 428	
G-03	Loção do Queima	G 47.8	São Paulo, 436	
G-03	Mundo Kids	G 47.8	São Paulo,	
G-03	Ouri Shop Informática	G 47.5	São Paulo,	
G-03	Di Joias	G 47.8	São Paulo, 470	
G-03	FJ Crédito Fácil	K 66.1	São Paulo, 484	
G-03	Casa da Gente	G 47.5	São Paulo, 490	
G-03	Ki-lookinho	G 47.8	São Paulo, 506	
G-03	Paçarela	G 47.8	Galeria Vitória	
G-03	Bella Terra - produtos naturais	G 47.2	Galeria Vitória	
G-03	Hyper cell	G 47.5	Galeria Vitória	
G-03	Studio Hair Alzira Soares	S 96.0	Galeria Vitória	
G-03	Setor	G 47.8	Galeria Vitória	
G-03	Das Luci	G 47.8	Galeria Vitória	
G-03	Lotérica Ourinhense	N 82.9	dos Expedicionários, 166	
G-03	Casa dos Bolos	G 47.2	dos Expedicionários, 180	
G-03	Café Central Ourinhos	I 56.1	dos Expedicionários, 184	
G-03	Omni - Soluções Financeiras	K 64.3	dos Expedicionários, 194	
G-03	Advogados	M 69.1	dos Expedicionários, 194	
G-03	Farmácia São Miguel	G 47.7	Nove de Julho, 547	
G-03	Rosa Modas	G 47.8	Nove de Julho, 533	
G-03	Auto escola Fontana	P 85.9	Nove de Julho, 527	
G-03	Mais1 Café	I 56.1	Nove de Julho, 519	
G-03	Damasco - produtos naturais	G 47.2	Nove de Julho, 513	
G-03	Lecha Elohim	G 47.5	Nove de Julho, 511	
G-03	Doriana Confecções	G 47.8	Nove de Julho, 505	
G-03	Hotel 9 de Julho	I 55.1	Nove de Julho, 499	
G-03	Life store	G 47.8	Nove de Julho, 473	
G-03	Estação Central	I 56.1	Nove de Julho, 439	
G-03	Sorveteria Chiquinho	I 56.1	Dr Altino Arantes, 199	
G-03	Loas Veste 10	G 47.8	Dr Altino Arantes, 197	
G-03	Santander	K 64.2	Dr Altino Arantes, 177	
G-03	O Boticário	G 47.7	Dr Altino Arantes, 151	
G-03	Sandy Miklaly Sorvetes	I 56.1	Dr Altino Arantes, 145	
G-03	Posto Telefônico de Ourinhos	H 82.9	Dr Altino Arantes, 143	
G-03	Zonio @Cell	G 47.5	Dr Altino Arantes, 131	
G-03	Favorita Style	G 47.8	Dr Altino Arantes, 131	
G-03	Bela Bijuteria	G 47.8	Dr AltinoArantes, 125	
G-04	Lanchonete D'Amigos	I 56.1	SãoPaulo, 502	
G-04	Centro odontológico	Q 86.3	São Paulo, 574	
G-04	S/N roupas	G 47.8	São Paulo, 584	
G-04	Espaço Cabelos & Cia	S 96.0	Euclides da Cunha, 87	
G-04	Thaty Fraldas Descartáveis	G 47.7	Euclides da Cunha, 82	
G-04	Tutto Bello	G 47.8	Nove de Julho, 669	
G-04	Capital da moda	G 47.8	Nove de Julho, 667	
G-04	Cau's Burgers grill	I 56.1	Nove de Julho, 657	
G-04	Show do Real	G 47.1	Dr Altino Arantes,	
G-04	Datapress	N 82.1	Nove de Julho, 637	
G-04	Daniel Despachante	N 82.1	Nove de Julho, 601	
G-04	Auto Escola Ideal	P 85.9	Nove de Julho, 597	
G-04	Claudemir Despachante	N 82.1	Nove de Julho, 593	
G-04	Operced - correspondente banc	K 66.1	Nove de Julho,	
G-04	Studio Cleber Guerreiro	S 96.0	Nove de Julho, 585	
G-04	Paulo Miyamoto cabeleireiro	S 96.0	Nove de Julho, 585	
G-04	Auto Escola Iguaçu	P 85.9	Nove de Julho, 581	
G-04	Consultorio Dr.Ronaldo Matache	Q 86.3	Nove de Julho, 579	
G-04	Ivair Despachante	N 82.1	dos Expedicionários, 179	
G-04	Restaurante Mirian	I 56.1	dos Expedicionários, 169	
G-04	Stylo Photo Nor	M 74.2	dos Expedicionários, 165	
G-04	Eletrodomésticos Ourinhense	S 95.2	dos Expedicionários, 163	
G-04	BR Auto Escola	P 85.9	dos Expedicionários, 153	
G-04	Janda - G 47 6 e amarinho	G 47.6	dos Expedicionários, 145	
G-05	Serra Braga Despachante	N 82.1	Euclides da Cunha,97	
G-05	S/N Odontologia	Q 86.3	Euclides da Cunha,82	
G-05	Casa das Máquinas	S 95.2	Euclides da Cunha, 73	
G-05	Cantina da Tata	I 56.1	Euclides da Cunha, 71	
G-05	Vital - escritório contábil	M 69.2	Euclides da Cunha, 63	
G-05	Restaurante House Chefi	I 56.1	Euclides da Cunha, 41	
G-05	Advocacia	M 69.1	Euclides da Cunha, 27	
G-06	Itaú	K 64.2	Altino Arantes,	
G-06	Sicoob Credimota	K 64.2	Nove de Julho, 474	
G-06	Teatro Municipal 'Miguel Cury		Nove de Julho	
G-06	Diretoria de Ensino		Nove de Julho	
G-06	Restaurante Shangai	I 56.1	dos Expedicionários, 280	
G-06	Imobiliária Shalom	L 68.2	dos Expedicionários, 312	
G-06	Droga Mais Brasil	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 559	
G-06	Foto Toninho	M 74.2	Antônio Carlos Mori, 555	
G-06	Agibank	K 64.2	Antônio Carlos Mori, 549	
G-06	Big Dog Lanches	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 549	
G-06	Help! Loja de créditos	K 66.1	Antônio Carlos Mori, 505	
G-06	Nacional Óticas	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 497	
G-06	Grêmio Recreativo de Ourinhos	R 93.1	Antônio Carlos Mori	
G-06	Americanas	G 47.1	Altino Arantes, 85	
G-06	Souza Calçados	G 47.8	Altino Arantes, 61	
G-07	Clínica Santa Clara	Q 86.3	Nove de Julho,594	
G-07	Edimix Store	G 47.6	Nove de Julho,628	
G-07	Auto escola Freeway	P 85.9	Nove de Julho, 640	
G-07	Advocacia Previdenciária	M 69.1	Nove de Julho, 648	
G-07	Academia Keep Fitness	R 93.1	Nove de Julho, 658	
G-07	Kantinho dos Salgados	I 56.1	Nove de Julho, 670	
G-07	Luan Despachante	N 82.1	Euclides da Cunha, 124	
G-07	Escritório de Advocacia	M 69.1	Euclides da Cunha, 136	
G-07	Escritório Brasil Contabilidade	M 69.2	Euclides da Cunha, 142	

Quadrante-quadra	Nome do Estabelecimento	Classificação	Endereço	Observação
I-07	Kantiana confecções	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Salão de cabeleireira	S 96.0	Mercadão Municipal	2023
I-07	EB Imóveis	L 68.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Eduarda Moraes	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Mercadão das Bolsas	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Tsunami modas	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Debby	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Molina brechó	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Umbrella games	G 47.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	Salgados São Leopoldo	I 56.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	H Cell	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Posto Mercadão	G 47.3	Mercadão Municipal	2023
I-08	Funilaria e pintura Churrasco	G 45.2	Paulo Sá, 410	
I-08	Tabacaria Pai da Lô	G 47.2	Paulo Sá, 418	
I-08	Posto Jaguar	G 47.3	dos Expedicionários, 694	
I-08	Conveniência Jaguar	G 47.2	dos Expedicionários, 694	
I-08	Nenê Lava car	G 45.2	dos Expedicionários, 734	
I-08	Ferramental	G 47.4	dos Expedicionários, 720	
I-08	Lion Produção gráfica	C 18.1	dos Expedicionários, 728	
I-08	Medieval Apart hotel	I 55.1	dos Expedicionários, 613	
I-08	Barbearia Paulista	S 96.0	Benjamin Constant 395	
I-08	Zero 14 açai	I 56.1	Benjamin Constant, 375	
I-08	A Magistral	G 47.7	Dr Altino Arantes, 547	
I-08	Power Print - tudo para impressão	G 47.5	Dr Altino Arantes, 535	
I-09	Will Flores - floricultura	G 47.8	Dr Altino Arantes, 527	
I-09	Auto Socorro Lucca Jr	G 45.2	Paulo Sá, 565	
I-09	Smoke House	I 56.1	Paulo Sá, 590	
I-09	Dermatologista Dr Antônio e Psicol	Q 86.3	Benjamin Constant, 546	
I-09	Advocacia	M 69.1	Benjamin Constant, 546	
I-09	Toé Restaurante	I 56.1	Benjamin Constant, 505	
I-09	Cabelo e Depilação	S 96.0	Bejamin Constant, 495	
I-09	Rede Droga Mais Brasil	G 47.7	dos Expedicionários, 759	
I-09	Lotérica	N 82.9	dos Expedicionários, 755	
I-09	Distribuidora Paulista	G 47.2	dos Expedicionários, 753	
I-09	Club Pet	G 47.8	dos Expedicionário, 751	
I-09	Ciclo Machado	G 45.1	dos Expedicionários, 745	
I-10	Advocacia	M 69.1	Paulo Sá,636	
I-10	LP Lava Car	G 45.2	Paulo Sá, 657	
I-10	Lakma Dermocosméticos	G 47.7	Benjamin Constant, 611	
I-10	Neurologia	Q 86.4	Benjamin Constant, 601	
I-10	Livre Arbítrio	G 47.8	Euclides da Cunha, 613	
I-11	Clínica Mansur	Q 86.3	Benjamin Constant, 735	
I-11	Cardium	Q 86.4	Benjamin Constant, 611	
I-12	Dra Danielle Evangelista	Q 86.5	Benjamin Constant, 935	
I-12	Advogado	M 69.1	Benjamin Constant, 915	
I-12	Home Odontologia	Q 86.3	Benjamin Constant, 915	
I-12	Pilates	R 93.1	Benjamin Constant, 915	
I-12	Fisodonto e psicoterapia	Odontologia, Fis	Benjamin Constant, 905	
I-12	Dra Fabiana Leticia Mendes	Q 86.3	Benjamin Constant, 893	
I-12	LR Anders- medicina ocupacional	Q 86.3	Benjamin Constant, 889	
I-12	Cardiologia Dr Lázaro	Q 86.4	Benjamin Constant, 881	
I-12	Fisioterapia Alessandra	Q 86.5	Benjamin Constante, 881	
I-12	Clínica e cirurgia de olhos	Q 86.3	Benjamin Constant, 865	
I-12	Serviço de Anestesiologia de Ourir	Q 86.3	Benjamin Constant, 857	
I-13	Leite & Macedo - assessoria contáb	M 69.2	Benjamin Constant, 370	
I-13	Vidraçaria Irmãos Mariani	G 47.4	Benjamin Constant, 374	
I-13	Vera móveis corretora	L 68.2	Benjamin Constant, 416	
I-13	CDG Negócios imobiliários	L 68.2	Benjamin Constant, 436	
I-13	Polipel embalagens	G 46.8	Benjamin Constant, 448	
I-13	Fernandinho's Bar	I 56.1	dos Expedicionários, 788	
I-13	OuriFusca - peças e acessórios	G 45.3	dos Expedicionários, 788	
I-13	Leal Car	G 45.3	dos Expedicionários, 808	
I-13	Alcatão	G 47.4	dos Expedicionários, 820	
I-13	Alemo-car	G 45.3	dos Expedicionários, 828	
I-13	Master motos acessórios	G 45.3	dos Expedicionários, 840	
I-13	Master motos oficina	G 45.2	dos Expedicionários, 840	
I-13	Center pneus	G 45.2	dos Expedicionários, 850	
I-13	Petrocar lubrificantes	G 45.3	dos Expedicionários, 870	
I-13	Alemo-car funilaria e pintura	G 45.2	Dom Pedro I, 415	
I-13	Instituto de Beleza Afro "Axé Brasil"	S 96.0	Dom Pedro I, 405	
I-13	T&C TomerJet cartuchos	G 47.5	Dom Pedro I, 395	
I-13	Funerária e Memorial São José	S 96.0	Dr Altino Arantes, 641	
I-13	Bolica Galgani	G 47.7	Dr Altino Arantes, 615	
I-13	Laboratório Oswaldo Cruz	Q 86.4	Dr Altino Arantes, 573	
I-14	Damásio Educacional	P 85.9	Benajamin Constant, 500	
I-14	Passos - Saúde ocupacional	Q 86.3	Benjamin Constant, 520	
I-14	Advocacia Rocha	M 69.1	Benjamin Constant, 532	
I-14	Paranaíno	G 47.5	Benjamin Constant, 546	
I-14	Spazio Terrazzo	I 56.1	Euclides da Cunha, 690	
I-14	Accanto	I 56.1	Euclides da Cunha, 740	
I-14	Instituo de Olhos	Q 86.3	Dom Pedro I, 559	
I-14	Casa dos parafusos	G 47.4	Dom Pedro I, 505	
I-14	Rolex	G 47.4	dos Expedicionários, 871	
I-14	JR Baterias	G 45.3	dos Expedicionários, 835	
I-14	Mecânica N.S Aparecida	G 45.2	dos Expedicionários, 827	
I-14	Minhoca autopeças	G 45.3	dos Expedicionpários, 823	
I-14	Silva	G 45.3	dos Expedicionários, 813-1	
I-14	Casa dos compressores e lavadora	G 46.6	dos Expedicionários, 813	
I-14	Altavas Fogão & Cia	G 47.5	dos Expedicionários, 797	
I-14	S.O.S. Mangueiras	G 47.5	dos Expedicionários, 793	
I-14	Bar do Negrão	I 56.1	dos Expedicionários, 788	
I-15	Missare - personal organizer	S 96.0	Benjamin Constant, 616	
I-15	Retina Center Oftalmologia	Q 86.3	Benjamin Constant, 624	
I-15	Laboratório Túlio de análises clínica	Q 86.4	Benjamin Constant, 636	
I-15	Otorrino	Q 86.3	Sen. Salgado Filho, 114	
I-15	Antônio Nunes cardiologia	Q 86.4	Sen. Salgado Filho, 124	
I-15	Instituto de Radiologia e Ultrassono	Q 86.4	Sen. Salgado Filho, 150	
I-15	Bon Vivant	I 56.1	Dom Pedro I, 643	
I-15	Centro Médico	Q 86.3	Dom Pedro I, 643	
I-15	Ouricred	K 66.1	Dom Pedro I, 843	

B-09	Tratorauto- peças para tratores e	G 45.3	Floriano Peixoto, 253	F-05	Hotel dos Viajantes	I 55.1	Paraná	G-07	Orfisco	M 69.2	Euclides da Cunha, 156	I-15	Dr. Thiago, Dr´Luis, Dra Adriana	Q 86.3	Dom Pedro I, 631		
B-09	Chambinho motos	G 45.3	Dr Antônio Prado, 860	F-05	JZ Doces	G 47.2	Paraná, 53	G-07	CPFL	D 35.1	Antônio Carlos Mori, 677	I-15	Óticas Paulista	G 47.7	Euclides da Cunha, 763		
B-09	Mec-car	G 45.2	Dr Antônio Prado, 885	F-05	Sacolão Platinense	G 47.2	Paraná	G-07	Avaliação Psicológica para Moto	Q 86.5	Antônio Carlos Mori, 663	I-15	FB Tecnologia	G 47.5	Euclides da Cunha, 753		
B-09	Doctor motos peças	G 45.3	Dr Antônio Prado, 906	F-05	LukraFácil	K 66.1	São Paulo, 82	G-07	NipoFlex	K 66.1	Antônio Carlos Mori, 639	I-15	Ourocred	K 66.1	Euclides da Cunha, 743		
B-09	Zé da vaca bar	I 56.1	Dr Antônio Prado, 913	F-05	Kilam Piscinas	G 47.8	São Paulo, 94	G-07	Cabonnet	J 61.9	Antônio Carlos Mori, 295	I-15	Odontologia	Q 86.3	Euclides da Cunha, 693		
B-10	Empório da Barra	G 47.2	Gáspar Ricardo, 631	F-05	Restaurante Casa	I 56.1	Rio de Janeiro, 122	G-07	Flor de Lis - floricultura & preser	G 47.8	dos Expedicionários, 287	I-16	Santa Casa Ourinhos	Q 86.1	Dom Pedro I		
B-10	Barbearia Franklin Sertori	S 96.0	Gáspar Ricardo, 630	F-05	Oficina Orient - conserto de joia	G 47.8	Rio de Janeiro, 150	G-07	Moto taxi Camargo	H 49.2	dos Expedicionários, 255	I-16	Banca Japa News	G 47.6	Praça da Santa Casa		
B-10	Lopes funilaria e pintura	G 45.2	Gáspar Ricardo, 619	F-06	Volp's Cabeleireiro	S 96.0	Rio de Janeiro, 180	G-07	Texas - restaurante e marmitaria	I 56.1	dos Expedicionários, 245	J-01	WLL Engenharia	F 43.2	Dom Pedro I, 64		
B-10	Miranda Calhas	G 47.4	Gáspar Ricardo, 603	F-06	Casa da Esfiha	I 56.1	Rio de Janeiro, 186	G-07	Photo express Loja 2	M 74.2	dos Expedicionários, 241	J-01	Nativa Rádio	J 60.1	Dom Pedro I, 74		
B-10	Policenter distribuidora	G 47.4	Gáspar Ricardo, 585	F-06	Ouri Copy - copiadora	N 82.1	Nove de Julho, 109	G-07	K Ferreira	G 47.8	dos Expedicionários, 237	J-01	Expecto	F 43.1	Lopes Trovão, 946		
B-10	Ney móveis usados	G 47.5	Gáspar Ricardo, 595	F-06	Sales Decor	G 47.5	Nove de Julho, 93	G-08	Sorveteria Gelo Doce	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 751	J-01	Advocacia Baccili	M 69.1	Lopes Trovão, 93	*out 2022	
B-10	Studio Jell Silva	S 96.0	Gáspar Ricardo, 557	F-06	Algodão Brasil	G 47.8	Nove de Julho, 85	G-08	Daniel's lounge bar	I 56.1	Euclides da Cunha, 201	J-01	Faculdadeplay	P 85.3	Lopes Trovão, 67	*out 2022	
B-11	Serralheria do sapinho	C 25.4	Floriano Peixoto, 121	F-06	Odonto Excellence	Q 86.3	Nove de Julho, 75	G-08	Yukki Suhi Bar	I 56.1	Euclides da Cunha, 171	J-01	Dra Vivian Gomes - odontologia ava	Q 86.3	Lopes Trovão, 45		
B-11	Cano veículos	G 45.1	Dr Antônio Prado, 846	F-06	Binha Veículos	G 45.1	Nove de Julho, 65	G-08	Auto escola Guarani	P 85.9	Euclides da Cunha, 156	J-01	ummaisum fotos de família	M 74.2	Rio de Janeiro, 935		
B-11	Bem - seguros e créditos	K 64.9	Dr Antonio Prado, 803	F-06	GHT Loteamentos	K 66.9	Nove de Julho, 57	G-08	Escritório Arteca	M 69.2	Euclides da Cunha, 141	J-02	Advocacia	M 69.1	Dom Pedro I, 166		
B-11	Happy Hour	I 56.1	Dr Antônio Prado, 781	F-06	Madeira & Cia	G 47.5	Nove de Julho, 31	G-08	Correios	H 53.1	Euclides da Cunha, 127	J-02	Cristal Boutiques	G 47.8	Dom Pedro I, 196		
B-11	Lune Motos	G 45.3	Dr Antônio Prado, 773	F-06	Maria Cor da Pele	G 47.8	São Paulo, 180-1	G-09	Lojas do Banana	G 47.1	Dr Altino Arantes, 121	J-02	Studio Lash - especialista em cílios	S 96.0	Dom Pedro I, 196		
B-11	Ferreira moto peças	G 45.3	Dr Antônio Prado, 733	F-06	Sacaria Tássio	G 47.5	São Paulo, 180	G-09	Masterchef Restaurante	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 486	J-02	ToaToa Bar	I 56.1	Dom Pedro I, 196		
B-11	Roggato	G 47.4	Gaspar Ricardo, 592	F-06	Pinta & Borda - G 47.5e papela	G 47.5	São Paulo, 186	G-09	André Motos	G 45.3	Antônio Carlos Mori, 504	J-02	Hidráulica São Miguel	G 47.4	Paraná, 882		
B-11	Docuras d'ia casa	G 47.2	Gaspar Ricardo, 602	F-06	Imobiliária Palácios	L 68.2	São Paulo, 198	G-09	Advocacia Susane Junqueira Ri	M 69.1	Antônio Carlos Mori, 504	J-02	Florean Corretor de Imóveis	L 68.2	Paraná, 888		
B-12	Lanchonete #00	I 56.1	Camelódromo	F-07	Chic	G 47.5	Arlindo Luz, 124	G-09	**Banco do Brasil**	K 64.2	Antônio Carlos Mori, 530	J-02	Clássica Caça e Pesca	G 47.8	Paraná, 914		
B-12	Dê Presentes #01	G 47.1	Camelódromo	F-07	Optom	G 47.8	Arlindo Luz,	G-09	Regio Plaza Hotel	I 55.1	Antônio Carlos Mori, 548	J-02	Lavanderia Nossa Senhora Aparec	S 96.0	Paraná, 916		
B-12	Toy Store #02	G 47.1	Camelódromo	F-07	Rojo	G 47.8	Arlindo Luz,	G-09	Facta	K 66.1	dos Expedicionários, 348	J-02	Meta Saúde Ocupacional	Q 86.3	Paraná, 920		
B-12	Girassol presentes #03	G 47.1	Camelódromo	F-07	Ao Barulho Casa Mais	G 47.8	Arlindo Luz, 170	G-09	ij Crédito Fácil	K 66.1	dos Expedicionários, 350	J-02	Angelo's Tattoo Studio	S 96.0	Paraná, 940		
B-12	Cantinho do brinquedo #04	G 47.1	Camelódromo	F-07	EGGOS Store	G 47.8	Arlindo Luz, 186	G-09	Funerária Ourinhos	S 96.0	dos Expedicionários, 364	J-02	Aloemed Produtos Para Saúde	G 47.7	Paraná, 960		
B-12	Lulica presentes #05	G 47.1	Camelódromo	F-07	Relojoaria Orient	G 47.8	Nove de Julho, 215	G-09	Segredos da Terra	M 69.1	dos Expedicionários, 388	J-02	Escritório de Advocacia e Consulto	M 69.1	Lopes Trovão, 219	*out 2022	
B-12	Casual modas #06	G 47.1	Camelódromo	F-07	Planet Cell	G 47.5	Nove de Julho, 213	G-09	Paulo Cabeleireiro	S 96.0	dos Expedicionario, 390	J-02	Innovar S 96.0 e emagrecimento	S 96.0	Arlindo Luz, 949		
B-12	Paraíso presentes #07	G 47.1	Camelódromo	F-07	Bella Terra - produtos naturais	G 47.2	Nove de Julho, 207	G-09	Mulher Virtuosa	G 47.8	dos Expedicionários, 392	J-03	Salão Espaço Beleza Silvane	S 96.0	Dom Pedro I, 256		
B-12	Biskui #08	G 47.1	Camelódromo	F-07	Código	G 47.8	Nove de Julho, 193	G-09	Psique Vida	Q 86.5	dos Expedicionários, 398	J-03	ACAE-MA Advocacia e Consultoria	M 69.1 e consult	Dom Pedro I, 288		
B-12	Loja 09 #09	G 47.1	Camelódromo	F-07	Thomé papelaria	G 47.6	Nove de Julho,	G-09	Drogaria São Paulo	G 47.7	Cardoso Ribeiro, 567	J-03	Odontologia e Psicologia	Q 86.3	Dr Altino Arantes, 680		
B-12	Loja Santo Expedito #10	G 47.1	Camelódromo	F-07	VM Cell	G 47.5	Nove de Julho, 185	G-09	Oakberry	G 47.2	Cardoso Ribeiro, 503	J-03	Clínica de Cardiologia	Q 86.4	Dr Altino Arantes, 734		
B-12	Ourocell presentes #11	G 47.1	Camelódromo	F-07	Bottles & Cia	G 47.5	Nove de Julho, 183	G-09	JL Equipamentos Médicos e hos	G 47.7	Cardoso Ribeiro, 499	J-03	Barbara Almeida - Beauty Concept	S 96.0	Lopes Trovão, 281	*out 2022	
B-12	Misturama #12	G 47.1	Camelódromo	F-07	Conceito store	G 47.8	Nove de Julho, 183	G-09	Alfa cred	K 66.1	dos Expedicionários, 499	J-03	Queiroz Rodrigues Advogados	M 69.1	Lopes Trovão, 281	*out 2022	
B-12	S A Presentes #13	G 47.1	Camelódromo	F-07	Dubom - tecidos e malharia	G 47.8	Nove de Julho, 173	G-09	Garota Atrevida	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 499	J-03	Dulinos - pizzas pré assadas	I 56.1	Lopes Trovão, 273	*out 2022	
B-12	Lindomar Silva Games #14	G 47.1	Camelódromo	F-07	Bella Center	G 47.7	Nove de Julho, 161	G-09	Ciee	P 85.9	Cardoso Ribeiro, 485	J-03	Imobiliária Madeira	L 68.2	Paraná, 961		
B-12	S&S #15	G 47.1	Camelódromo	F-07	Mercantil do Brasil	K 64.2	Nove de Julho,	G-09	Track & Field	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 481	J-03	Destak Cozinha Rotisserie	G 47.2	Paraná, 959		
B-12	Sports J A #16	G 47.1	Camelódromo	F-07	Souza Mello empreendimentos	L 68.2	Rio de Janeiro, 141	G-09	Raphaela Beltrame	C 47.5	Cardoso Ribeiro, 477	J-03	Premier Revisão de Contratos	M 69.1	Paraná, 901		
B-12	Lucena Presentes #17	G 47.1	Camelódromo	F-07	Bradesco	K 64.2	Paraná, 18	G-09	Max Muscle	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 473	J-03	Solu's Energia	G 47.7	Paraná, 891		
B-12	WL Games #18	G 47.1	Camelódromo	F-07	Farmais	G 47.7	Nove de Julho, 92	G-09	fam online	P 85.3	Dr Altino Arantes, 183	J-03	Tapeçaria Central	S 95.2	Paraná, 877		
B-12	Box 19 #19	G 47.1	Camelódromo	F-07	Camila Reveliú	G 47.7	Nove de Julho, 265	G-09	Tebete baby & teen	G 47.8	Dr Altino Arantes, 173	J-05	Psicologia do trânsito	Q 86.5	Arlindo Luz, 996		
B-12	Biskui #20	G 47.1	Camelódromo	F-07	CredCerto - agência de crédito	K 66.1	Nove de Julho, 251	G-09	Suco do Japonês	I 56.1	Dr Altino Arantes, 183	J-05	Fisioterapia Dra Fernanda Ribeiro	Q 86.5	Arlindo Luz, 1036		
B-12	Loja 21 #21	G 47.1	Camelódromo	F-08	Piu Piu	G 47.8	Nove de Julho, 249	G-09	Somandi	N 82.1	Dr Altino Arantes, 156	J-05	Center Fone	G 47.5	Silva Jardim,105		
B-12	Sol presentes #22	G 47.1	Camelódromo	F-08	Loja Du Celular	G 47.5	Nove de Julho, 247	G-09	Sodiê Doces	I 56.1	Dr Altino Arantes, 151	J-05	Pilates e fisioterapia	Q 86.5	Silva Jardim, 63		
B-12	Thiago eletrônico #23	G 47.1	Camelódromo	F-08	Kris Modas	G 47.8	Nove de Julho, 243	G-09	Farma fórmulas	G 47.7	Dr Altino Arantes, 141	J-05	Maruvile Advogados	M 69.1	Silva Jardim, 53		
B-12	JJ acessórios #24	G 47.1	Camelódromo	F-08	Adriana Santos	G 47.8	Nove de Julho, 239	G-10	Consultório Odontológico	Q 86.3	Antônio Carlos Mori, 620	J-05	Accountax	M 69.2	Silva Jardim		
B-12	Lucena #25	G 47.1	Camelódromo	F-08	Rosa Pele	G 47.8	Nove de Julho, 173	G-10	Confiança Imóveis	L 68.2	Antônio Carlos Mori, 622	J-05	Monte Sinai veículos	G 45.1	Rio de Janeiro, 1023		
B-12	Banca #26	G 47.6	Camelódromo	F-08	Morena onça	G 47.8	Nove de Julho	G-10	Advocacia	M 69.1	Antônio Carlos Mori, 622	J-05	Pet-Reli	G 47.8	Rio de Janeiro, 981		
B-13	Sabor Família - restaurante e mar	I 56.1	Gáspar Ribeiro, 521	F-08	Florenza Store	G 47.8	Nove de Julho	G-10	CFC Central	P 85.9	Antônio Carlos Mori, 642	J-05	Nozimoto Odontologia	Q 86.3	Rio de Janeiro, 961		
B-13	Mercedes Salgadinhos & festa	G 47.2	Gáspar Ricardo, 499	F-08	Silvana Modas	G 47.8	Nove de Julho	G-10	Bússola escritório de contabilida	M 69.2	Antônio Carlos Mori, 654	J-06	Advocacia e consultoria jurídico	M 69.1	Lopes Trovão, 170	*out 2022	
B-13	Gaspar Moto Peças	G 45.2	Gáspar Ricardo, 511	F-08	Lanchonete Tia Lú	I 56.1	Arlindo Luz, 155	G-10	Odontologia	Q 86.3	Antônio Carlos Mori	J-06	Record padaria	G 47.2	Paraná, 980		
B-13	WM Software	M 73.1	Gáspar Ricardo, 489	F-08	Se7e Cordas - bar e petiscaria	I 56.1	Arlindo Luz, 155	G-10	AutoEscola Impacto	P 85.9	Antônio Carlos Mori, 674	J-06	Ourivaves	G 47.8	Paraná, 1800		
B-13	Supermercado Nova Sá	G 47.1	Gáspar Ricardo, 459	F-08	Pastelaria Ourinhos	I 56.1	Arlindo Luz, 137	G-10	Cabeleireiro e S 96.0	S 96.0	Antônio Carlos Mori, 688	J-06	Bruno móveis planejados	C 31.0	Paraná, 1026		
B-13	H 49.2	G 47.8	Gáspar Ricardo, 459	F-08	S/N roupas	G 47.8	Arlindo Luz, 133	G-10	Grupo CedNet	J 69.1	Antônio Carlos Mori, 698	J-06	Espaço Beleza	S 96.0	Paraná, 1042		
B-13	Sorveteria verão	I 56.1	Barão do Rio Branco, 577	F-08	Mara Modas	G 47.8	Arlindo Luz, 131	G-10	Imobiliária PJ Vilhalba	L 68.2	Euclides da Cunha, 260	J-06	Bolleti Escritório Contábil	M 69.2	Paraná, 1040		
B-13	Nara Diniz cabeleireira	S 96.0	Barão do Rio Branco, 481	F-08	Maiza Modas	G 47.8	Arlindo Luz, 127	G-10	Escritório Garcia	M 69.2	Euclides da Cunha, 272	J-06	Casa A Cirúrgica	G 47.7	Paraná, 1050		
B-15	Tecno world	S 95.2	Duque de Caxias, 529	F-08	Elegance Outlet	G 47.8	Arlindo Luz, 123	G-10	Escritório Globo de Contabilidad	M 69.2	Euclides da Cunha, 282	J-06	Atacadão das Caixas	G 46.8	Paraná, 1060		
B-15	S 95.2	G 45.3	Duque de Caxias, 527	F-08	S/N presentes	G 47.1	Arlindo Luz,	G-10	Bar da Tia	I 56.1	Euclides da Cunha, 302	J-06	Farmácia de manipulação	G 47.7	Silva de Jardim, 143		
B-15	Recuperadora PG funilaria e pintu	G 45.2	Duque de Caxias, 939	F-08	Club Cell	G 47.5	Arlindo Luz, 107	G-10	Laboratório Dr Monzillo	Q 86.4	Cardoso Ribeiro, 643	J-06	Ducks Pizzaria Delivery	G 47.2	Silva Jardim, 121		
B-15	Peskmania	G 47.8	Duque de Caxias, 513	F-08	Banca	G 47.6	Praça Mello Peixoto	G-10	Rede Brasil e Oncologia - SAINT	Q 86.1	dos Expedicionários, 421	J-06	S.O.S Cartuchos	G 47.5	Arlindo Luz, 973		
B-15	Du mestre açaí	I 56.1	Duque de Caxias, 511	F-08	Adega Rapha's beer	G 47.2	Nove de Julho, 06	G-10	Nissei	G 47.7	dos Expedicionários, 339	J-07	Arquitetura	M 71.1	Lopes Trovão, 280		
B-15	Yamaha	G 45.1	R. Duque de Caxias, 505	F-08	Nanda Ly	G 47.8	Nove de Julho, 08	G-11	PUB 744	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 744	J-07	Farmácias Nissei	G 47.7	Dr Altino Arantes, 778		
B-15	Bazar da Rita	G 47.8	R. Barão do Rio Branco, 781	F-08	Paulo Barella Molduras	G 47.5	Nove de Julho, 14	G-11	Samuray Lava Car	G 45.2	Antônio Carlos Mori, 754	J-07	Quality Imóveis	L 68.2	Silva Jardim, 235		
B-15	Mototaxi Camargo	H 49.2	Barão do Rio Branco, 753	F-09	Ourited Materiais elétricos	G 47.4	Nove de Julho, 22	G-11	SOS Ar condicionado	G 47.5	Tv das Acácias, 66	J-07	Advocacia Elaine Sebastiani	G 45.2	Paraná, 1045		
B-15	Gaspar autopeças	G 45.3	Barão do Rio Branco, 739	F-10	La Mala	G 47.5	Nove de Julho, 34	G-11	Sérgio Gasperoto	L 68.2	Tv das Acácias, 80	J-07	Frecar oficina mecânica	G 45.2	Paraná, 1043		
B-15	Dida Autoelétrica	G 45.2	Barão do Rio Branco, 711	F-10	Lojas Cem	G 47.7	Nove de Julho, 76	G-11	Duetto	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 765	J-07	Advocacia e Assessoria	M 69.1	Paraná, 1031		
B-15	Pantanal	G 47.8	Dr Antônio Prado, 640	F-10	Cell Mi	G 47.5	Nove de Julho, 86	G-11	Costura e conserto	S 95.2	Cardoso Ribeiro, 761	J-07	Lique Eletrônica	G 47.5	Paraná, 1025		
B-15	Ricardo Eletrônicos	G 47.5	Dr Antônio Prado, 650	F-10	Açaí King	I 56.1	Nove de Julho, 86	G-11	Faça Festa embalagens	G 46.8	Cardoso Ribeiro, 749	J-07	Novo Mercantil	M 69.2	Paraná, 1009		
B-15	Mafia Sports	G 47.8	Dr Antônio Prado, 650	F-10	Tribo Skate Shop	G 47.8	Nove de Julho, 88	G-11	Escritório Columbia Contabilidad	M 69.2	Euclides da Cunha, 259	J-08	Studio Four Fitness	R 93.1	Arlindo Luz, 1060		
B-15	Barbearia J A	S 96.0	Dr Antonio Prado, 650	F-10	Brechó das Amigas	G 47.8	Nove de Julho, 96	G-11	Bruno Silva	S 96.0	Euclides da Cunha, 249	J-08	Costura em geral	S 95.2	Arlindo Luz, 1102		
C-01	Bazar brechó Recco	G 47.8	Domingos Perino, 911	F-10	La Casa de Pastel	I 56.1	Nove de Julho, 100	G-11	Ourivet	M 75.0	Euclides da Cunha, 251	J-08	Raul Sibim -artigos para festa	G 47.8	Antônio Lourenço, 49		
C - 01	[RECCO] Rede de Combate ao C	S 94.3	Domingos Perino, 911	F-10	Studio Vida Saudável	R 93.1	Rio de Janeiro, 226	G-11	Sarau	I 56.1	Euclides da Cunha, 231	J-08	Ouri Ponto	G 47.5	Antônio Lourenço, 11		
C-01	Jadlog	H 49.3	Mato Grosso, 485	F-10	Pé de Pano Store	G 47.8	Rio de Janeiro, 230	H-02	Psicóloga Carmen Silvia	Q 86.5	Cardoso Ribeiro, 106	J-08	Salas S/N	Q 86.3	Rio de Janeiro, 1089		
C-01	Restaurante Jobim	I 56.1	Mato Grosso, 486	F-10	Pastelaria da Marta III	I 56.1	Rio de Janeiro, 246	H-02	Florean Corretor de imóveis	L 68.2	Cardoso Ribeiro, 112	J-08	Arai de Mendonça Brazão Advogad	M 69.1	Rio de Janeiro, 1079		
C-01	Auto peças Santa Clara	G 45.3	Domingos Perino, 871	F-10	Art Biiú	G 47.8	Rio de Janeiro, 12	H-02	Polo play	G 47.8	Rio de Janeiro, 438	J-09	Clínica's saúde e estética	Q 86.3	Rio de Janeiro, 1131		
C-01	Tocacelli	G 45.2	Duque de Caxias, 862	F-10	Prana Maya	G 47.8	Rio de Janeiro, 11	H-02	Dot House	G 47.5	Rio de Janeiro, 440	J-10	Ourinhos Corretora de Seguros	K 66.2	Silva Jardim, 170		
C-01	Joca veículos	G 45.1	Duque de Caxias, 917	F-10	Dona Onça	G 47.8	Rio de Janeiro, 10	H-02	Laser fast	S 96.0	Rio de Janeiro, 444	J-10	Mari águas	G 47.8	Paraná, 1090		
C-01	MM Marmitaria	I 56.1	Duque de Caxias, 940	F-10	Melissa Clube	G 47.8	Rio de Janeiro, 09	H-02	UNIP EaD	P 85.3	Rio de Janeiro, 478	J-10	JM Cell	G 47.5	Paraná, 1124		
C-01	A. Duque - moto peças usadas	G 45.3	Duque de Caxias, 964	F-10	Maria Flor	G 47.8	Rio de Janeiro, 08	H-02	V&B Imóveis	L 68.2	Souza Soutelo,380	J-10	Filé Motos	G 45.1	Paraná, 1126		
C-01	Demar auto elétrica	G 45.2	Duque de Caxias, 950	F-10	Brisa Skate Shop	G 47.8	Rio de Janeiro, 07	H-03	Tijuca Grill	I 56.1	Rio de Janeiro, 419	J-10	Instituto de Olhos	Q 86.3	Paraná, 1144		
C-01	Leal - recondicionador de motores	G 45.2	Duque de Caxias, 960	F-10	Maral's	G 47.8	Rio de Janeiro, 06	H-03	Boutique da Casa	G 47.5	Cardoso Ribeiro, 200	J-10	Café Rock Beer	I 56.1	Paraná, 1154		
C-02	Airton mototáxi	H 49.1	Mato Grosso, 539	F-10	Gioconda Store	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 141	H-03	Espaço verde	N 81.2	Cardoso Ribeiro, 206	J-10	Karina Moda Kids	G 47.8	Paraná, 1154 -3		
C-03	Barbearia Avanzis	S 96.0	José Felipe do Amaral, 1285	F-10	BR Fight Fitness	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 131	H-03	Pizzaria Catedral	I 56.1	Cardoso Ribeiro, 216	J-10	LB Store	G 47.8	Paraná, 1154-4		
C-03	Anésio auto elétrica mecânica	G 45.2	Domingos Perino, 807	F-10	Traço Bizarro	S 96.0	Antônio Carlos Mori, 115	H-03	OdontoCompany	Q 86.3	Arlindo Luz, 452	J-10	Colina Casa de Carne	G 47.2	Paraná, 1154-5		
C-03	3k móveis planejados	C 31.1	Santa Catarina, 635	F-10	R 93.1 Mais Saúde	R 93.1	Antônio Carlos Mori, 115	H-03	Exatas Contabilidade Digital	M 69.2	Arlindo Luz, 540	J-10	MR Instituto odontológico	Q 86.3	Arlindo Luz, 1093		
C-03	Brechó Vida Cristã	G 47.8	José Felipe do Amaral, 1260	F-10	Sucesso Credi	K 66.1	Antônio Carlos Mori, 115-04	H-03	ATL Empreendimentos Imobiliár	L 68.2	Rio de Janeiro, 527	J-12	Wilson Moura - sociedade de advog	M 69.1	Arlindo Luz, 1200		
C-03	WM Informática	S 95.1	José Felipe do Amaral, 1260	F-10	CVC	N 79.1	Antônio Carlos Mori, 115	H-03	Bio Insetos	N 81.2	Rio de Janeiro, 517	J-12	Nutripesca	G 47.8	Cambará, 304		
C-05	Anence car - som e insulfilm	G 45.2	Floriano Peixoto, 339	F-10	Hikariyá	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 115	H-04	Graciele Peres	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 306	J-12	Lojão do Brás	G 47.8	Cambará, 336		
C-05	RR - Serviços automotivos	G 45.2	Floriano Peixoto, 329	F-10	Drogasil	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 91	H-04	Vivi Make	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 310	J-12	Ourinhense Tribuna Jornal Regiona	J 58.1	Rio de Janeiro, 1253		
C-05	Pneus Ourinhos	G 45.3	Duque de Caxias, 710	F-10	Cartão de Todos	K 66.2	Antônio Carlos Mori, 73	H-04	Santa Lolla	G47.8	Cardoso Ribeiro, 312	J-12	Planeta Água	G 47.8	Rio de Janeiro, 1225		
C-05	Martin Cabeleireiro	S 96.0	Duque de Caxias, 720	F-10	Ricardo Reis Cabeleireiros	S 96.0	Antônio Carlos Mori, 65	H-04	M. Officer	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 342	J-13	Ourilab Laboratório	Q 86.4	Arlindo Luz, 1201		
C-05	Sadao motos	G 45.1	Duque de Caxias, 726	F-10	Jose Roberto Alonso Viana	Q 86.3	Antônio Carlos Mori	H-04	Ibiza Store	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 344	J-14	Núcleo Odontológico Especializado	Q 86.3	Paraná, 1200		
C-05	Canes car	G 45.1	Duque de Caxias, 746	F-10	Ouro Hotel	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 21	H-04	Comeia Jeans	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 332	J-14	Alfa Automação	G 45.3	Paraná, 1208		
C-05	Loja de Roupas S/N	G 47.8	Duque de Caxias, 746	F-10	Cor di Rosa	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 19	H-04	Tapri	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 334	J-14	Auto Park Lanches	I 56.1	Paraná, 916		
C-05	Milton Cabeleireiro	S 96.0	Duque de Caxias, 752	F-10	Saudavelmente - refeições con	G 47.2	Antônio Carlos Mori	H-04	Cell Shop	G 47.5	Paraná, 432	J-14	Assistem personalizados	G 47.1	Gastão Vidigal, 946		
C-05	Ouri glass - esquadrias de alumín	C 25.1	Duque de Caxias, 754	F-10	Flavio Store Fashion	G 47.8	Antônio Carlos Mori,	H-04	Mercadão dos Calçados	G 47.8	Paraná, 470	J-14	Consultório Veterinário	M 75.0	Gastão Vidigal, 950		
C-05	Preguinho - auto elétrica e mecân	G 45.2	Duque de Caxias, 762	F-10	Vip Cell	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 13	H-04	Jemóveis	G 47.5	Paraná, 480	J-14	Estilo Nativo Paisagem	G 47.8	Gastão Vidigal, 985		
C-05	Mult art - comunicação visual	G 47.6	Duque de Caxias, 765	F-10	Empório Naturaleza	G 47.2	Antônio Carlos Mori,	H-04	Casa de Esportes São Luiz	G 47.8	Paraná, 490	J-14	Ouri Telas	C 25.9	Gastão Vidigal, 1002		
C-06	Preguinho - lava car	G 45.2	Santa Catarina, 454	F-10	Turquesa	G 47.8	Via Martini	H-04	Doutor Celular	G 47.5	Paraná, 490	J-14	Support Informática & Consultoria	G 47.5	Gastão Vidigal, 1070		
C-06	DIÊ - despachante	N 82.1	Santa Catarina, 460	F-10	Loja Ana Albernaz	G 47.8	Via Martini	H-04	Chofi	G 47.8	Paraná, 499	J-14	Posto de gasolina- Ipiranga	G 47.3	Cambará,		
C-06	Empório Chavoso	G 47.2	Santa Catarina, 470	F-10	Si G 47.7s	G 47.7	Via Martini	H-04	NG Bank	N 70.2	Paraná, 514	J-15	Ipiranga	G 47.3	Dr Altino Arantes,		
C-06	Sir Val Modas	G 47.8	Santa Catarina, 484	F-10	Mãe de Menina	G 47.8	Via Martini	H-04	O Boticário	G 47.7	Paraná, 526	J-15	AM PM conveniência	G 47.2	Dr Altino Arantes,		
C-06	Única baterias	G 45.3	Domingos Perino, 793	F-11	Divino Spaço	G 47.8	Via Martini	H-04	Planeta Modas	G 47.8	Paraná, 536	J-15	Supermercado Serv-bem	G 47.1	Dr Altino Arantes, 976		
C-07	Scooby	G 47.8	Santa Catarina, 532	F-11	3 Marias	G 47.8	Via Martini	H-04	Sicredi	K 64.2	Paraná 552	J-15	Pupa - estimulação integrada	Q 86.5	Gastão Vidigal, 832		

C-07	Celcar funilaria e pintura	G 45.2	Santa Catarina, 562	
C-07	Auto mecânica Cabelo	G 45.2	José Felipe do Amaral, 1169	
C-07	Zig zag	G 47.1	Domingos Perino, 788	
C-10	Advocacia S/N	M 69.1	Domingos Perino, 669	
C-10	Bl vidros	G 47.4	Treze de maio, 501	
C-10	Eletrônica do Amadeu	G 47.5	Treze de maio, 425	
C-10	2 Tratorauto- peças para tratores	G 45.3	Maranhão, 708	
C-10	Hotel Maranhão	I 55.1	Maranhão, 750	
C-11	Ouro gás	G 47.8	José Felipe do Amaral, 1141	
C-12	Renovasom	G 47.5	Dom José Marelo, 1131	
C-13	Robson Móveis Planejados	C 31.1	Dom José Marelo, 1122	
C-15	Casa de carne Sra Aparecida	G 47.2	Domingos Perino, 593	
C-15	Mimos baby store	G 47.8	Domingos Perino, 583	
C-15	Ricardo Refrigeração	S 95.2	Domingos Perino, 577	
C-16	Magali Modas	G 47.1	Domingos Perino, 574	
C-16	Barbearia J Morales	S 96.0	Domingos Perino, 578	
C-16	Padaria Sol Nascente	G 47.2	Domingos Perino, 586	
C-18	JM Manutek	C 33.1	Nilo Signorini, 849	
C-18	Deivid - lava car	G 45.2	Barão do Rio Branco 1203	
C-18	Bar do Matosão	I 56.1	Dom José Marelo, 1107	
D-00	Skina do Wagner	I 56.1	Eduardo Peres, 472	
D-01	Stilo's Bar	I 56.1	Barão do Rio Branco, 375	
D-01	Poletti Motos	G 45.2	Barão do Rio Branco, 384	
D-01	RC Farma	G 47.7	Pedro de Tolêdo, 44	
D-02	Ourilanches	I 56.1	Barão do Rio Branco, 548	
D-02	Móveis usados do Marcão	G 47.5	Gáspar Ricardo, 435	
D-02	Bar do Ceará	I 56.1	Gáspar Ricardo, 417	
D-02	Auto escola FreeWay	P 85.9	Gáspar Ricardo, 377	
D-03	Madame G	G 47.8	Barão do Rio Branco, 652	
D-03	Juliana Carvalho - Hair Make	S 96.0	Barão do Rio Branco, 660	
D-03	014 Açaiteria	I 56.1	Dr Antônio Prado, 615	
D-03	Nene Motos	G 45.3	Dr Antônio Prado, 605	
D-03	Consultório Veterinário	M 75.0	Dr Antônio Prado, 569	
D-03	Gi petshop e rações	G 47.8	Dr Antônio Prado, 539	
D-03	Gi Presentes & Utilidades	G 47.1	Dr Antônio Prado, 548	
D-03	Dentista Dr Claudio Toshio Assak	Q 86.3	Brasil, 611	
D-04	Oficina Mecânica Thiago	G 45.2	Barão do Rio Brano, 711	
D-04	Duque Imperium	G 47.8	Duque de Caxias, 461	
D-04	Dream Work Fabricações	G 45.2	Duque de Caxias, 457	
D-04	OuriLife	G 47.2	Duque de Caxias, 453	
D-04	EdCar	G 45.2	Duque de Caxias, 443	
D-04	Top Car Veículos	G 45.1	Duque de Caxias, 443	
D-04	Edinho Auto Peças	G 45.3	Duque de Caxias, 425	
D-04	Jamanta Auto Center	G 45.2	Duque de Caxias, 415	
D-04	Souza G 47.8	G 47.8	Duque de Caxias, 405	
D-04	Gi Presentes & Utilidades	G 47.1	Dr Antônio Prado, 548	
D-04	Vaz Auto Center	G 45.2	Duque de Caxias, 562	
D-04	CENAIC	P 85.9	Dr Antônio Prado, 592	
D-04	Uninter	P 85.3	Dr Antônio Prado, 592	
D-04	Papelaria S/N	G 47.6	Dr Antônio Prado, 602	
D-04	Cromo art	C 28.6	Dr Antônio Prado, 612	
D-05	Empório União	G 47.2	Pará, 311	
D-05	Funilaria e Pintura	G 45.2	Pedro de Tolêdo, 340	
D-06	Salão Nova Sá	S 96.0	Brasil, 460	
D-06	Carvalho Auto Mecânica	G 45.2	Gáspar Ricardo, 271	
D-06	Medicina do Traalho	Q 86.3	Pará, 399	
D-07	Bar do Ceará	I 56.1	Dr Antônio Prado, 517	
D-07	Ki-cortes Cabeleireira	S 96.0	Dr Antônio Prado, 505	jul. 2021
D-07	Depósito de ferros Raymundo Bar	G 46.8	Dr Antônio Prado, 492	jul. 2021
D-07	Toca do Coelho	M 75.0	Dr Antônio Prado, 466	jul. 2021
D-07	Casa de Carne JP	G 47.2	Dr Antônio Prado, 443	jul. 2021
D-07	Rocha restaurante	I 56.1	Dr Antônio Prado, 421	
D-07	Seleto Solar - Energia sustentável	G 47.8	Pará, 553	
D-07	Vip Store	G 47.8	Pará, 557	
D-07	Americo-flex Decor	G 47.8	Pará, 565	
D-07	CellReppair	G 47.5	Gáspar Ricardo, 274	
D-07	Moto táxi Stilo	H 49.1	Gáspar Ricardo,331	
D-08	Brechó Da Hora	G 47.8	Brasil, 684	
D-08	Ribeiro Climatização	S 95.2	Duque de Caxias, 373	
D-08	Águia Dourada pet shop	G 47.8	Duque de Caxias, 369	
D-08	C&C Celulares e Cia	G 47.5	Duque de Caxias, 387	
D-08	Lotérica	N 82.9	Duque de Caxias, 367	
D-08	Doces &Cia	G 47.2	Duque de Caxias, 331	
D-08	Nenê Moto Táxi	H 49.1	Duque de Caxias, 319	
D-08	Retoque funilaria e pintura	G 45.2	Duque de Caxias, 317	
D-08	Clube do corte - barbearia	S 96.0	Duque de Caxias, 317	
D-08	Era outra vez - brechó infantil	G 47.8	Duque de Caxias, 319	
D-08	Vitória Automóveis	G 45.1	Pará, 679	
D-08	Móveis novos e usados	G 47.5	Pará, 663	
D-08	Super Impacto	G 45.2	Pará, 655	
D-08	Point das esfihas	I 56.1	Dr Antônio Prado, 442	
D-08	Casa das costureiras	G 47.8	Dr Antônio Prado, 480	jul. 2021
D-08	TR Prime Lava Car	G 45.2	Dr Antônio Prado, 512	jul. 2021
D-08	Baterias Central	G 45.3	Dr Antônio Prado, 515	jul. 2021
D-09	Wilmar - assistência em máquina	S 95.2	Pará, 320	
D-11	G 47.8 Ferreira	G 47.8	Dr Antônio Prado, 419	jul. 2021
D-11	Salão de beleza - Rosas de Saror	S 96.0	Dr Antônio Prado, 385	jul. 2021
D-11	Móveis usados S/N	G 47.5	Dr Antônio Prado, 359	jul. 2021
D-11	Novo Visual - cabeleireiro	S 96.0	Dr Antônio Prado, 353	jul. 2021
D-11	Tabacaria Nossa Sra Aparecida	G 47.2	Dr Antônio Prado, 349	jul. 2021
D-11	House Hookah lounge bar	I 56.1	Dr Antônio Prado, 339	jul. 2021
D-11	Gentleman Barbearia	S 96.0	Dr Antônio Prado, 339	jul. 2021
D-11	Natalia Mello	S 96.0	Dr Antônio Prado, 329	jul. 2021
D-11	Azzou Store	G 47.8	Dr Antônio Prado, 319	
D-11	Cachaça Pura	I 56.1	Amazonas, 503	
D-11	Bar Estrela	I 56.1	Amazonas, 481	
D-11	Funilaria e Pintura Argenta	G 45.2	Gáspar Ricardo, 208	
D-12	Gráfica Pontara	C 18.1	Pará, 622	
D-12	Sapataria do Jessé	S 95.2	Pará, 626	
D-12	BIG - Escritórioide Contabilidade	M 69.1	Pará, 632	
D-12	Mercearia	G 47.1	Pará, 636	
D-12	Catatau Motos	G 45.3	Pará, 650	
D-12	Suca Motos	G 45.3	Pará, 654	

F-11	Dublin Modas	G 47.8	Via Martini	
F-11	Dolce Maria	G 47.8	Via Martini	
F-11	Mega Bramerex	G 47.8	Via Martini	
F-11	Castanha Som	G 47.5	Via Martini	
F-11	Baby Kids	G 47.8	Via Martini	
F-11	Tou Chic	G 47.8	Via Martini	
F-11	D' Bella	G 47.8	Via Martini	
F-11	Advocacia Santos & Biussu	M 69.1	Arlindo Luz, 244	
F-11	D'Ávila Pet Shop	S 96.0	Arlindo Luz, 261	
F-11	New Cell	G 47.5	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Vitor Grifs	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Jocko's	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Vaz Store	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Boutik Biju	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	JK Store	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Daro	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Mart moda feminina	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Senhores Barbeiros	S 96.0	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Oficina fir	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Maison Vieria	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Espaço Bárbara Medeira	S 96.0	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Analu confortwear	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Ac credtia	K 66.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	CM moda feminina	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	JR Cabeleireira	S 96.0	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Cactos	G 47.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Divino Espaço	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Praia Maya	G 47.8	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Óticas Camila	G 47.7	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Mc Sobremesa	G 47.2	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Point dos amigos	I 56.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	X Body R 93.1	R 93.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Fifty Fifty	I 56.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Shadday chef	I 56.1	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Quisque Du Celular	G 47.5	Shopping Cinemarti	2023
F-11	Foto Ourinhos Nagita	M 74.2	Antônio Carlos Mori, 179	
F-11	Zapp Modas	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 179	
F-11	Cool b	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 277	
F-11	UNA Modas	G 47.8	Rio de Janeiro, 273	
F-11	Ponto Social	G 47.8	Rio de Janeiro, 269	
F-11	Influencer	G 47.8	Rio de Janeiro, 259	
F-11	Dunlop Pneus	G 45.3	Rio de Janeiro, 235	
F-11	Farmácias Nissei	G 47.7	Nove de Julho, 190	
F-11	OPTOP DENIM & CO	G 47.8	Nove de Julho, 236	
F-11	Torra	G 47.1	Nove de Julho	
F-11	Provence -Farmácia de Manipu	G 47.7	Nove de Julho, 260	
F-11	Hotel Premium Flat	I 55.1	Nove de Julho, 270	
F-12	Tenerife	G 47.8- G 47.8	Nove de Julho, 274	
F-12	G 47.7 Vieira	G 47.7	Nove de Julho, 282	
F-12	Miami Confecções	G 47.8	Nove de Julho	
F-12	Pop Som - Instrumentos Music	G 47.8	Nove de Julho, 294	
F-12	Ella G 47.7	G 47.7	Paraná, 230	
F-12	Cell mi	G 47.5	Paraná,	
F-12	Acessorius Cell	G 47.5	Paraná, 234	
F-12	G 47.7 Vieira	G 47.7	Paraná, 236	
F-12	Ling Cell	G 47.5	Paraná,	
F-12	Fábio Tattoo	S 96.0	Paraná,	
F-12	Magazineluiza	G 47.1	Paraná, 256	set. 2018
F-12	Nunes Magazine	G 47.8	Paraná, 270	
F-12	Sport Tennis	G 47.8	Paraná, 281	
F-12	Lojas Nippon	G 47.8	Paraná, 286	
F-12	Vivo	G 47.5	Paraná,	
F-12	Crivelli ótica e joalheria	G 47.7	Paraná,	
F-12	Estaleiro Store	G 47.8	Paraná, 308	
F-12	Cell Mania	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 343	
F-12	Casa da Esfiha II - salgados e :	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 337	
F-12	Cell Mi	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 339	
F-12	Sorria Sim - Q 86.3s	Q 86.3	Antônio Carlos Mori, 335	
F-12	Poupamed	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 325	
F-12	Império Cell	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 319	
F-12	Chiquinho Sorvetes	I 56.1	Antônio Carlos Mori	
F-12	Smart	G 47.5	Antônio Carlos Mori	
F-12	Ling Cell	G 47.5	Antônio Carlos Mori,	
F-12	Oriental Pastelaria	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 295	
F-12	Tudo por menos	G 47.1	Antônio Carlos Mori	
F-12	CEO Magazine	G 47.8	Antônio Carlos Mori,	
F-12	V Cookies	G 47.2	Antônio Carlos Mori,	
F-12	Oscar G 47.8	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 273	
F-12	CEO Magazine	G 47.8	Arlindo Luz, 275	
F-12	Aflora shoes	G 47.8	Arlindo Luz	
F-12	Tavatel - shopping da eletrônica	G 47.5	Arlindo Luz, 239	
F-12	Pernambucanas	G 47.1	Nove de Julho, 130	
F-12	Shen - Bijouterias & Presentes	G 47.1	Nove de Julho, 188	
F-12	Contra Mão Camisaria	G 47.8	Dr Altino Arantes	
F-12	S/N - Xerox	N 82.1	Dr Altino Arantes, 34	
F-13	Lig Cell - Assistência técnica ce	G 47.5	Dr Altino Arantes, 34	
F-13	Pastelaria do Chinês	I 56.1	Dr Altino Arantes, 46	
F-13	Ourival Imóveis	L 68.2	Dr Altino Arantes, 46	
F-13	Umberto Imóveis	L 68.2	Dr Altino Arantes, 54	
F-13	Espaço Natural	I 56.1	Dr Altino Arantes, 64	
F-13	Sandy Lanchonete	I 56.1	Dr Altino Arantes, 66	
F-13	Lotérica Paulista	N 82.9	Dr Altino Arantes	
F-13	Princesa Modas	G 47.8	Dr Altino Arantes,	
F-13	Victoria - presentes e bijuterias	G 47.1	Dr Altino Arantes, 84	
F-13	Drogalar	G 47.7	Antônio Carlos Mori,	
F-13	Castor	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 411	
F-13	O Boticário	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 403	
F-13	Casa dos colchões	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 399	
F-13	Biografia Modas	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 381	
F-13	Miss You - bijuteria e presentes	G 47.1	Antônio Carlos Mori, 377	
F-13	G 47.7 Especialista	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 373	
F-13	Charm Bijoux	G 47.1	Paraná, 299	
F-13	Pastelaria da Marta	I 56.1	Paraná, 293	

H-04	Arrazus studio de beleza	S 96.0	Souza Soutelo, 135	
H-04	Construir projetos e obras	F 41.1	Souza Soutelo, 152	
H-04	Simão Ar	G 47.5	Souza Soutelo, 162	
H-04	Advocacia	M 69.1	Souza Soutelo, 166	
H-04	Consertos 1001	S 95.2	Souza Soutelo, 170	
H-04	Ortodontia e estética	Q 86.3	Souza Soutelo, 180	
H-04	Hidromar hidráulica e elétrica	G 47.4	Souza Soutelo, 182	
H-04	Purific	G 47.8	Souza Soutelo, 192	
H-04	Map Estacionamento	H 52.2	Arlindo Luz, 500	
H-04	Silvana Fittipaldi	Q 86.5	Arlindo Luz, 457	
H-04	Santo Sete	G 47.8	Arlindo Luz, 451	
H-05	Léka	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 384	
H-05	Morena Onça	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 388	
H-05	Flávio Cabeleireiro	S 96.0	Cardoso Ribeiro, 398	
H-05	Mini Preço	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 404	
H-05	Casa do doce	G 47.2	Cardoso Ribeiro, 407	
H-05	Cantinho dos amigos	I 56.1	Cardoso Ribeiro, 414	
H-05	Dona Nice	I 56.1	Cardoso Ribeiro, 412	
H-05	Central das Tintas	G 47.4	Dr Altino Arantes, 306	
H-05	Texas Dog	I 56.1	Dr Altino Arantes, 316	
H-05	Ponto Kids	G 47.8	Dr Altino Arantes, 338	
H-05	Floricultura Ourigarden	G 47.8	Souza Soutelo, 40	
H-05	VA Vidro Arte	G 47.4	Souza Soutelo, 50	
H-05	Gold Crédito	K 66.1	Souza Soutelo, 66	
H-05	Seguralta	K 66.2	Souza Soutelo, 68	
H-05	Manacá artesanatos e decoraçõ	G 47.8	Souza Soutelo, 78	
H-05	Esquina dos Salgados	I 56.1	Paraná, 551	
H-05	Alternativa	G 47.8	Paraná, 553	
H-05	Sofá Inbox	G 47.5	Paraná, 539	
H-05	Mini Money	G 47.1	Paraná, 529	
H-05	GOU Clínicas de Odontologia	Q 86.3	Paraná, 521	
H-05	Casa Sanchez	G 47.5	Paraná, 513	
H-05	Babycenter	G 47.8	Paraná, 495 1	
H-05	Anticorpus	G 47.8	Paraná, 493	
H-05	Ninho	G 47.5	Paraná, 485	
H-05	Cris Park	G 47.1	Paraná, 477	
H-05	Acessóriu's Cell	G 47.5	Paraná, 475	
H-05	Lojas Ninho	G 47.5	Paraná, 485	
H-05	Claro	G 47.5	Paraná, 440	
H-06	Orlandi Seguros	L 68.2	Souza Soutelo, 369	
H-06	Pense presentes	G 47.1	Rio de Janeiro, 590	
H-06	Ortodontia	Q 86.3	Rio de Janeiro, 622	
H-07	Advocacia	M 69.1	Souza Soutelo, 217	
H-07	OM2 - agência de publicidade &	M 73.1	Souza Soutelo, 215	
H-07	Kassia Carvalho - salão e S 96.(	S 96.0	Arlindo Luz, 590	
H-07	Dentista	Q 86.3	Arlindo Luz, 598	
H-07	I'm Instituto Mix	P 85.9	Arlindo Luz, 614	
H-07	Clínica de fisioterapia	Q 86.5	Arlindo Luz, 630	
H-07	Mais Top Estética	S 96.0	Rio de Janeiro, 621	
H-07	Cresci e perdi	G 47.8	Rio de Janeiro, 595	
H-08	Crie e Realize	G 47.5	Souza Soutelo, 173	
H-08	Santa Felicidade	G 47.5	Souza Soutelo, 149	
H-08	Matéria prima - artesanato e pre	G 47.5	Souza Soutelo, 131	
H-08	Comercial Camargo	G 47.4	Paraná, 590	
H-08	Eletrônica Brasil	G 47.5	Paraná, 580-2	
H-08	Kozo	G 47.2	Paraná, 620	
H-08	Liga Animal - clínica veterinária	M 75.0	Paulo Sá, 215	
H-08	Olivia Bistrô	I 56.1	Paraná, 191	
H-08	bsm - sociedade de advogados	M 69.1	Arlindo Luz,633	
H-08	Rostore - moda fitness	G 47.8	Arlindo Luz, 585	
H-09	Up Cell	G 47.5	Souza Soutelo, 77	
H-09	Barbearia Feijó	S 96.0	Souza Soutelo, 71	
H-09	Real Cred Ourinhos	K 66.1	Souza Soutelo, 67	
H-09	Digital Fênix	J 62.0	Souza Soutelo, 55	
H-09	Ateliê Ana Lucia	G 47.5	Souza Soutelo, 39	
H-09	OrthoDontic	Q 86.3	Dr Altino Arantes, 364	
H-09	GTR Center	G 47.6	Dr Altino Arantes, 410B	
H-09	Empório Prime	G 47.2	Dr Altino Arantes, 434	
H-09	KNN Idiomas	P 85.9	Paulo Sá, 299	
H-09	Lucas Atelier	C 13.4	Paulo Sá, 275	
H-09	Aramado Store	G 47.5	Paraná, 659	
H-09	Dê Store	G 47.5	Paraná, 657	
H-09	Ateliê Dirce Santos	G 47.8	Paraná, 653	
H-09	Solu's Energia	G 47.4	Paraná, 645	
H-09	My Baby	G 47.8	Paraná, 629	
H-09	Refrigeração Central	G 47.5	Paraná, 621	
H-09	Santo Expedito	G 47.1	Paraná, 605	
H-09	Mega PC	G 47.5	Paraná, 585	
H-09	CFC Preferencial	P 85.9	Paraná, 581	
H-10	Lavor paisagismo	G 47.8	Paulo Sá, 76	
H-10	Felipe Imóveis	L 68.2	Rio de Janeiro, 718	
H-10	Fórmula animal	G 47.7	Rio de Janeiro, 728	
H-10	Epos Jeans	G 47.8	Rio de Janeiro, 740	
H-11	Casa Flor Paisagismo	G 47.8	Paulo Sá, 86	
H-11	Salas Dermatologia, nutricionista	Q 86.3	Arlindo Luz, 672	
H-11	Andreia & Samara	S 96.0	Arlindo Luz, 672-1	
H-11	Estética Thais Pedrofeza	S 96.0	Arlindo Luz, 738	
H-11	Advocacia	M 69.1	Arlindo Luz, 750	
H-11	Retama Loteamentos	L 68.1	Rio de Janeiro, 709	
H-11	Grupo Contingência	Q 86.5	Raio de Janeiro, 705	
H-11	Tuccis Bordados	C 13.4	Rio de Janeiro, 679	
H-12	Renova - bens imobiliários	L 68.2	Paulo Sá, 190	
H-12	Agaphice Serviços Odontológicc	Q 86.3	Paulo Sá, 194	
H-12	Luv Decorações	G 47.5	Paulo Sá, 200	
H-12	Club M	R 93.1	Paulo Sá, 210	
H-12	Heflan - distribuidora de doces	G 47.2	Paulo Sá, 220	
H-12	Verace Pizza	I 56.1	Paraná, 679	
H-12	Eletrônica Tupy	G 47.5	Paraná, 708	
H-12	Pedroso - arte e decoração de e	M 74.1	Paraná, 720	
H-12	Algodão Doce - brechó infantil	G 47.8	Paraná, 732	
H-12	Escritório Major contabilidade	M 69.2	Paraná, 740	
H-12	Coffe Bar	I 56.1	Paraná, 752	
H-13	Tapeçaria JC	C 13.5	Paulo Sá, 294	

J-15	Auto Mecânica Paulinho	G 45.2	Gastão Vidigal, 848	
J-15	Treko's embalagens	G 46.8	Gastão Vidigal, 878	
J-15	Heiwa	I 56.1	Paraná, 1231	
J-15	Karina Moda vest	G 47.8	Paraná, 1221	
J-15	Pet Nobre	S 96.0	Paraná, 1191	
J-15	Bolo Lá Dcasa	G 47.2	Paraná, 1185	
K-01	De Oliveira e Pimentel advogados	M 69.1	Dom Pedro I, 368	
K-01	CFC - Teórico Ourinhos	P 85.9	Dom Pedro I, 414	
K-01	Auto Center Ourinhos	G 45.2	Dom PedroI, 420	
K-01	Reis Móveis	G 47.5	Dom Pedro I, 426	
K-01	Bar	I 56.1	Dom Pedro I, 438	
K-01	Hamburguer Seno	I 56.1	dos Expedicionários, 898	
K-01	Central das Espumas	C 13.5	dos Expedicionários, 900	
K-01	Atacadão Auto Peças	G 45.3	dos Expedicionários, 912	
K-01	Casa das Lonas	G 45.3	dos Expedicionários, 924	
K-01	Lojas Copical Tintas	G 47.4	dos Expedicionários, 952	
K-01	Chopp Time	I 56.1	dos Expedicionários, 962	
K-01	Menil Auto Peças	G 45.3	Lopes Trovão, 427	out. 2022
K-01	Unimed - Espaço Viver Bem	Q 86.9	Dr Altino Arantes, 725	
K-01	Cirurgiões Dentistas	Q 86.3	Dr Altino Arantes, 713	
K-01	Shake Point da Malú	I 56.1	Dr Altino Arantes, 701	
K-01	Villa Kids Buffet	N 82.3	Dr Altino Arantes, 691	
K-01	Performance pilates	R 93.1	Dr Altino Arantes, 681	
K-02	Polimétricas - distribuidora de auto ;	G 45.3	Dom Pedro I, 508	
K-02	FranKha Papelaria	G 47.6	Euclides da Cunha, 788	
K-02	Piccinini Saúde Ocupacional	Q 36.3	Euclides da Cunha, 848	
K-02	Casa dos pneus	G 45.2	Lopes Trovão, 545	
K-02	Casa das Engrenagens	G 47.4	dos Expedicionário, 969	
K-02	Motor Peças Ourinhos	G 45.3	dos Expedicionários, 947	
K-02	Retificadora São Jorge	G 45.3	dos Expedicionários, 939	
K-02	Toninho Auto peças	G 45.3	dos Expedicionários, 939	
K-02	Kobota Motos	G 45.3	dos Expedicionários, 925-2	
K-02	Unocar Câmbio Automático	G 45.2	dos Expedicionários, 925	
K-02	Color Tintas	G 47.4	dos Expedicionários, 911	
K-02	Unocar autopeças e serviços	G 45.2	dos Expedicionários, 901	
K-04	Espaço Goumert	I 56.1	Santa Casa	
K-04	Santa Casa	Q 86.1		
K-05	Talento Lava Car	G 45.2	Lopes Trovão, 390	*out 2022
K-05	Carzell Mecânica	G 45.2	Lopes Trovão, 432	*out 2022
K-05	Casa da Borrachas	G 45.3	dos Expedicionários, 996	
K-05	Sales Ferragens	G 47.4	dos Expedicionários, 1026	
K-05	Winston	G 45.2	dos Expedicionários, 1061	
K-05	Mingas Grill	I 56.1	dos Expedicionários, 1070	
K-05	Renata Lopes Hair Designer	S 96.0	Silva Jardim, 421	
K-05	Escolpi softwares e informrática	G 47.5	Silva Jardim, 356	
K-05	Clínica	Q 86.3	Silva Jardim, 343	
K-05	Academia Shotokan	R 93.1	Dr Altino Arantes, 921	
K-05	Melau Decor	G 47.5	Dr Altino Arantes, 817	
K-05	Farma fórmulas vet	G 47.7		
K-05	Lojas Copical	G 47.4	Dr Altino Arantes, 809	
K-05	Farmativa	G 47.7	Dr Altino Arantes, 777	
K-06	Impressão Cartuchos	G 47.5	Lopes Trovão, 510	*out 2022
K-06	Over Pump - suplementação	G 47.8	Lopes Trovão, 514	*out 2022
K-06	Winston	G 45.2	dos Expedicionários, 1036	
K-06	OuriPneus	G 45.2	dos Expedicionários, 1051	
K-06	D.R. Autopeças	G 45.3	dos Expedicionários, 1005	
K-06	Casa das Baterias	G 45.3	dos Expedicionários, 989	
K-07	**Banco de Sangue de Ourinhos**	Q 86.4	Joaquim de Azevedo, 604	
K-07	Ourilab Laboratório	Q 86.4	Joaqui de Azevedo, 604	*out 2022
K-07	Unimed	K 65.5	Joaquim de Azevedo, 628	
K-07	Cirúrgica Oxigênio Suter	G 47.7	Joaquim de Azevedo, 650	
K-07	COPE -Centro Oftalmológico Paulis	Q 86.3	Sen Salgado Filho, 352	
K-07	Eye Laser	Q 86.9	Sen Salgado Filho, 360	
K-07	TecBit	G 47.5	Sen Salgado Filho, 382	
K-07	Endoson	Q 86.4	Silva Jardim, 621	
K-08	Zions Cell Clínica	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 698	
K-08	Santa Casa Oftalmologia	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 712	
K-08	Santa Casa Terapia Renal	Q 86.4	Joaquim de Azevedo, 770	
K-08	Menton Centro Doc Odontológica	Q 86.3	Gov Armando Sales, 324	
K-08	Odontologia	Q 86.3	Silva Jardim, 721	
K-08	Santa Helena Corretora de Seguros	K 66.2	Silva Jardim, 707	
K-08	Orto Estetic	Q 86.3	Silva Jardim, 691	
K-08	Dinâmica Psicóloga	Q 86.5	Silva Jardim, 691	
K-08	Advogados	M 69.1	Sen Salgado Filho, 397	
K-08	OuriOlhos Oftalmologia	Q 86.3	Sen Salgado Filho, 377	
K-08	Michele Sasaki Advocacia	M 69.1	Sen Salgado Filho, 377	
K-0	Kodama Clínica Veterinária	M 75.0	Sen Salgado Filho, 367	
K-09	Karina Favato - sobrancelhas e bele	S 96.0	Silva Jardim, 348	
K-09	Real Contabilidade	M 69.2	Silva Jardim, 366	
K-09	Ornato	G 47.8	Gastão Vidigal, 138	
K-09	Peixoto - equipamentos odontológic	G 47.7	Dr Altino Arantes, 993	
K-09	Eletro Fort	G 47.5	Dr Altino Arantes, 975	
K-09	Líder Computadores	G 47.5	Dr Altino Arantes, 943	
K-09	Imobiliária Terra Aurei	L 68.2	Dr Altino Arantes, 921	
K-09	Botica Camomila	G 47.7	Dr Altino Arantes, 909	
K-09	Bar do Trovo	I 56.1	Dr Altino Arantes, 895	
K-10	Eletro Service	G 47.4	Silva Jardim, 1116	
K-10	Chopperia Ilha da Madeira	I 56.1	dos Expedicionários, 1148	
K-10	Dirceu Auto Peças	G 45.3	dos Expedicionários, 1162	
K-10	Winston	G 45.2	dos Expedicionários, 1182	
K-10	Auto Elétrico Ourinhense	G 45.3	dos Expedcionários, 1220	
K-10	Scapito	G 45.3	dos Expedicionários, 1230	
K-10	Casa do Chopp	I 56.1	dos Expedicionários, 1240	
K-10	Cervejaria Walker	I 56.1	Gastão Vidigal, 664	
K-10	Jureré restaurante e chopperia	I 56.1	Gastão Vidigal, 684	
K-10	Stock car Lava car	G 45.2	Irineu Ferrazoli, 105	
K-11	Comercial Soares	G 47.4	Silva Jardim, 504	
K-11	Dom Rafa Barbearia	S 96.0	Euclides da Cunha, 1078	
K-11	Ourimadeiras	G 47.5	dos Expedicionários, 1187	
K-11	Pascoal Serv Fest	G 47.2	dos Expedicionários, 1157	
K-11	Express Containers	N 77.3	dos Expedicionários, 1127	
K-11	Impéno das Cores	G 47.4	dos Expedicionários, 1117	
K-12	Unimed Farmácia	G 47.7	Silva Jardim, 560	

D-12	Guedes Despachante	N 82.1	Duque de Caxias, 256	
D-12	Espaço Mulher	S 96.0	Duque de Caxias, 256	
D-12	OuriFácil - promotora de negócios	N 82.1	Duque de Caxias, 256	
D-12	Posto de gasolina- Ipiranga	G 47.3	Duque de Caxias, 256	
D-12	Avenida Conveniência	G 47.2	Duque de Cqaxias, 256	
D-12	Postos Avenida - lava rápido	G 45.2	Duque de Caxias, 256	
D-12	Da Cardoso Tabacaria	G 47.2	Duque de Caxias, 244	
D-12	Ouri Elétrico eletrônicos	G 47.5	Duque de Caxias, 233	
D-12	Rafa Car - centro automotivo	G 45.2	Duque de Caxias, 227	
D-12	Posto de Baterias Ajax	G 45.3	Duque de Caxias, 195	
D-12	Adriana Feliciano Advocacia	M 69.1	Amazonas, 675	
D-12	FP Engenharia	M 71.1	Amazonas, 675	
D-12	Restaurante da Lú	I 56.1	Amazonas, 644	
D-12	Oficina da Bike	G 45.3	Dr Antônio Prado, 408	jul. 2021
D-12	Mercearia S/N	I 56.1	Dr Antônio Prado, 419	jul. 2021
D-12	Lanchonete Nakayoshi	I 56.1	Dr Antônio Prado, 420	jul. 2021
D-13	Marcos da Elétrica	G 45.2	Jacinto Ferreira de Sá, 269	
D-13	Bom Gosto Cozinha	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá, 243	
D-14	Mauro Letreiros	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 383	
D-14	Bar da Cida	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá, 381	
D-15	Super Torque	G 45.2	Amazonas, 535	
D-15	Manicure S/N	S 96.0	Amazonas, 545	
D-15	Mercearia Maringá	G 47.1	Dr Antônio Prado, 309	
D-15	Brechó S/N	G 47.8	Dr Antônio Prado, 274	jul. 2021
D-15	Lanchonete S/N	I 56.1	Dr Antônio Prado, 281	jul. 2021
D-15	Brechó S/N	G 47.8	Dr Antônio Prado, 293	jul. 2021
D-15	Móveis usados S/N	G 47.5	Dr Antônio Prado,	jul. 2021
D-15	D'Fiori Doces	G 47.2	Dr Antônio Prado,	jul. 2021
D-15	Móveis usados S/N	G 47.5	Dr Antônio Prado, 274	jul. 2021
D-15	Makro Peças	G 47.5	Dr Antônio Prado, 245	jul. 2021
D-15	Tabacaria Flor de Minas	G 47.2	Dr Antônio Prado, 231	jul. 2021
D-15	Imobiliária Império	L 68.2	Jacinto Ferreira de Sá, 495	
D-15	Felipe Ribeiro Barbearia	S 96.0	Jacinto Ferreira de Sá, 495	
D-15	Sacaria Ferreira	G 47.5	Jacinto Ferreira de Sá, 48	
D-15	Du' Mestre Açaí	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá,	
D-15	Hotel San Rafarel	I 55.1	Jacinto Ferreira de Sá, 473	
D-15	Funerária São Benedito	S 96.0	Jacinto Ferreira de Sá, 441	
D-15	Drogaria Santa Cruz	G 47.7	Jacinto Ferreira de Sá, 451	
D-15	Chute Boxe Vale Tudo	R 93.1	Jacinto Ferreira de Sá,	
D-15	Sorveteria Pinguim	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá, 417	
D-16	Ronaldo Artesanatos	G 47.8	Amazonas, 608	
D-16	Restaurante & Café do Cozinha	I 56.1	Duque de Caxias	
D-16	Roberto Barbearia	S 96.0	Duque de Caxias, 169	
D-16	Soteco assessoria contábil	M 69.1	Duque de Caxias, 155	
D-16	Lanchonete Tropical	I 56.1	Duque de Caxias, 137	
D-16	Zoe Modas	G 47.8	Duque de Caxias, 135	
D-16	Cartão + Odonto & Saúde	K 66.2	Duque de Caxias, 133	
D-16	Relojoaria Brasil	G 47.8	Duque de Caxias, 129	
D-16	Meg Cabeleireira	S 96.0	Duque de Caxias, 127	
D-16	Adega do Mineiro	G 47.2	Duque de Caxias,	
D-16	MicroCell celulares e computador	S 95.2	Duque de Caxias, 109	
D-16	Conceito sport e acessórios	G 47.8	Duque de Caxias, 105	
D-16	Boteco Corazza	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá, 601	
D-16	Sister Modas	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 599	
D-16	Ali Babá superpizza	I 56.1	Jacinto Ferreira de Sá	
D-16	OuriLimp	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 577	
D-16	Nobuk G 47.8 e confeccções	G 47.8	Jacinto Ferreirade Sá, 565	
D-16	Ateliê de costura Meiry Pires	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 555	
D-16	Big Artes	G 47.5	Jacinto Ferreira de Sá, 555	
D-16	Sapataria Ns Aparecida	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá,	
D-16	Ciclo Machado	G 45.2	Jacinto Ferreira de Sá, 533	
D-16	Ciclo Machado	G 45.3	Jacinto Ferreira de Sá, 533	
D-16	Leal Gráfica	C 19.1	Jacinto Ferreira de Sá, 521	
D-16	Adriano Branco Barbeiro	S 96.0	Dr Antônio Prado, 262	
D-16	S/N loja de roupa	G 47.8	Dr Antônio Prado, 264	
D-16	Advocacia Carla Aparecida de So	M 69.1	Dr Antônio Prado, 270	
D-16	Ourichaves	S 95.2	Dr Antônio Prado,	
D-16	Top Car Veículos	G 45.1	Dr Antônio Prado,	
D-16	Café da feira	G 47.2	Dr Antônio Prado	
D-16	Consertos	S 95.2	Dr Antônio Prado	
D-17	Marcos da Elétrica Lava car	G 45.2	Jacinto Ferreira de Sá, 104	
D-17	JB Embalagens & Festas	G 47.5	Jacinto Ferreira de Sá, 108	
D-17	Marcon - esquadrarias em alumin	C 25.1	Jacinto Ferreira de Sá, 186	
D-17	Trip Tem	G 47.1	Jacinto Ferreira de Sá, 222	
D-17	Central de pisos	G 47.4	Jacinto Ferreira de Sá, 292	
D-17	Italiano - funilaria e pintura	G 45.2	Jacinto Ferreira de Sá, 370	
D-17	Key Veículos	G 45.2	Jacinto Ferreira de Sá, 380	
D-18	Nutri-sul	G 47.8	Jacinto Ferreira de Sá, 560	
D-18	Waltec	G 47.4	Jacinto Ferreira de Sá,	
D-18	Mega Cell	S 95.2	Jacinto Ferreira de Sá, 584	
D-18	Costureira	S 95.2		
D-18	Atacadão das antenas	G 47.5	Duque de Caxias, 55	
D-18	Salão Ourinhense	S 96.0	Duque de Caxias, 51	
D-18	Oswaldo Motos	G 45.1	Duque de Caxias, 39	
D-18	Super Motos	G 45.1	Duque de Caxias, 27	
D-18	Andrade Mix	G 47.8	Dr Antônio Prado	
D-18	Líder - móveis usados e tapeçaria	G 47.5	Dr Antônio Prado, 162	
D-18	Bras Center	G 47.6	Dr Antônio Prado, 182	
D-18	Relojoaria Rubi	G 47.8	Dr Antônio Prado, 190	
E-1	Panda pet	M 75.0	Barão do Rio Branco, 870	
E-1	Ouri - calhas	C 25.9	Maranhão, 446	
E-1	Escritório Paulista contabilidade	M 69.2	Duque de Caxias, 430	
E-1	Voltin auto peças e mecânica	G 45.2	Duque de Caxias, 430	
E-1	Honda	G 45.1	Duque de Caxias, 456	
E-2	Bar Iqual pra Todos	I 56.1	Domingos Perino,	
E-2	Agro São José	G 47.8	Brasil	
E-3	Bilhareskinão	G 47.8	Brasil, 897	
E-4	Barbearia	S 96.0	Dom José Marelo, 939	
E-4	Mix Pet	S 96.0	Brasil,	
E-4	Mercearia 2 irmãos	G 47.1	Brasil, 1003	
E-5	Comércio de sucata	G 46.8	Nilo Signorini, 979	
E-5	Meq Mac - móveis para escritório	C 31.0	Nilo Signorini, 979	
E-5	Água Santa Maria	G 47.8	Dom José Marelo, 934	

F-13	Casas Bahia	G 47.1	Paraná, 289	
F-13	Godiva	G 47.1	Paraná,	
F-13	Max Modas	G 47.8	Paraná, 273	
F-13	Sapatiu Mania	G 47.8	Paraná	
F-13	Marvi Alimentos	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 06	
F-13	AmorSaúde	Q 86.1	Antônio Carlos Mori, 46	
F-13	Sampa	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 80	
F-13	Mundo Feliz	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 90	
F-14	Ana Capri	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 94	
F-14	Sampa Homem	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 98	
F-14	Ouriart	G 47.8	Antônio Carlos Mori,110	
F-14	Mix Meias	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 110	
F-14	Like.	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 114	
F-14	Spasso Esportivo	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 132	
F-14	Yes!	G 47.8	Rio de Janeiro, 312	
F-14	Lu Leth	G 47.8	Rio de Janeiro, 316	
F-14	Panatec	G 47.5	Rio de Janeiro, 318	
F-14	Arezzo	G 47.8	Rio de Janeiro, 324	
F-14	Advocacia Vera Lucia Mafini	M 69.1	Rio de Janeiro, 344	
F-14	Morana	G 47.8	Rio de Janeiro, 346	
F-14	Ortho Class	Q 86.3	Rio de Janeiro, 348	
F-14	Cristina Barreto	G 47.8	Rio de Janeiro, 362	
F-14	Corpu's	G 47.8	Rio de Janeiro, 368	
F-14	OuriFito	G 47.7 de manip	Rio de Janeiro, 398	
F-14	Mercadão dos Óculos	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 264	
F-14	Hering	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 274	
F-14	Casas Bahia	G 47.1	Antônio Carlos Mori, 298	
F-14	Bella Terra - produtos naturais	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 338	
F-16	Lupo	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 342	
F-16	Bon Vivant Café	I 56.1	Antônio Carlos Mori, 344	
F-16	G 47.7 Paulista	G 47.7	Paraná, 336	
F-16	Krystal G 47.7	G 47.7	Paraná, 344	
F-16	Pastelaria Tão Bão	I 56.1	Paraná	2023
F-16	Gato Preto	G 47.8	Paraná	2023
F-16	Brother's Cell	G 47.5	Paraná	2023
F-16	Casa do celular	G 47.5	Paraná	2023
F-16	100% jeans	G 47.8	Paraná	2023
F-16	MS joias	G 47.8	Paraná	2023
F-16	Cintia Bela	G 47.8	Paraná	2023
F-16	Requinte - moda íntima	G 47.8	Paraná	2023
F-16	Vivo	G 47.5	Paraná	2023
F-16	Lema Romantine	G 47.8	Paraná	2023
F-16	Sumirê G 47.7	G 47.7	Paraná	2023
F-16	Castor Colchões	G 47.5	Paraná, 414	
F-16	Gaby Oliveira Cabeleireira	S 96.0	Cardoso Ribeiro, 335	
F-16	Alyart G 47.7s	G 47.7	Cardoso Ribeiro, 333	
F-16	Atacadão do Jeans	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 331	
F-16	Noiva Linda	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 325	
F-16	Estância Grill	I 56.1	Cardoso Ribeiro, 315	
F-16	Bolo La Dcasa	G 47.2	Cardoso Ribeiro, 285	
F-16	Mr Kitsch	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 289	
F-16	Le Blue Lingerie	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 289	
F-16	Carmen Steffens	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 285	
F-16	Metropolitan	G 47.8	Arlindo Luz, 383	
F-16	JOP	G 47.8	Arlindo Luz, 339	
F-16	Lídia Assis	G 47.8	Arlindo Luz, 333	
F-16	R. Khan Joias	G 47.8	Arlindo Luz, 297	
F-16	Chocolates Brasil Cacau	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 368	
F-16	Julian Tajiri Hair Style	S 96.0	Antônio Carlos Mori, 368	
F-16	Tik Tak	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 380	
F-16	Power Cell	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 380	
F-17	Lojas Tânia Mara	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 388	
F-17	Dalee Joias	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 396	
F-17	Ki Dog Lanches	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 404	
F-17	Cacau Show	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 414	
F-17	S.O.S. Celulares	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 414	
F-17	Joel Oficina de Joias	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 414	
F-17	Padaria Record	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 422	
F-17	Ouri óticas	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 432	
F-17	Bem Café	I 56.1	Altino Arantes, 120	
F-17	Rei do Jeans	G 47.8	Altino Arantes, 138	
F-17	Sorridents	Q 86.3	Altino Arantes, 136	
F-17	Milano Pizzaria	I 56.1	Altino Arantes, 146	
F-17	Pastelândia II	I 56.1	Altino Arantes, 146	
F-17	Caixa Econômica Federal	K 64.2	Altino Arantes, 160	
F-17	100% Jeans	G 47.8	Altino Arantes, 188	
F-17	Bento & Maria	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 449	
F-17	Thais Gandi Bijouterias	S 96.0	Cardoso Ribeiro, 445	
F-17	Aquarela Natura	G 47.7	Cardoso Ribeiro, 441	
F-17	Maria Bonita	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 427	
F-17	Crefaz	K 66.1	Cardoso Ribeira, 427	
F-17	Lu - enxovais & presentes	G 47.5	Cardoso Ribeiro, 423 A	
F-17	VStore	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 423	
F-17	KDH Fitness	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 415	
F-17	Estação do Suco	I 56.1	Cardoso Ribeiro,407	
F-17	Açaí Tope	I 56.1	Cardoso Ribeiro, 395	
F-17	My God Camisetas	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 385	
F-17	Bites & Bytes	G 47.5	Cardoso Ribeiro, 383	
F-17	Suíça Relojoaria	G 47.8	Paraná, 411	2023
F-17	Casa Joana D'arc	G 47.8	Paraná	2023
F-17	Aquarella	G 47.8	Paraná	2023
F-17	Azzoni joias	G 47.8	Paraná	2023
F-17	Contra Mão	G 47.8	Paraná	2023
F-17	Nacional Ótica	G 47.7	Paraná	2023
F-17	Tesouro Ótica	G 47.7	Paraná	2023
F-17	Cirandinha G 47.8	G 47.8	Paraná, 337	2023
F-17	Chuveirão das tintas	G 47.4	São Paulo, 515	
F-17	Kiplástiko	G 47.1	São Paulo, 515	
F-17	Azul Empréstimos	N 82.9	São Paulo	
F-17	Tenis &Cia	G 47.8	São Paulo	
G-01	Salgateria Mãe e Filha	I 56.1	São Paulo, 485	
G-01	MaxCell	G 47.5	São Paulo, 475	
G-01	Ótica Relojoaria Lisboa	G 47.7	São Paulo, 469	

H-13	UniCesumar	P 85.3	Dr Altino Arantes, 482	
H-13	Cobop	G 47.8	Dr Altino Arantes, 524	
H-13	Cirurgião Q 86.3	Q 86.3	Dr Altino Arantes, 530	
H-13	Look Som	G 45.2	Paraná, 739	
H-13	Movelaria	G 47.5	Paraná, 725	
H-13	SHW Automação Industrial	C 26.5	Paraná, 699	
H-14	Pedrinho Cabeleireiro	S 96.0	Rio de Janeiro, 760	
H-14	Memorial Garden	S 96.0	Rio de Janeiro, 764	
H-14	Cacakes confeitaria	I 56.1	Rio de Janeiro, 764	
H-14	Bio Bella's	S 96.0	Rio de Janeiro, 786	
H-14	Fornalha Pizzaria	I 56.1	Rio de Janeiro, 824	
H-14	Advocacia Silvana Alves	M 69.1	Rio de Janeiro, 840	
H-14	Spaço	S 96.0	Rio de Janeiro, 840	
H-14	Studio Aline Rossigalli Sobrance	S 96.0	Rio de Janeiro, 864	
H-15	Cokégio Santo Antônio	P 85.2	R. Arlindo Luz, 800	
H-16	Distribuidora JB	G 47.2	Benjamin Constant, 194	
H-16	Restaurante Dragão Dourado	I 56.1	Benjamin Constant, 216	
H-16	Studio de pilates	E 93.1	Paraná, 856	
H-16	Advocacia	M 69.1	Dom Pedro I, 151	
H-16	Trovo - arquitetos e associados	M 71.1	Arlindo Luz, 851	
H-16	Fisk	P 85.9	Arlindo Luz, 839	
H-16	Tessarinne & Bolognna	Q 86.3	Arlindo Luz, 825	
H-16	Consultório Odontológico	Q 86.3	Arlindo Luz, 787	
H-16	Daló - café e confeitaria	I 56.1	Arlindo Luz, 779	
H-17	Gilberto Severino - medicina de	Q 86.3	Benjamin Constant, 306	
H-17	PilotTur - Agência de viagens	N 79.1	Dr Altino Arantes, 570	
H-17	Carlos Correa Cabeleireiro	S 96.0	Dr Altino Arantes, 616	
H-17	Casa & Carro	G 47.8	Paraná, 861	
H-17	Ensak	G 46.8	Paraná, 845	
H-17	Advocacia	M 69.1	Paraná, 839	
H-17	Christoni Imóveis	L 68.2	Paraná, 833	
H-17	Espaço Conforto outlet	G 47.5	Paraná, 811	
H-17	Ouri-maq	G 47.5	Paraná, 795	
H-17	C.R Tem de tudo	G 47.1	Paraná, 777	
I-01	Óticas Carol	G 47.7	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Ultra Som	G 47.8	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Hangar	G 47.8	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Lilica & Tigor	G 47.8	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Cafaro Store	G 47.8	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Divino	I 56.1	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Subway	I 56.1	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Espaço Laser	S 96.0	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-01	Master Contabilidade	M 69.2	dos Expedicionários, 482	
I-01	S/N água de coco	G 47.2	dos Expedicionários, 492	
I-01	S/N brechó	G 47.8	dos Expedicionários, 492	
I-01	Laiane Gomes	S 96.0	dos Expedicionários, 500	
I-01	Tres Chic Brechó	G 47.8	Monsenhor Córdova, 75	
I-01	Poliodonto	Q 86.3	Monsenhor Córdova, 47	
I-01	Auto Escola Líder	P 85.9	Dr Altino Arantes, 301	
I-01	Farma Fórmulas	G 47.7	Dr Altino Arantes, 281	
I-01	Lavare Lavanderia	S 96.0	Dr Altino Arantes, 273	
I-01	AZ Corretora de Seguros	K 66.2	Dr Altino Arantes, 273	
I-01	Garden	G 47.8	Dr Altino Arantes, 263	
I-01	Pérola Fit	G 47.2	Centro Comercial Alberto Matachana	
I-02	Criativa 3D	M 71.1	Euclides da Cunha, 378	
I-02	Salão da Mulher	S 96.0	Euclides da Cunha, 378	
I-02	Advocacia e Serviços Jurídicos	M 69.1	Euclides da Cunha, 396	
I-02	Advocacia	M 69.1	Monsenhor Córdova, 243	
I-02	Art New Studio	S 96.0	Monsenhor Córdova, 171	
I-02	Casa Fernandes	G 47.5	dos Expedicionário, 519	
I-03	Hotel Pousada	I 55.1	Euclides da Cunha, 387	
I-04	V&O Contabilidade	M 69.2	Monsenhor Córdova, 46	
I-04	Cintia Carvalho	S 96.0	Monsenhor Córdova, 58	
I-04	The Best Açaí	I 56.1	Monsenhor Córdova, 84	
I-04	Frank Tacógrafos	G 45.3	Monsenhor córdova	
I-04	Renato Auto Service	G 45.2	dos Expedicionários, 624	
I-04	Auto peças São Jorge	G 45.3	dos Expedicionários, 668	
I-04	Bon Vivant	I 56.1	Paulo Sá, 409	
I-04	Bar do Garcia	I 56.1	Dr Altino Arantes, 434	
I-05	Bar do Dirceu	I 56.1	dos Expedicionários, 591	
I-05	CHT Financiamentos Imobiliário	K 64.3	dos Expedicionários, 585	
I-05	**Tempero Casero**	I 56.1	dos Expedicionários, 579	
I-05	Odonto consultório Q 86.3	Q 86.3	dos Expedicionários, 555	
I-05	Pilão Alimentos	G 47.2	dos Expedicionários, 562	
I-06	WK Assessoria Contábil	M 69.2	Euclides da Cunha, 530	
I-06	Apolo Contabilidade	M 69.2	Euclides da Cunha, 540	
I-06	Caixa	K 64.2	dos Expedicionário, 688	
I-06	Sebrae	P 85.9	dos Expedicionário, 651	
I-06	Pão de Ouro	G 47.2	dos Expedicionários, 623	
I-06	Chaveiro Chaspir	S 95.2	dos Expedicionários, 613	
I-07	Leni Pires	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	JR banho e cia	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Alface verde	I 56.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	Loja artesanato	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Gomes enxoval	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Bisão informática	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Deisy roupas	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Closet chic	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Neusa costureira	S 95.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Super mega	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	LS soluções	G 45.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Galdino	G 47.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Wellington barbearia	S 96.0	Mercadão Municipal	2023
I-07	Quero tudo	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Luana	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Juh Camargo Store	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Weiner	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Enigma rock	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	WA Tabacaria	G 47.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	The Love lingerie	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	ZVS Tattoo	S 96.0	Mercadão Municipal	2023
I-07	Restaurante da Dona Cinira	I 56.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	Fina estampa	G 47.8	Mercadão Municipal	2023

K-12	Carlinhos Motores	G 45.3	Silva Jardim, 578
K-12	Clínica MedTran	Q 86.3	Silva Jardim, 580
K-12	Água Doce Sabores do Brasil - cach	I 56.1	Silva Jardim, 634
K-12	Clínica Vascular	Q 86.4	Silva Jardim, 754
K-12	Prolab	Q 86.4	Gov Armando Sales, 412
K-12	Gieran Rupca	Q 86.9	Ari Barroso, 350
K-12	Clínica Burati	Q 86.3	Euclides da Cunha, 1055
K-12	Presermed Medicina doTrabalho	Q 86.3	Euclides da Cunha, 1039
K-12	Consultório Veterinário	M 75.0	Euclides da Cunha, 1025
K-13	Somma Cardiologista	Q 86.4	Ari Barroso, 441
K-13	Ortodontia	Q 86.3	Ari Barroso, 411
K-13	Laboratório Santa Paula	Q 86.4	Ari Barroso, 403
K-13	Clínica Jardim	Q 86.3	Ari Barroso, 391
K-13	Consultório Médico Eliane Albuquer	Q 86.3	Gov Armando Sales, 526
K-13	Megatronic Care	G 47.7	
K-13	Psicóloga Amanda Moralez	Q 86.5	Gastão Vidigal, 378
K-13	Santana Corretora de Seguros	K 66.2	Gastão Vidigal, 404
K-13	Dentista	Q 86.3	Gastão Vidigal, 476
K-13	Moderna Saúde Integrada	Q 86.3	Euclides da Cunha, 1113
K-13	Centro médico Monte Sinai	Q 86.3	Euclides da Cunha, 1111
L-01	Gisele Garcia Miguel - dermatologia	Q 86.3	Benjamin Constant, 808
L-01	Vida e Saúde	Q 87.1	Benjamin Constant, 818
L-01	Cardiologista Dr Kanim	Q 86.4	Benjamin Constat, 828
L-01	Clínica Renovar	Q 86.9	Álvaro Ferreira de Moraes, 36
L-01	Laboratório Anatomia Patológica	Q 86.4	Álvaro Ferreira de Moraes, 48
L-01	GTA2 Lava Rápido	G 45.2	Dom Pedro I, 809
L-01	Doce Arte Ateliê	G 47.5	Gov. Armando Sales, 139
L-01	MDM Security	P 85.9	Gov Armando Sales, 139
L-01	Clínica de cardiologia e pneumologi	Q 86.4	Gov. Aramando Sales, 129
L-01	Clínica Urologia e neurocirurgia	Q 86.3	Gov. Aramando Sales, 79
L-01	Cardium	Q 86.4	Gov. Armando Sales, 71
L-02	Clínica de Psicologia e Fisioterapia	Q 86.5	José Galvão, 12
L-02	Ortopedia e psicologia	Q 86.5	Dom Pedro I, 895
L-02	Cirurgião Q 86.3	Q 86.3	Dom Pedro I, 895
L-02	Advocacia previdenciária	M 69.1	Dom Pedro I, 895
L-02	Dr Newton Novaes e Dr Roberto Fil	Q 86.4	Dom Pedro I, 875
L-02	Masuda - clinical center	Q 86.3	Álvares Ferreira de Moraes, 79
L-02	Fonoaudiologia	Q 86.5	Álvares Ferreira de Moraes, 51
L-02	Clínica Veterinária Lobo Guará	M 75.0	Álvaro Ferreira de Moraes, 41
L-03	Clínica de doenças respiratórias e n	Q 86.3	Benajmin Constant, 1020
L-03	Harmonie - fisio pilates	Q 86.5	Bnejamin Constant, 1042
L-03	Clínica Borges Firmo	Q 86.3	Benajmin Constant, 1054
L-03	Advocacia	M 69.1	Ataliba Leonel, 28
L-03	Oxpró Odontologia	Q 86.3	Dom Pedro I, 997
L-03	Ampliare Espaço Terapêutico	Q 86.5	José Galvão, 11
L-04	Ortopedia	Q 86.3	Dom Pedro I, 796
L-04	Grupo Medicina Especializada	Q 86.3	Dom Pedro I, 814
L-04	Avant negócios	Q 68.2	Dom Pedrol, 838
L-04	Ambulatório Pós-pandemia	Q 86.3	Dom Pedro I, 838
L-04	Ultra-Imagem diagnósticos	Q 86.3	Dom Pedro I, 868
L-04	Angioclínica	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 136
L-04	Cirurgia Plástica	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 160
L-04	Cliord	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 861
L-04	Medical +	G 47.7	Joaquim de Azevedo, 851
L-04	Demax - medicina diagnóstica	Q 86.3	Gov. Armando Sales, 233
L-04	Slot Micro Informática	G 47.5	Gov. Armando Sales, 223
L-04	Clínica de Olhos	Q 86.3	Gov. Armando Sales, 221
L-04	Psicologia	Q 86.5	Gov Armando Sales, 185
L-04	Nutricionista clínico Daniel Coracini	Q 86.5	Gov Armando Sales, 175
L-04	Advocacia Leticia Leonaldo	M 69.1	Gov Armando Sales, 175
L-04	ML dpvat	K 66.2	Gov Armando Sales, 175
L-05	Odontologia e fisioterapia	Q 86.3 e fisioter	Dom pedro I, 874
L-05	Advogados	M 69.1	Dom Pedro I, 896
L-05	Centro de S 96.0	S 96.0	Dom Pedro I, 922
L-05	Fonoaudiologia	Q 86.5	José de Galvão, 150
L-05	Clínica Sovs	Q 86.5	Joaquim de Azevedo, 977
L-05	Clínica Materno Infantil	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 950
L-05	Oral Sin	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 937
L-05	Hospital Geral de Ourinhos	Q 86.1	Álvaro Ferreira de Moraes, 207
L-05	Clínica Neurológica	Q 86.4	Álvaro Ferreira de Moraes, 183
L-05	Urologia e odontologia	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 177
L-05	Dermatologista e radiologista	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 159
L-05	Odontopediatria	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 135
L-05	Clínica de Saúde & S 96.0 Avançad	Q 86.5	Álvaro Ferreira de Moraes, 127
L-06	Clínica de psicologia e fisioterapia	Q 86.5	Dom Pedro I, 1050
L-06	GastroClínica	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 1077
L-06	Muth Corretora	K 66.2	Joaquim de Azevedo, 1039
L-06	Senzia	Q 86.3 e orofaci	José Galvão, 217
L-06	Fisioterapia	Q 86.5	José Galvão, 137
L-07	Unimed SOS	Q 86.3	Álvaro Ferreira de Moraes, 228
L-07	Drogaria Total	G 47.7	Silva Jardim, 795
L-07	Santa Casa Pediatria	Q 86.3	Gov Armando Sales, 351
L-08	Abujamara Pneumologia e endocrin	Q 86.4	Joaquim de Azevedo, 920
L-08	Ounlab Laboratório	Q 86.4	Joaquim de Azevedo, 936
L-08	Saúde Total - clínica e diagnóstico	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 962
L-08	Clínica Cirúrgica - coloproctologia	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 976
L-08	Studio Pilates	R 93.1	Joaquim de Azevedo, 988
L-08	Podóloga	Q 86.9	Joaquim de Azevedo, 988
L-08	Salas S/N	Q 86.5	Joaquim de Azevedo, 988
L-08	Nutricionista Funcional	Q 86.5	José Galvão, 235
L-08	Império pet shop	G 47.8	Silva Jardim, 939
L-08	Corpo e Face	S 96.0	Álvaro Ferreira de Moraes, 271
L-09	Restaurante Bom Apetite	I 56.1	Silva Jardim, 991
L-09	Sid Bucal	Q 86.3	Silva Jardim, 981
L-09	Reumatologia e psicologia	Q 86.3	Silva Jardim, 808
L-09	Clínica Eme-med	Q 86.3	Silva Jardim, 818
L-09	Centro de Endocrinologia de Ourinh	Q 86.3	Silva Jardim, 838
L-09	CRS Centro de Reabilitação e Saúd	Q 86.5	Gov Armando Sales, 449
L-09	COE PREV - Centro Odontológico E	Q 86.3	Gov Armando Sales, 429
L-09	Record Padaria	G 47.2	Álvaro Ferreira de Moraes, 343
L-09	Reabilitar	R 93.1	Silva Jardim, 878
L-09	OTTO Clínica Oftalmológica	Q 86.3	Silva Jardim, 910
L-09	HM Odontologia	Q 86.3	Silva Jardim, 920

E-6	Supermercado Avenida	G 47.1	Duque de Caxias,	
E-7	Bar do Fernando	I 56.1	Domingos Perino	
E-7	Bilhares Ouninhos	G 47.8	Domingos Perino, 375	
E-7	Farmácia Ouridroga	G 47.7	Domingos Perino, 313	
E-7	by Fran	G 47.8	Pará, 889	
E-9	Uniformes & Cia	G 47.8	Dom José Marelo, 825	
E-10	Espetinhos Avenida	I 56.1	Pará,	
E-10	Sérgio Iwano - consultor de imóve	L 68.2	Pará, 758	
E-10	S/N - mercearia	G 47.1	Pará	
E-10	Hotel B.B.B.	I 55.1	Amazonas, 745	
E-10	Auto Mecânica Kincas Mult-marca	G 45.2	Amazonas, 717	
E-10	Qualitec tornearia	C 25.3	Amazonas, 711	
E-10	Racing motos	G 45.2	Amazonas, 705	
E-10	Agro Ouro	G 47.8	Duque de Caxias,	
E-10	Auto center Tapajós	G 45.2	Duque de Caxias,	
E-10	Pneu Mac	G 45.3	Duque de Caxias, 224	

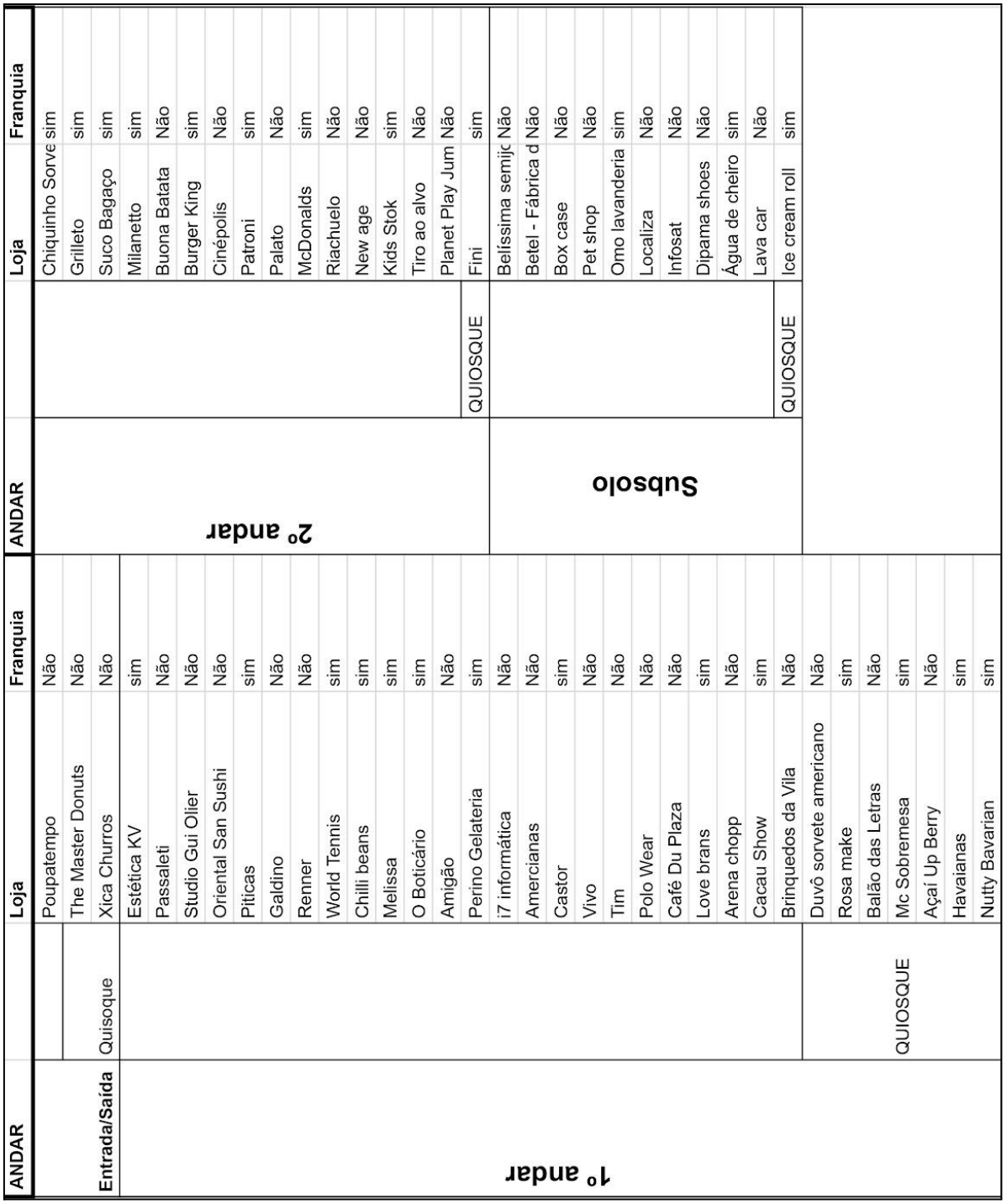
G-01	Ta na moda	G 47.8	São Paulo, 449	
G-01	MM Bolsas e Lingerie	G 47.8	São Paulo,	
G-01	Imobiliária Liderança	L 68.2	São Paulo, 437	
G-01	Restaurante Maria Fumaça	I 56.1	São Paulo, 413	
G-01	Lanchonete Prosperidade	I 56.1	Dr Altino Arantes, 41	
G-01	Droga Fórmulas	G 47.7	Dr Altino Arantes, 26	
G-01	Show do Real	G 47.1	Dr Altino Arantes,	
G-01	Casa das costureiras	S 95.2	Dr Altino Arantes,	
G-01	WA Tabacaria & Presentes	G 47.2	Dr Altino Arantes,	
G-01	Loja Íntima da Mulher	G 47.8	Dr Altino Arantes, 68	
G-01	Espaço Jeans e confecções	G 47.8	Dr Altino Arantes, 76	
G-01	JV Cell	G 47.5	Dr Altino Arantes,	
G-01	TR Boutique	G 47.8	Dr Altino Arantes,	
G-01	Doces & Cia	G 47.2	Dr Altino Arantes,	
G-01	Elite Magazine	G 47.8	Dr Altino Arantes,	
G-01	Garapastel Toa Toa	I 56.1	Dr Altino Arantes,	

I-07	Arco Iris - loja de brinquedo	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Pink fashion	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Delicê	G 47.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Bábara Madeira	S 96.0	Mercadão Municipal	2023
I-07	Espaço do chinelo	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Lojas case celular	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Loja de roupa S/N	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Empório Dona Cinira	G 47.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Nathy store	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Heros presentes	G 47.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	Loja de sapato S/N	G 47.8	Mercadão Municipal	2023
I-07	Bar dona Maria	I 56.1	Mercadão Municipal	2023
I-07	Espaço Diva	S 95.2	Mercadão Municipal	2023
I-07	Robinho - celulares	G 47.5	Mercadão Municipal	2023
I-07	Maria loja de roupa	G 47.8	Mercadão Municipal	2023

L-09	Cardiologista Dr Eurico Junior	Q 86.4	José Galvão, 390
L-10	Julio Automóveis	G 45.1	Silva Jardim
L-10	Rádios Itaipu e Clube	J 60.1	José Galvão, 369
L-10	Melkin Lima	M 74.1	José Galvão, 349
L-10	Biosfera Star	S 96.0	José Galvão, 339
L-13	J&C Espaço de Beleza	S 96.0	Ari Barroso, 195
L-13	Innova Odontologia integrada	Q 86.3	Ari Barroso, 183
L-13	Recriar	P 85.1	
L-13	Art Cirn - Cirurgia vascular e clínica	Q 86.3	Gastão Vidigal, 248
L-13	Odontologia	Q 86.3	Gastão Vidigal, 280
L-13	Pediatria Dra Sandra Grilo	Q 86.3	Gastão Vidigal, 300
L-14	Restaurante Lagosta	I 56.1	Tv.Bell, 44
L-14	Spaço Cidinha Murilo	S 96.0	Ataliba Leonel, 400
L-14	Chapa Quente Lanches	I 56.1	Gastão Vidigal, 95

Quadrante - quadra	Estabelecimento	Classificação	Endereço
B-08	Correios	H 53.1	Dr Antônio Prado, 865
C-01	Jadlog	H 49.3	Mato Grosso, 485
D-04	CENAIC	P 85.9	Dr Antônio Prado, 592
F-03	CredFácil	K 66.1	Paraná
F-03	CEBRAC	P 85.9	São Paulo, 285
F-06	Odonto Excellence	Q 86.3	Nove de Julho, 75
F-08	Farmais	G 47.7	Nove de Julho, 92
F-10	Melissa Clube	G 47.8	Rio de Janeiro, 09
F-10	CVC	N 79.1	Antônio Carlos Mori, 115
F-11	Mc Sobremesas	G 47.2	Shopping Cinemarti
F-12	Chiquinho Sorvete	I 56.1	Antônio Carlos Mori
F-13	Castor	G 47.5	Antônio Carlos Mori, 411
F-13	O Boticário	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 403
F-14	Ana Capri	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 94
F-14	Arezzo	G 47.8	Rio de Janeiro, 324
F-14	Morana	G 47.8	Rio de Janeiro, 346
F-16	Bolo La Dcasa	G 47.2	Cardoso Ribeiro, 285
F-16	Castor	G 47.5	Paraná, 414
F-16	Mercadão dos Ócu	G 47.7	Antônio Carlos Mori, 264
F-16	Carmen Steffens	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 285
F-16	Hering	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 274
F-16	Lupo	G 47.8	Antônio Carlos Mori, 342
F-17	Cacau Show	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 414
F-17	Chocolates Brasil (	G 47.2	Antônio Carlos Mori, 368
F-17	Sorridents	Q 86.3	Altino Arantes, 136
G-01	Azul Empréstimos	N 82.9	São Paulo
G-03	Casa dos Bolos	G 47.2	dos Expedicionários, 180
G-03	O Boticário	G 47.7	Dr Altino Arantes, 151
G-03	Mais1 Café	I 56.1	Nove de Julho, 519
G-03	Sorveteria Chiquin	I 56.1	Dr Altino Arantes, 199
G-06	Help! Loja de créd	K 66.1	Antônio Carlos Mori, 505
G-09	Oakberry	G 47.2	Cardoso Ribeiro, 503
G-09	Sodiê Doces	I 56.1	Dr Altino Arantes, 151
G-09	Facta	K 66.1	dos Expedicionários, 348
H-03	OdontoCompany	Q 86.3	Arlindo Luz, 452
H-04	O Boticário	G 47.7	Paraná, 526
H-04	M. Officer	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 342
H-04	Purific	G 47.8	Souza Soutelo, 192
H-04	Santa Lolla	G 47.8	Cardoso Ribeiro, 312
H-05	Seguralta	K 66.2	Souza Soutelo, 68
H-05	GOU Clínicas de (	Q 86.3	Paraná, 521
H-07	Cresci e perdi	G 47.8	Rio de Janeiro, 595
H-07	Mais Top Estética	S 96.0	Rio de Janeiro, 621
H-09	KNN Idiomas	P 85.9	Paulo Sá, 299
H-09	OrthoDontic	Q 86.3	Dr Altino Arantes, 364
H-10	Fórmula animal	G 47.7	Rio de Janeiro, 728
H-16	Fisk	P 85.9	Arlindo Luz, 839
I-01	Óticas Carol	G 47.7	Centro Comercial Alberto Matachana
I-01	Lilica & Tigor	G 47.8	Centro Comercial Alberto Matachana
I-01	Subway	I 56.1	Centro Comercial Alberto Matachana
I-01	Espaço Laser	S 96.0	Centro Comercial Alberto Matachana
I-04	The Best Açaí	I 56.1	Monsenhor Córdova, 84
I-14	Damásio Educacio	P 85.9	Benajamin Constant, 500
J-02	Aloemed Produtos	G 47.7	Paraná, 960
J-15	AM PM conveniên	G 47.2	Dr Altino Arantes,
J-15	Bolo Lá Dcasa	G 47.2	Paraná, 1185
K-12	Água Doce Sabore	I 56.1	Silva Jardim, 634
L-05	Oral Sin	Q 86.3	Joaquim de Azevedo, 937

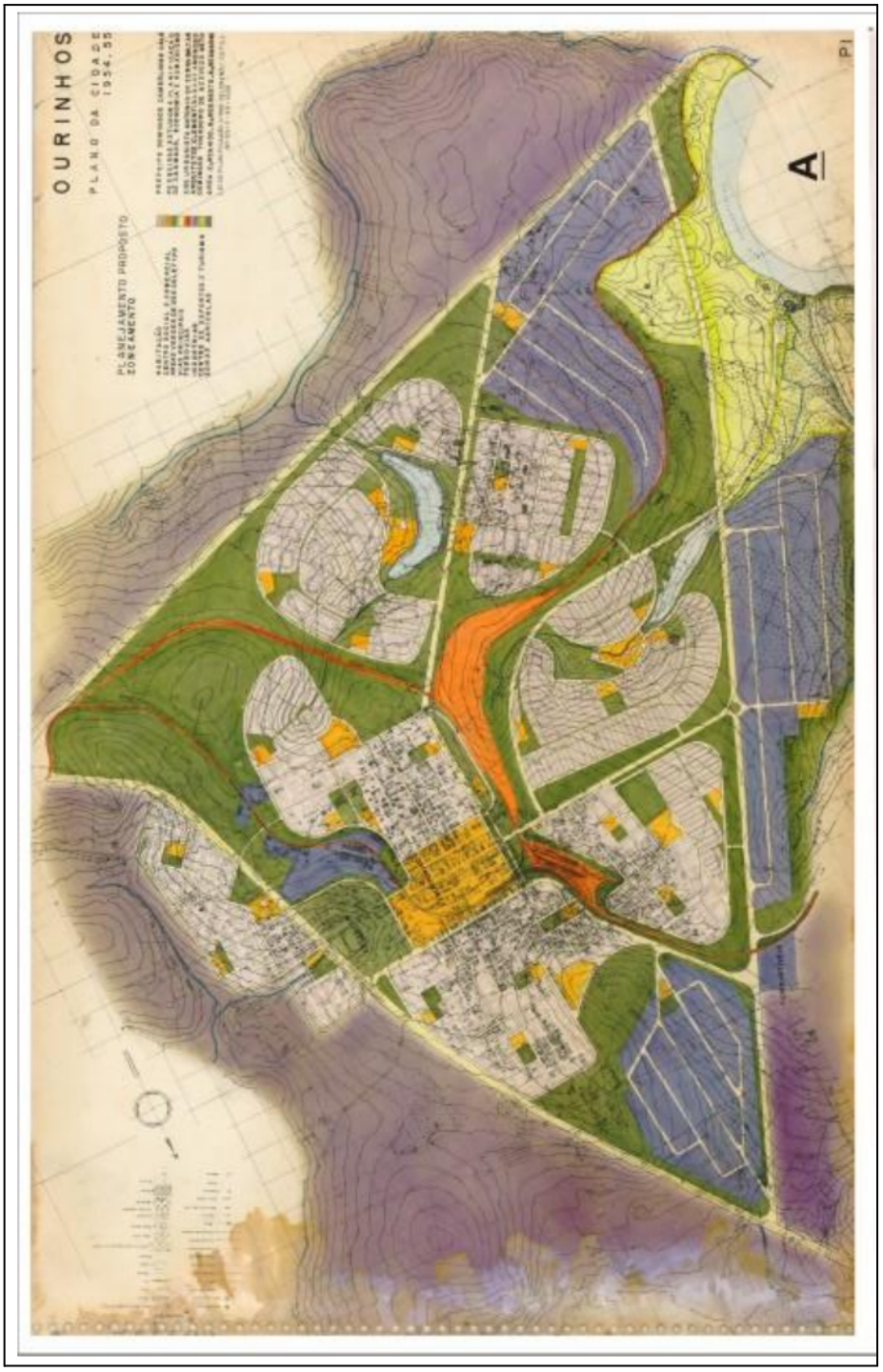
Apêndice 4 - Lojas no Ourinhos Plaza Shopping



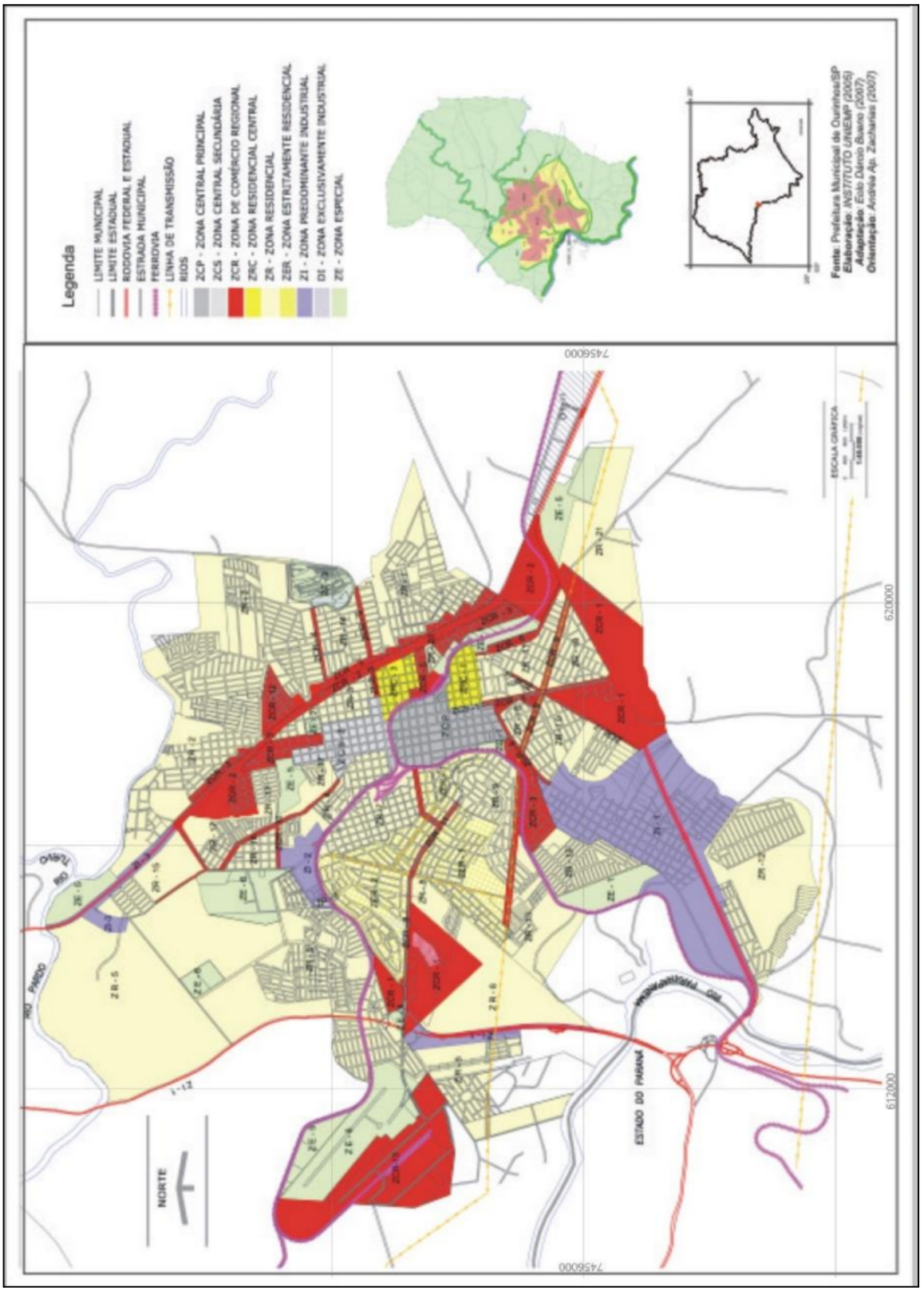
ANDAR		Loja	Franquia	ANDAR		Loja	Franquia
1º andar		Poupatempo	Não	2º andar		Chiquinho Sorve	sim
		The Master Donuts	Não			Grilleto	sim
Entrada/Saída	Quisoque	Xica Churros	Não			Suco Bagaço	sim
		Estética KV	sim			Milanetto	sim
		Passaleti	Não			Buona Batata	Não
		Studio Gui Ollier	Não			Burger King	sim
		Oriental San Sushi	Não			Cinépolis	Não
		Piticas	sim			Patroni	sim
		Galdino	Não			Palato	Não
		Renner	Não			McDonalds	sim
		World Tennis	sim			Riachuelo	Não
		Chilli beans	sim			New age	Não
		Melissa	sim			Kids Stok	sim
		O Boticário	sim			Tiro ao alvo	Não
		Amigão	Não			Planet Play Jum	Não
		Perino Gelateria	sim		QUIOSQUE	Fini	sim
		i7 informática	Não	Subsolo		Belíssima semijc	Não
		Amercianas	Não			Betel - Fábrica d	Não
		Castor	sim			Box case	Não
		Vivo	Não			Pet shop	Não
		Tim	Não			Omo lavanderia	sim
		Polo Wear	Não			Localiza	Não
		Café Du Plaza	Não			Infosat	Não
		Love brans	sim			Dipama shoes	Não
		Arena chopp	Não			Água de cheiro	sim
		Cacau Show	sim			Lava car	Não
		Brinquedos da Vila	Não		QUIOSQUE	Ice cream roll	sim
		Duvó sorvete americano	Não				
		Rosa make	sim				
		Balão das Letras	Não				
	QUIOSQUE	Mc Sobremesa	sim				
		Açaí Up Berry	Não				
		Havaianas	sim				
		Nutty Bavarian	sim				

ANEXOS

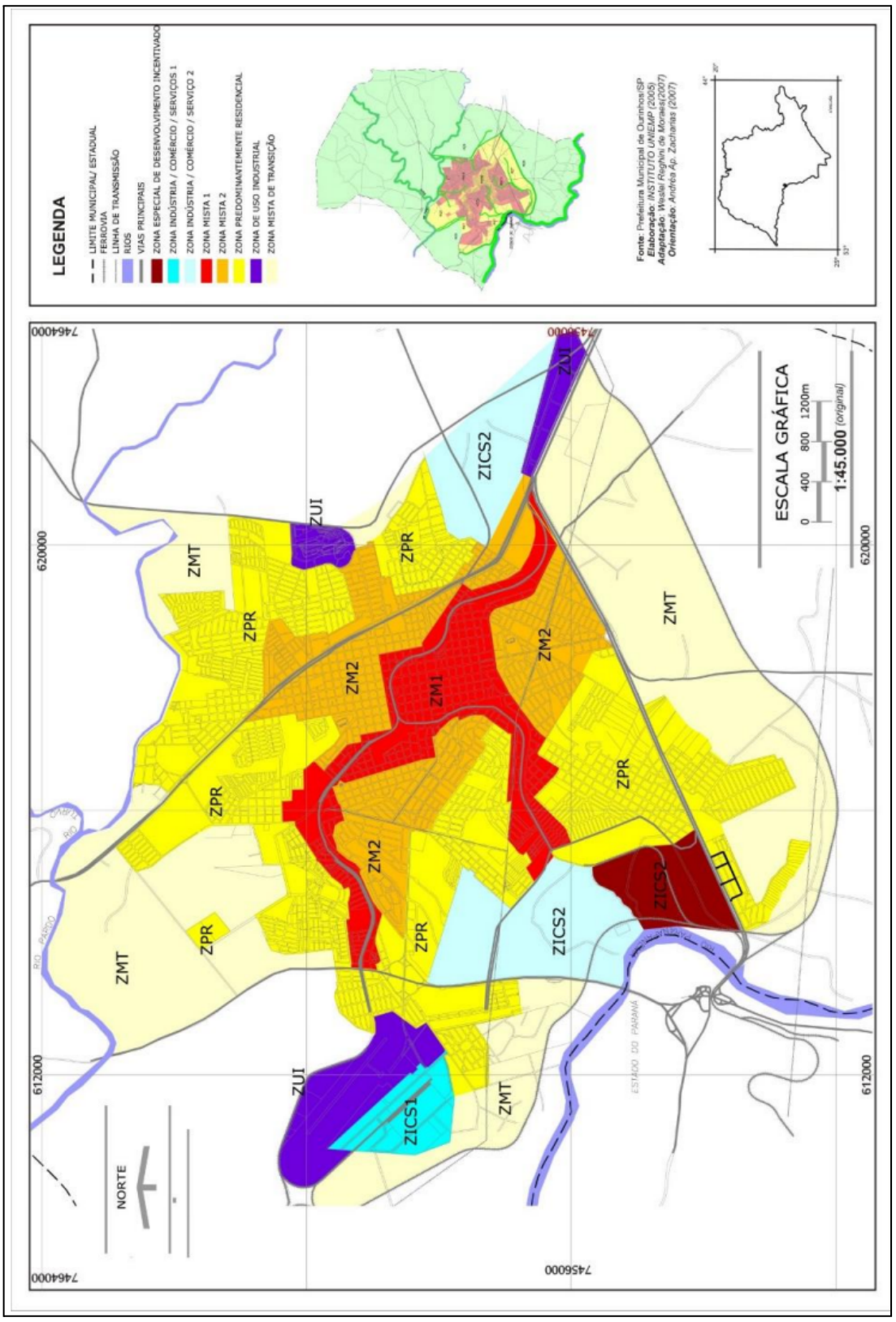
Anexo 1 - Zoneamento Urbano do Município de Ourinhos/SP, segundo as concepções Econômico-Humanista do Padre Lebret. Fonte: ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, 2018.



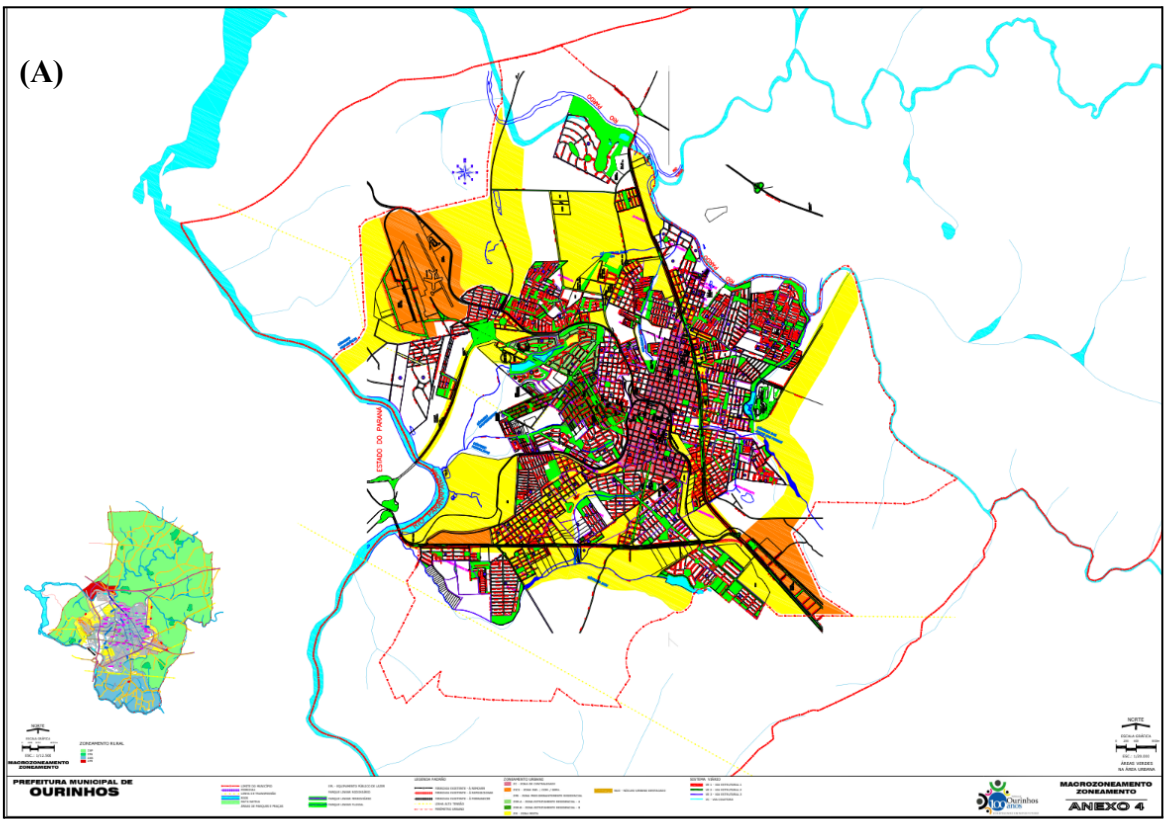
Anexo 2 - Zoneamento Urbano Funcionalista e Tradicional de 1982 do Município de Ourinhos/SP. Fonte: ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, 2018.

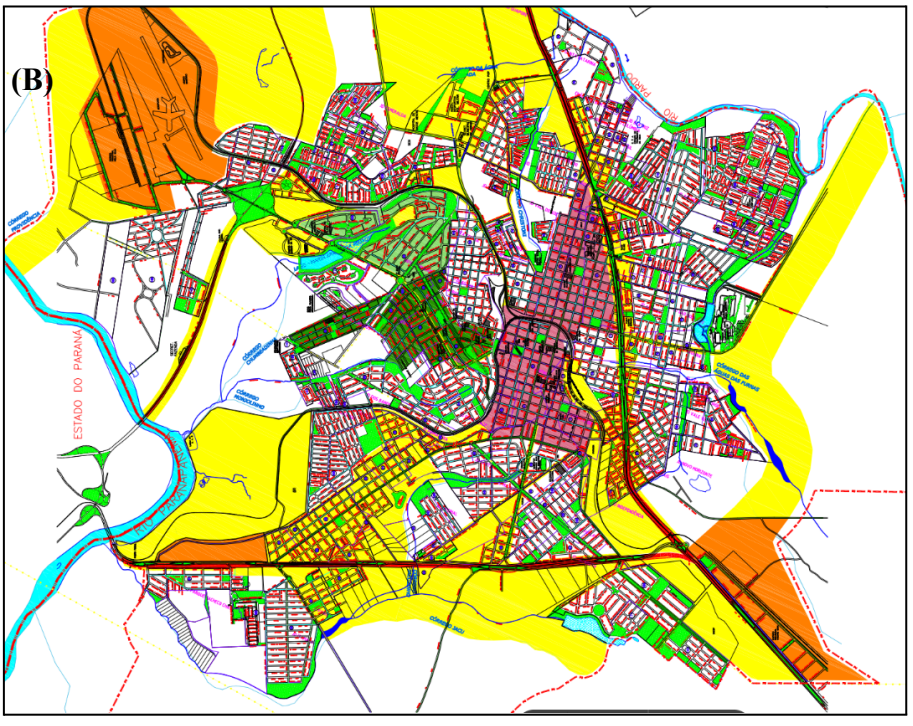


Anexo 3 - Proposta de Zoneamento Ambiental e Participativo do Município de Ourinhos/SP (2006). Fonte: ZACHARIAS (2006) *apud* ZACHARIAS; GUERRA; MORAES, (2018)

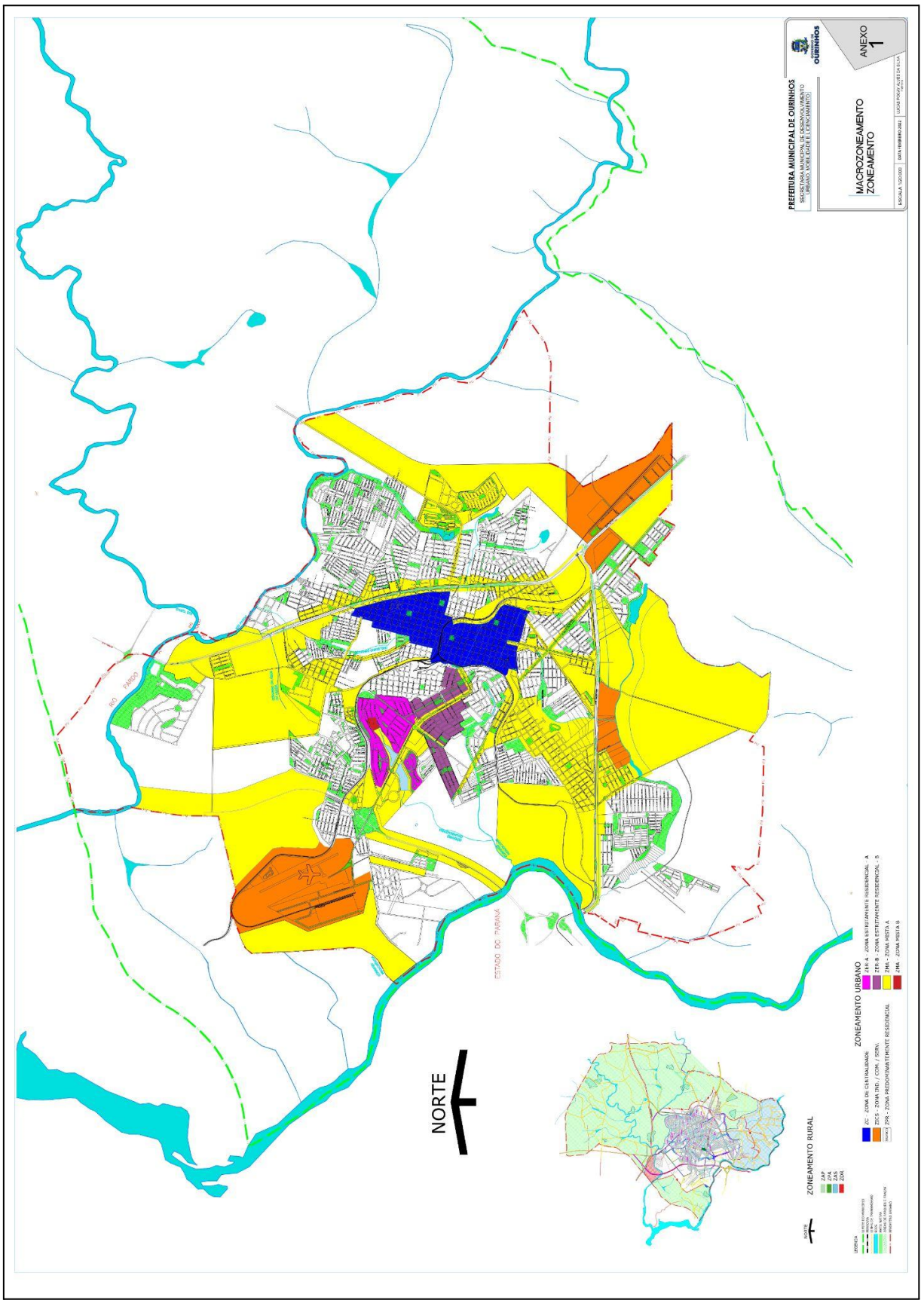


Anexo 4 - Macrozoneamento - Plano Diretor 2018. Fonte: Prefeitura Municipal de Ourinhos. **(A)** Anexo do Plano Diretor; **(B)** Ampliação com enfoque na ZC; **(C)** Ampliação da legenda





Anexo 5 - Macrozoneamento - Plano Diretor 2022. Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Urbano. (ZC representada em azul)



Anexo 6 - Domicílios particulares com rendimento mensal per capita de mais de dez salários mínimos em Ourinhos – 2010. Fonte: Furini (2018).