



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Curso de Geografia Licenciatura
Campus Três Lagoas



CONSUMO E ESPAÇO URBANO: COMÉRCIO E PRÁTICAS ESPACIAIS NO BAIRRO NOVO OESTE, EM TRÊS LAGOAS-MS

MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO

DIDIR DE SOUZA ROMEIRO NETO

TRÊS LAGOAS
2025



Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Curso de Geografia Licenciatura

Campus Três Lagoas

DIDIR DE SOUZA ROMEIRO NETO

CONSUMO E ESPAÇO URBANO: COMÉRCIO E PRÁTICAS ESPACIAIS NO BAIRRO NOVO OESTE, EM TRÊS LAGOAS-MS

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Geografia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campus de Três Lagoas (CPTL), como requisito para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Orientadora: Patrícia Helena Milani

TRÊS LAGOAS
2025

Didir de Souza Romeiro Neto

**CONSUMO E ESPAÇO URBANO: COMÉRCIO E PRÁTICAS
ESPACIAIS NO BAIRRO NOVO OESTE, EM TRÊS LAGOAS-MS**

Monografia apresentada à Banca Examinadora em:

_____de_____de 2025 e foi considerada_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa Dra Patrícia Helena Milani
Orientadora

Profa Dra Rafaela Fabiana Ribeiro Delcol
Membro da banca

Profa Dra Gislene Figueiredo Ortiz Porangaba
Membro da banca

Dedico este trabalho à minha família, que sempre esteve comigo em todos os momentos, incentivando, apoiando, dando forças e muitos motivos para continuar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado saúde e graça nesses quatro anos de graduação. Agradeço aos meus pais por todo incentivo, sustento, cuidado e amor em todo momento. Ao meu pai por ser exemplo de caráter, força, resistência e coragem. À minha mãe por sempre querer o meu melhor e o meu máximo em todas as áreas da vida. Ao meu irmão pela companhia, pelas brincadeiras e pelo carinho que todo irmão deve ter pelo outro. Agradeço também a minha esposa, por todo apoio, companheirismo e amor.

Não poderia deixar de agradecer a todos os professores que de um jeito ou de outro deixam uma inspiração em cada acadêmico que passa pelo curso. Agradeço também os colegas que passaram por esse curto e ao mesmo tempo longo período da graduação. Agradeço especialmente à minha orientadora Patrícia Helena Milani por todo apoio e incentivo para concluir esta pesquisa.

Agradeço a todos os meus familiares e também aos meus companheiros de jornada e a todos aqueles que mesmo sem eu saber torcem por mim de alguma forma.

*As dificuldades preparam pessoas comuns para destinos
extraordinários*
- C. S. Lewis

RESUMO

O presente trabalho analisa as práticas espaciais, o consumo e as dinâmicas territoriais dos moradores do Bairro Novo Oeste, em Três Lagoas (MS). O estudo buscou compreender como os moradores percebem, utilizam e se relacionam com os comércios de seu entorno, considerando o papel do comércio local na produção do espaço urbano e na consolidação de áreas que expressam centralidades. A pesquisa foi desenvolvida por meio de levantamento bibliográfico, observações de campo e aplicação de questionários on-line com os moradores do bairro. Os resultados evidenciam que os comércios do Bairro Novo Oeste desempenham papel relevante no cotidiano dos moradores, atendendo principalmente às demandas básicas, embora apresentem limitações quanto à diversidade de produtos e aos preços. Constatamos que a maior parte dos moradores valoriza a conveniência e as relações de sociabilidade proporcionadas pelo comércio local, mas também recorre a outros bairros ou ao centro da cidade em busca de preços mais acessíveis e maior variedade de produtos. Concluimos que o Bairro Novo Oeste expressa um processo de consolidação comercial que reflete a tendência de descentralização urbana de Três Lagoas, evidenciando a importância dos pequenos comércios como espaços de sociabilidade, identidade e dinamismo econômico local. A pesquisa teve como objetivo compreender como os moradores do Bairro Novo Oeste, em Três Lagoas (MS), percebem e utilizam o comércio local, investigando suas práticas espaciais de consumo e o papel desses estabelecimentos na produção do espaço urbano.

Palavras Chaves: Comércio; Consumo; Espaço urbano; Práticas espaciais; Três Lagoas-MS.

RESUMEN

Este estudio analiza las prácticas espaciales, el consumo y la dinámica territorial de los residentes del barrio Novo Oeste en Três Lagoas (MS). El objetivo fue comprender cómo los residentes perciben, utilizan e interactúan con los comercios de su entorno, considerando el papel del comercio local en la producción del espacio urbano y la consolidación de zonas que expresan centralidad. La investigación se desarrolló mediante revisión bibliográfica, observaciones de campo y la aplicación de cuestionarios en línea a los residentes del barrio. Los resultados muestran que los comercios del barrio Novo Oeste desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los residentes, principalmente satisfaciendo necesidades básicas, si bien presentan limitaciones en cuanto a la diversidad de productos y precios. Se constató que la mayoría de los residentes valoran la conveniencia y la interacción social que brindan los comercios locales, pero también acuden a otros barrios o al centro de la ciudad en busca de precios más asequibles y una mayor variedad de productos. Se concluyó que el barrio Novo Oeste expresa un proceso de consolidación comercial que refleja la tendencia a la descentralización urbana en Três Lagoas, destacando la importancia de los pequeños comercios como espacios de sociabilidad, identidad y dinamismo económico local. La investigación tuvo como objetivo comprender cómo los residentes del barrio Novo Oeste en Três Lagoas (MS) perciben y utilizan el comercio local, investigando sus prácticas de consumo espacial y el papel de estos establecimientos en la producción del espacio urbano.

Palabras Claves: Comercio; Consumo; Espacio urbano; Prácticas espaciales; Três Lagoas-MS.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Localização de Três Lagoas.....	15
Figura 2: Mapa de localização do Bairro Novo Oeste em Três Lagoas-MS.....	16
Figura 3: Comércio de salgados fritos.....	24
Figura 4: Pequena conveniência, sem nome e sem fachada.....	25
Figura 5: Principal padaria do bairro, Padaria Pingo Doce.....	25

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Faixa etária das pessoas que responderam os questionários.....	29
Gráfico 2: Sexo dos participantes.....	29
Gráfico 3: Ocupação principal dos pesquisados.....	30
Gráfico 4: Frequência de utilização do comércio do bairro Novo Oeste.....	30
Gráfico 5: Tipo de estabelecimento frequentado.....	31
Gráfico 6: Fator que mais influência na escolha pelo comércio local.....	32
Gráfico 7: Fatores que levam os moradores a não consumir no bairro.....	32
Gráfico 8: Consideração dos moradores se o comércio do bairro atende às suas necessidades.....	33
Gráfico 9: Moradores que se deslocam para outros bairros ou para o centro.....	34
Gráfico 10: Principais motivos que levam os moradores a se deslocar para ou centro ou para outros bairros.	34
Gráfico 11: Moradores que se deslocam para outros bairros ou para o centro....	35

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Comércio que atendem os moradores do bairro Novo Oeste.....	26
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1: O ESPAÇO URBANO, PRÁTICAS ESPACIAIS E O PROCESSO DE DESCENTRALIZAÇÃO COMERCIAL.....	15
1.1. O espaço urbano.....	17
1.2. Práticas espaciais.....	19
1.3. Descentralização comercial	20
CAPÍTULO 2: COMÉRCIO, CONSUMO E PRÁTICAS ESPACIAIS NO BAIRRO NOVO OESTE.....	24
2.1. Perfil dos consumidores e consumo no Bairro Novo Oeste	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
ANEXOS.....	40

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, algumas cidades médias brasileiras, nos termos de Sposito (2017), têm passado por transformações em suas formas e em suas estruturas urbanas, impulsionadas por alguns elementos que variam entre as cidades. De modo geral, destacamos o crescimento populacional, o processo de industrialização, surgimento e fortalecimento de novas áreas comerciais e pelo aumento da extensão territorial – e isso inclui novas áreas de moradias para diferentes segmentos socioeconômicos. Nesse contexto, é possível observar o surgimento de novos espaços comerciais fora dos centros tradicionais, fenômeno que revela novas configurações comerciais. Inclusive áreas que podem expressar centralidades urbanas, modificando ao longo do tempo a dinâmica urbana das cidades.

Em Três Lagoas, uma cidade localizada a leste de Mato Grosso do Sul, também evidencia esse processo de expansão aos elementos citados. Um crescimento e surgimento de novos comércios e serviços para atender a população local, ou seja, para atender principalmente os moradores dos bairros, claro, a partir do surgimento de novas áreas residenciais – condomínios fechados de médio e alto padrão, principalmente a norte e leste da cidade e conjuntos habitacionais a sul e sudeste da cidade, para o qual daremos enfoque no Bairro Novo Oeste, que é conformado por um loteamento aberto, ocupado por casas e um conjunto habitacional em modelo vertical (Conjunto Habitacional Novo Oeste).

Esses comércios, embora de pequeno porte, exercem papel fundamental na configuração das práticas espaciais de consumo dos moradores. A proximidade geográfica entre a moradia e o ponto comercial favorece a frequência cotidiana desses estabelecimentos, tornando o ato de consumir também uma forma de vivência e apropriação do bairro. Além disso, há uma dimensão relacional que ultrapassa a simples troca mercantil: constrói-se um vínculo de confiança e reconhecimento mútuo entre comerciantes e consumidores, marcado pela proximidade afetiva e social. Essa relação se diferencia daquela estabelecida com os comércios de maior porte ou franquias, geralmente impessoais e distantes do cotidiano local.

Combinado a isso, observa-se que muitos dos moradores do Bairro Novo Oeste são também pequenos comerciantes, o que reforça o caráter endógeno da economia local, como observamos em nosso trabalho de campo. O consumo assume uma dimensão territorial e simbólica, na qual o ato de comprar e vender está intimamente ligado à manutenção do tecido social e à valorização da vida cotidiana no bairro, bem como uma alternativa de trabalho e geração de renda para algumas famílias quando comercializam algo no bairro. Dessa forma, consideramos relevante analisar como os moradores do bairro Novo Oeste utilizam o comércio local, buscando entender os fatores que influenciam as escolhas desses consumidores, como preços, qualidade dos produtos, atendimento, infraestrutura, proximidade, entre outras. O estudo justifica-se pela necessidade de trazer visibilidade às dinâmicas econômicas e territoriais presentes nos bairros mais distantes do centro principal da cidade.

Por meio da abordagem da Geografia Urbana, esta pesquisa se propõe a contribuir para a compreensão das práticas espaciais de consumo em áreas não centrais, reconhecendo que o consumo é também uma forma de produção e apropriação do espaço urbano. A análise dialoga com autores como Sposito (2001), que discute a constituição de novas centralidades e a reestruturação das cidades médias; Corrêa (2004), ao enfatizar o papel dos agentes produtores do espaço urbano e as lógicas territoriais que estruturam o uso do solo; Lefebvre (1999), cuja reflexão sobre a produção do espaço evidencia a dimensão social, política e simbólica das práticas cotidianas; Villaça (2001), que analisa a desigual distribuição das atividades urbanas e as formas de segregação socioespacial que marcam o tecido urbano brasileiro e Pintaui (2003) que mostra que o ato de consumir ultrapassa a dimensão econômica: é também uma prática espacial e social, vinculada ao modo como as pessoas se apropriam do espaço urbano. Assim, o comércio revela as transformações da cidade, suas contradições e suas formas de reprodução. Portanto, ao analisar o comércio do bairro Novo Oeste, sob a perspectiva dos consumidores e de suas práticas de consumo, o trabalho busca refletir sobre os processos de descentralização urbana, novas áreas comerciais e as relações entre espaço e consumo.

Temos como objetivo geral investigar as práticas espaciais dos consumidores do subcentro comercial, que consideramos em fase de

constituição, do bairro Novo Oeste.

O estudo se constitui, primeiramente, de uma formação teórica sobre o tema, iniciando-se por uma pesquisa bibliográfica e análise das ideias e conceitos centrais acionados para o desenvolvimento desta pesquisa. Aplicamos 21 questionários on-line por meio do Google Forms com o objetivo de apreender algumas práticas de consumo dos moradores do bairro Novo Oeste.

No Capítulo 1 discutimos aspectos de Três Lagoas-MS como localização, quantidade de habitantes e tamanho territorial. Apresentamos o bairro analisado, suas características e sua localização em relação ao centro. Apresentamos apontamentos teóricos sobre o espaço urbano, práticas espaciais e descentralização comercial.

No capítulo 2 apresentamos os comércios que estão estabelecidos no bairro e imagens de alguns. Além disso, também apresentamos e discutimos os resultados coletados pelas respostas dos moradores.

Encerramos o trabalho com as Considerações Finais.

CAPÍTULO 1: O ESPAÇO URBANO, PRÁTICAS ESPACIAIS E O PROCESSO DE DESCENTRALIZAÇÃO COMERCIAL EM TRÊS LAGOAS

Três Lagoas é uma cidade localizada a leste de Mato Grosso do Sul, com uma população estimada de 141.435 habitantes em 2024 segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o mapa da Figura 1 mostra a localização do município de Três Lagoas no Estado.

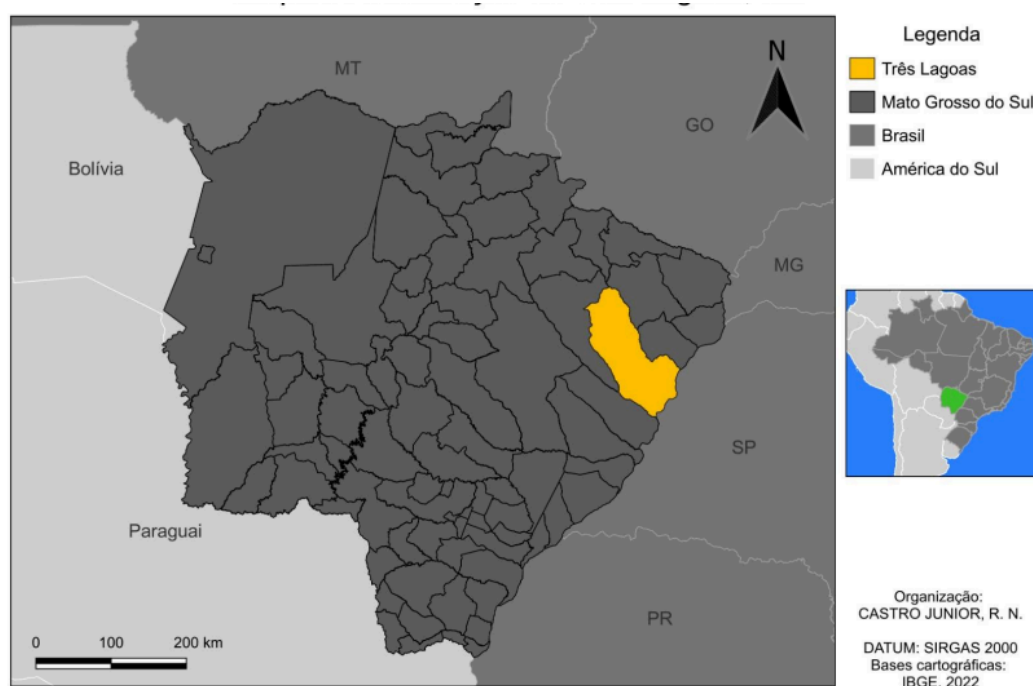


Figura 1: Mapa de localização de Três Lagoas.

O município possui 10.217,071 km² de extensão e a cidade mais de 40 bairros, sendo o bairro Novo Oeste a nossa área de estudo (Figura 2). O bairro em questão é constituído de loteamentos, casas e um conjunto habitacional em modelo vertical (Conjunto Habitacional Novo Oeste).

Os conjuntos habitacionais são empreendimentos realizados pelo programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV) em conjunto com o governo estadual e municipal, que deram subsídios para a construção desses dois conjuntos habitacionais verticais, nomeados de Novo Oeste e Orestinho, entregues a partir de 2013 sendo a última etapa em outubro de 2016, que beneficiaram 2,656 mil famílias da cidade, segundo a Prefeitura Municipal de Três Lagoas.

Portanto, o bairro Novo Oeste (estudado) é constituído por casas, loteamentos, conjuntos habitacionais e pequenos comércios para atender a demanda do consumo dos moradores do bairro. O mapa da Figura 2 mostra a localização do bairro na cidade de Três Lagoas.

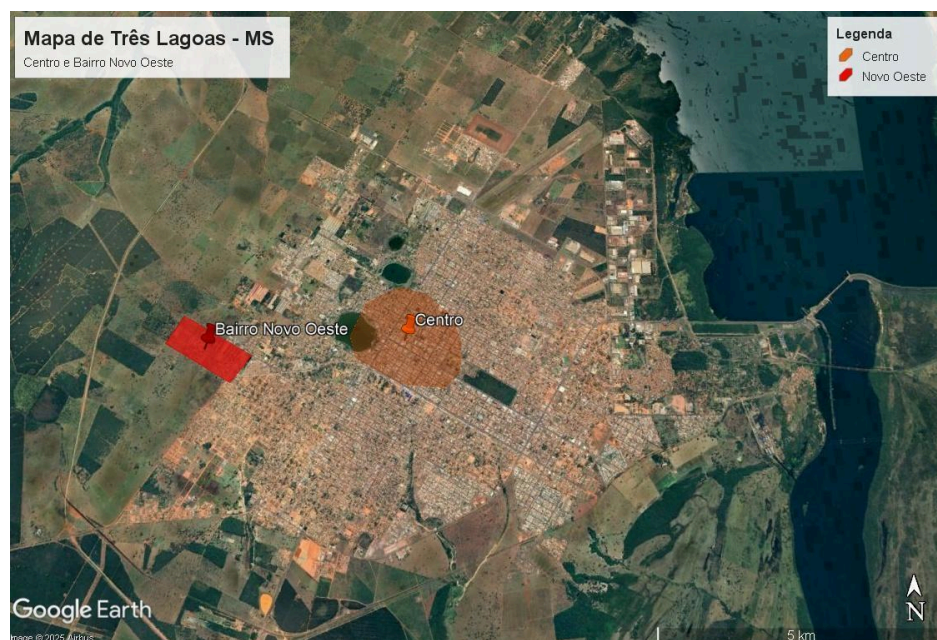


Figura 2: Mapa de localização do Bairro Novo Oeste em Três Lagoas-MS

Fonte: Elaborado pelo próprio autor por meio do Google Earth Pro.

Trata-se de uma área de expansão urbana relativamente recente, marcada pela ocupação planejada e pela presença de políticas habitacionais voltadas para a população de baixa e média renda. Além disso, é possível observar que o bairro encontra-se em um espaço periférico da malha urbana. O mapa mostra a localização do bairro, evidenciando sua posição em relação ao centro.

A formação do bairro está relacionada ao processo recente de expansão urbana da cidade, sobretudo a partir da primeira década dos anos 2000, quando Três Lagoas passou a experimentar forte crescimento econômico vinculado à instalação de indústrias de base florestal, papel e celulose.

Nesse período, a cidade consolidou-se como polo estratégico do setor industrial. Esse dinamismo econômico atraiu fluxos migratórios de diferentes regiões do país, ampliando a demanda por moradia e pressionando o mercado imobiliário local. Como resposta, houve um aumento significativo na abertura de

loteamentos e na implementação de programas habitacionais voltados principalmente às camadas populares, o que favoreceu a consolidação de bairros como o Novo Oeste.

Esse processo de urbanização não ocorreu de maneira espontânea, mas esteve fortemente vinculado à lógica de reprodução do espaço urbano marcada pela valorização da terra e pela expansão periférica. Ao mesmo tempo em que atendia a necessidade de habitação da população trabalhadora, a abertura do bairro também refletia os interesses do setor imobiliário e das políticas públicas habitacionais, criando um território planejado, mas ainda carente de infraestrutura urbana mais consolidada. Assim, o Novo Oeste expressa a interdependência entre crescimento econômico, políticas habitacionais e expansão periférica, revelando a forma como a cidade de Três Lagoas se reconfigura diante das dinâmicas produtivas locais e regionais.

1.1. O espaço urbano, apontamentos teóricos

O espaço urbano é um conjunto de práticas comerciais, econômicas, territoriais e sociais. Além disso, o espaço urbano se estrutura a partir de padrões de consumo da população com grande protagonismo da estruturação de comércios, como buscamos apontar em Três Lagoas.

A produção do espaço urbano é realizada a partir de vários fatores e processos. Segundo Corrêa (2011) essa produção é consequência da ação dos agentes sociais concretos, históricos, todos de interesses, estratégias e práticas espaciais próprias, portadores de contradições e geradores de conflitos entre eles mesmos e com outros segmentos da sociedade.

Ainda segundo Corrêa (1995), o espaço urbano é:

O espaço de uma grande cidade capitalista constitui-se, em um primeiro momento de sua apreensão, no conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si. Tais usos definem áreas, como o centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviços e de gestão, áreas industriais, áreas residenciais distintas em termos de forma e conteúdo social, de lazer e, entre outras, aquela reservada para futura expansão. (CORRÊA, 1995, p. 7)

Dessa forma, o espaço urbano é também uma organização espacial da cidade, um espaço segmentado munido de várias relações sociais, físicas, econômicas, entre outras que produzem fluxos e conexões entre as áreas que muitas vezes são segmentadas. O espaço urbano é produzido pelos agentes produtores, ligados a interesses diversos que produzem e reproduzem a cidade. Corrêa (1995) argumenta que existem cinco agentes sociais modeladores do espaço urbano que promovem uma articulação e fragmentação:

Existem cinco agentes sociais modeladores do espaço: os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos. Deste modo, eles materializam no espaço os processos e os fenômenos sociais no local onde agem e estão em cada parte do espaço e são responsáveis por organizar e reorganizar a cidade (CORRÊA, 1995 p.7).

Sendo assim, na atuação desses agentes, o solo urbano assume o papel de mercadoria, utilizada de forma estratégica dentro da lógica de acumulação capitalista, o que gera conflitos permanentes entre os diversos sujeitos que produzem e se apropriam da cidade. Conforme observa Corrêa (2004), o espaço urbano resulta da ação de múltiplos agentes sociais — como o Estado, os proprietários fundiários, o capital imobiliário e os diferentes grupos sociais —, cujos interesses e poderes de intervenção são desiguais. Nesse contexto, há aqueles que dispõem de recursos econômicos e políticos para escolher onde construir, morar ou investir, enquanto os proprietários fundiários frequentemente mantêm suas terras ociosas, aguardando a valorização imobiliária, numa prática que reforça o caráter especulativo e rentista da propriedade urbana. Em contrapartida, os grupos sociais de baixa renda permanecem excluídos das áreas valorizadas, dependendo da ação do Estado e de políticas habitacionais, muitas vezes direcionadas para conjuntos periféricos, distantes dos centros urbanos e carentes de infraestrutura e serviços essenciais.

Dessa forma, evidencia-se que o acesso ao solo urbano é profundamente desigual, pois, na cidade capitalista, a terra é tratada como mercadoria e fonte de valorização do capital, como aponta Harvey (2013) ao discutir o processo de acumulação por espoliação. No mercado urbano, aqueles com maior poder aquisitivo dispõem de maiores possibilidades de escolha e localização, enquanto as populações de baixa renda enfrentam restrições de

mobilidade e de acesso aos serviços urbanos, o que reforça a segregação socioespacial. Assim, o espaço urbano é constantemente (re)produzido pelas práticas e disputas desses agentes, refletindo o que Lefebvre (1999) denomina de produção social do espaço — um processo contraditório, marcado pela coexistência entre acumulação capitalista, necessidades sociais e lutas pelo direito à cidade.

1.2. Práticas espaciais

As práticas espaciais são as ações e modificações que acontecem no espaço geográfico, moldando e sendo moldado por eles, as ações cotidianas das pessoas, ações que são espaciais e temporais. Morar, consumir, transitar, ter lazer e ócio na Lagoa Maior, por exemplo, são práticas que compreendemos em nossa pesquisa, enquanto práticas espaciais. Ou seja, a forma como as pessoas interagem no e com o espaço por meio de atividades cotidianas é nossa escala de análise e enfoque de pesquisa.

O crescimento populacional, o surgimento de novos comércios e o aumento da extensão territorial da cidade, ou seja, consolidação de bairros mais distantes do centro, são elementos espaciais importantes na mudança das práticas espaciais, pois exigem mudanças, sobretudo devido ao aumento das distâncias a serem percorridas para consumir, por exemplo. Por outro lado, a abertura paulatina e a por conseguinte a consolidação de áreas comerciais nos próprios bairros, expressam também essas mudanças, as pessoas muitas vezes mudam seus espaços de consumo, principalmente aquele mais imediato, do consumo diário. É possível observar diferentes estratégias e lógicas de atuação das empresas, bem como novas práticas espaciais por parte dos consumidores.

Os trabalhos sobre o comércio urbano na perspectiva geográfica permitem acompanhar o desenvolvimento urbano, perceber como evoluiu a cidade e a sua organização interna, e mesmo a diversidade social dos grupos que partilham o território e o grau de abertura da economia ao exterior (SALGUEIRO, 1994, p.177).

Portanto, compreender a dinâmica do comércio auxilia o acompanhamento da produção do urbano e o surgimento de novas práticas comerciais e as novas dinâmicas sociais da cidade. Dessa forma, é importante entender o comércio e a cidade não só a partir da questão econômica das

empresas, mas também por das práticas cotidianas dos moradores e consumidores para um entendimento mais amplo das práticas espaciais e dinâmicas urbanas na escala do cotidiano, onde se expressam também as lógicas de produção da cidade.

O comércio sempre esteve muito associado ao urbano, sendo que, ao passo em que se intensificavam as atividades comerciais, as cidades surgiam e se desenvolviam. Porém, nota-se também a influência da cidade nas atividades comerciais, tendo em vista que, na medida em que essas se desenvolvem e se modernizam, o comércio precisa se reinventar, criar novas formas para sobreviver num mercado cada vez mais competitivo e inovador. (SILVA; CLEPS, 2010, p.2).

A cidade e o comércio estão intimamente relacionados, um produzindo e reproduzindo, ambos influenciando e sendo influenciados mutuamente. Tendo o comércio lugar de destaque na produção do espaço urbano, ao longo da história. Conforme a cidade vai se desenvolvendo e crescendo novas práticas espaciais de comércio vão surgindo muito em parte pelos processos já citados como o crescimento populacional, extensão territorial, atuação dos agentes econômicos. O enfoque aqui dado, na pesquisa, é: com o surgimento de novas áreas residenciais, neste caso, de segmentos populares, incluindo um conjunto habitacional, novas áreas comerciais tendem, de modo paulatino, também ir se consolidando, para atender aos moradores dessas áreas. Isso representa, no debate urbano, um processo de conformação de subcentros comerciais combinado ao processo de descentralização comercial.

1.3. Descentralização comercial

O crescimento das cidades e as várias transformações tornam o espaço urbano cada vez mais complexo e tem modificado a estrutura pregressa, o que pode gerar inclusive novas áreas comerciais que expressam centralidades para além do centro principal, como Três Lagoas. Em alguns casos, podemos verificar o processo de descentralização, que se constitui de outras áreas da cidade que passam a ter determinados tipos de comércio e serviços, alguns em que os comerciantes deixam de escolher o centro principal para se instalar por

uma série de motivos, dentre os quais aluguéis mais caros e maior e mais ampla concorrência.

Além disso, é importante destacar como o centro exerce um papel fundamental. Lefebvre (1999) argumenta que a cidade é em si uma centralidade, pois reúne tudo o que há no espaço, tudo o que é produzido, seja pela natureza, seja pela sociedade, une os atos e os símbolos. Portanto, a descentralização também ocorre com a chegada de novas atividades na cidade, que tendem a localizar-se fora da área central, representando um campo novo para investimentos e reprodução do capital (Corrêa, 2004).

Com o processo de descentralização de atividades comerciais passa a originar novos locais de comércio para além do centro tradicional, com mais acessos para atender um público específico, principalmente moradores das proximidades. Porém, como Castell (1983) argumenta, apesar do centro perder algumas funções centrais ele continua a monopolizar as atividades de maior prestígio ocupacional e alcance espacial, como por exemplo, bancos, escritórios, sedes de empresas e serviços avançados.

Os deslocamentos, seja de matérias ou do ser humano, possuem forte poder estruturador do espaço. Com efeito, no espaço intraurbano os deslocamentos do ser humano, enquanto portador de força de trabalho ou consumidor são responsáveis por sua reestruturação a partir das áreas de comércio e serviços, seus principais focos (VILLAÇA, 2001, p.20)

É possível observar esses deslocamentos principalmente de pessoas, quando se verifica que muitos moradores trabalham distantes do seu bairro, se deslocam para trabalhar no centro (4,5 km), no Shopping da cidade (8,5 km), nas indústrias que estão mais distantes ainda (cerca de 42 km do bairro até a fábrica da Eldorado, por exemplo), ou mesmo em outros bairros.

Portanto, novas dinâmicas encontradas nas cidades deram origem à descentralização comercial. Com deslocamentos, fluxos tanto de pessoas como de matérias, têm um importante papel na estruturação de novas centralidades.

Em primeiro lugar a descentralização torna o espaço urbano mais complexo, com vários núcleos secundários de atividades. Mas o significado dela é muito mais amplo. Para o consumidor, o aparecimento de núcleos secundários de atividades comerciais gera economias de transporte e tempo, induzindo a um maior consumo, o que é de interesse do capital produtivo e comercial. (CORRÊA 1989, p.47)

Observamos que esse aparecimento de núcleos secundários de atividades comerciais é presente no bairro Novo Oeste, vários comércios surgiram e estão presentes pelo fato de os moradores, quererem (e precisarem) economizar com o transporte e o tempo preferindo consumir no comércio local, buscando opções no seu próprio bairro ou mesmo próximo dele, deixando de se deslocar até o centro para consumir, essa dinâmica favorece bastante o comércio do bairro e os pequenos comerciantes que passam a surgir. De maneira semelhante, existe a possibilidade de grandes empresas e redes varejistas se instalarem no bairro posteriormente, contribuindo para a consolidação comercial do bairro.

[...] muitas vezes a Área Central não se mostra tão atraente, como por exemplo o preço da terra nessa localidade que se apresenta muito mais elevado do que em áreas mais afastadas do centro e até mesmo em noção de espaço, que por muitas vezes por ter atingido o ápice de sua expansão, o centro não consegue mais se expandir de forma horizontal, o que impediria o comércio de atacado e varejo, por exemplo, de se instalar nessas localidades pois, em sua maioria, exigem amplas áreas capazes de comportar grande armazenamento de mercadorias e estacionamento para maior atração e conforto para os consumidores, além da localização estratégica.(TAMURA, 2021, p. 23)

Além disso, consideramos que mesmo empresas maiores podem preferir se instalar em outras áreas e não na área central pelo motivo de não ser tão atraente, não ser tão lucrativo, pois no centro o custo é muito mais elevado. Portanto, a descentralização e as novas centralidades podem ser geradas por vários motivos, envolve muitos interesses, dinâmicas e processos que como argumenta (Corrêa, 1989) torna o espaço urbano complexo.

Nesse sentido, Sposito (2001) contribui ao discutir o papel das centralidades urbanas e o processo de reconfiguração espacial das cidades médias, nas quais se observa a emergência de novos eixos comerciais fora das áreas centrais. Essa descentralização, longe de significar a perda de importância do centro, evidencia a multiplicidade de centralidades, que passam a atender demandas cotidianas e locais, especialmente em bairros residenciais em expansão. Assim, o comércio de bairro pode ser compreendido como uma expressão concreta dessa reestruturação urbana, na medida em que reproduz e ao mesmo tempo reinventa as lógicas de centralidade em escalas menores.

Por sua vez, Villaça (2001) enfatiza que a estruturação urbana brasileira é profundamente desigual, marcada por processos de segregação socioespacial que condicionam o acesso diferenciado aos bens e serviços urbanos. As atividades comerciais tendem a se concentrar nas áreas de maior poder aquisitivo, reforçando hierarquias espaciais e simbólicas. No entanto, o surgimento de núcleos comerciais locais em áreas periféricas, como o Bairro Novo Oeste, pode ser interpretado como um movimento de apropriação e resistência cotidiana, no qual os moradores produzem espaços de consumo e convivência que contrapõem a lógica centralizadora do capital imobiliário e comercial.

Desse modo, compreendemos o comércio de pequeno porte não apenas como reflexo das transformações econômicas da cidade, mas como um agente ativo na produção e reorganização do espaço urbano, revelando as formas pelas quais os moradores constroem áreas que podem expressar em determinados momentos do dia centralidades, tecem redes de sociabilidade e produzem sentidos de pertencimento nas margens da cidade.

CAPÍTULO 2: COMÉRCIO, CONSUMO E PRÁTICAS ESPACIAIS NO BAIRRO NOVO OESTE

O bairro Novo Oeste, localizado em Três Lagoas-MS, é uma área de expansão urbana recente, por volta de 2013, que vem tendo um processo de consolidação como espaço residencial e de forma gradativa desenvolvendo o comércio local – conformando o que chamamos de subcentro comercial. A dinâmica comercial do bairro está relacionada diretamente às necessidades da população, que é formada de forma geral por famílias da classe trabalhadora.

Podemos observar que o comércio no Novo Oeste é composto por estabelecimentos de pequeno porte como mercadinhos, mercearias, conveniência, farmácias, bares, lanchonetes, lojas de materiais de construção, etc. Conta também com prestadores de serviços como, salões de beleza, oficinas, serralherias. É possível também observar vendedores de salgados em alguns pontos, trailer de cachorro quente, de lanches e espetinhos, borracharias, etc. A imagem da Figura 3 mostra um pequeno comércio em que se vende salgados fritos e bebidas para os moradores logo pela manhã.



Figura 3: Comércio de salgados fritos
Fonte: Visita de campo, 2025

Esses pequenos empreendimentos atendem à demanda imediata dos moradores, evitando o deslocamento constante ao centro da cidade para suprir necessidades básicas. Vale observar que alguns desses empreendimentos são formados e originados pelas ideias dos próprios moradores, eles próprios têm uma ideia e acabam montando seu pequeno negócio. A imagem da figura 4 mostra uma pequena e nova conveniência, instalada ao lado de um conjunto habitacional, bem pequena e até mesmo sem fachada. A figura 5 por sua vez, mostra a principal padaria do bairro, bem conhecida e frequentada pelos moradores, próxima a uma farmácia.



Figura 4 : Pequena conveniência, sem nome e sem fachada.
Fonte: Visita de campo, 2025.



Figura 5 : Principal padaria do bairro, Padaria Pingo Doce.
Fonte: Visita de campo, 2025.

No entanto, observa-se que o comércio do bairro apresenta algumas limitações em termos de diversidade e infraestrutura. Muitos consumidores, dependendo do tipo de produto ou serviço desejado, precisam ir ao centro de para encontrar, como ir a redes maiores de supermercados como Nova Estrela, Big Mart, ou Atacadão. Isso revela tanto a importância do comércio local para o cotidiano quanto às fragilidades estruturais que podem restringir a autonomia do bairro em termos de consumo.

Além de sua importância econômica, o comércio local exerce também um papel social e territorial fundamental, configurando-se como um espaço de encontro, convivência e fortalecimento da identidade comunitária. Mais do que simples pontos de troca mercantil, esses estabelecimentos funcionam como lugares de sociabilidade cotidiana, onde se constroem vínculos de confiança, reconhecimento e pertencimento entre moradores e comerciantes. Tais interações contribuem para a produção e a consolidação de um sentimento de coletividade e para o reforço das redes de vizinhança, características que ajudam a compreender o papel do comércio na conformação territorial do bairro. Nesse sentido, o comércio local participa ativamente do processo de territorialização, na medida em que suas práticas e usos cotidianos produzem significados e delimitam fronteiras simbólicas que consolidam o bairro enquanto uma unidade social e espacialmente reconhecida. O Quadro 1 mostra os principais comércios que atendem o bairro.

Quadro 1: Comércios que atendem os moradores do bairro Novo Oeste.

Nome do comércio	Serviço oferecido
Açaí E Sorvete Na Calçada	Sorveteria
Aline Espaço De Sombrancelha E Depilação	Salão de beleza
C E S Conveniência	Conveniência
Cheiro Verde	Comércio de verduras
Dfit Academia	Academia
Dog Cat Petshop	Pet Shop
Drogaria Bom De Preço	Farmácia
El Patron Tabacaria E Casa De Erva	Tabacaria
És Materiais De Construção	Materiais de construção

Faca E Cia Facas Artesanais E Acessórios Para Churrasco	Venda de facas artesanais
Farma Vida III	Farmácia
Forte Materiais De Construção	Materiais de construção
Gs Imports Assistência Técnica	Assistência técnica para celulares
Horizonte Tabacaria	Tabacaria
Império Lanches	Restaurante
J. A Eletrônicos E Presentes	Assistência técnica para celulares
Jessica S Alves Salão De Beleza	Salão de beleza
JGL Conveniência	Conveniência
JK Assistência Técnica	Assistência técnica para celulares
LK Conveniência	Conveniência
Longuinho Do Gás	Comércio de gás
Mário Pipas	Venda de pipas
Mercado Baratotal	Mercado
Mercado Bom Demais D+	Mercado
MM Bebidas	Conveniência
Novo Oeste Materiais Para Construção	Materiais de construção
Novo Oeste Padaria E Conveniência	Padaria e conveniência
Panificadora Pingo Doce	Padaria
Point Do Gelatto	Sorveteria
Ponto Da Esfira	Restaurante
Ponto Do Açaí	Sorveteria
R3 Moto Peças	Oficina
Retífica De Motores Oficina Especializada	Oficina
Royal Tatuaria	Tatuaria e barbearia
Sorveteria E Doceria Mundo Doce	Sorveteria
Sula Modas	Loja de roupas
Supermercado Thomé	Mercado
Verdurão	Comércio de verduras

Organização: NETO, D.S. R, 2025.

Fonte: Trabalho de campo, 2025.

A delimitação compreendida para o levantamento desses comércios foi de todo o bairro, conforme a área delimitada pela Figura 2. Esses são os comércios que atendem os moradores do bairro Novo Oeste, eles também estão localizados muito próximos aos conjuntos habitacionais, algumas necessidades mais imediatas são satisfeitas nesses comércios. É notório que há uma quantidade significativa de comércios instalados no bairro, em sua maioria são pequenos empreendimentos que são iniciados pelos próprios moradores, como explicitado.

Trata-se, em grande parte, de iniciativas individuais ou familiares, criadas pelos próprios moradores como alternativa de sustento e geração de renda, diante da escassez de empregos formais e da dificuldade de inserção no mercado de trabalho urbano. Mais do que espaços de circulação econômica, esses comércios também cumprem funções sociais e territoriais relevantes, pois se tornam lugares de convivência, troca de informações e fortalecimento dos laços comunitários. Assim, o comércio local não apenas dinamiza a economia do bairro, mas também contribui para a consolidação do território, revelando estratégias cotidianas de resistência e permanência em um contexto urbano marcado por desigualdades socioespaciais.

2. 1. Perfil dos consumidores e o consumo no Bairro Novo Oeste

Os consumidores que frequentam esses comércios são, em sua maioria, residentes do próprio bairro Novo Oeste ou de bairros adjacentes, o que revela uma dinâmica de consumo fortemente localizada. Trata-se de uma população composta predominantemente por famílias de baixa renda, muitas delas beneficiárias de programas habitacionais, que encontram nesses estabelecimentos uma alternativa acessível e próxima para a aquisição de produtos essenciais, principalmente itens essenciais de supermercado. Além disso, observa-se que o vínculo entre comerciantes e consumidores tende a ser mais pessoal e de confiança, característica típica de economias de bairro, onde as relações sociais e de vizinhança exercem papel fundamental na manutenção dos negócios. Essa configuração evidencia não apenas a importância econômica desses pequenos comércios, mas também seu papel social como espaços de convivência, muitas vezes.

Assim como apontado em nossa metodologia, aplicamos 21 questionários com moradores do bairro Novo Oeste que consomem no comércio local, o questionário foi aplicado via Google Forms, por meio de links pelo Whatsapp para os moradores de forma particular ou mesmo em grupos de alguns condomínios (conjuntos habitacionais) do bairro, o questionário ficou aberto durante 15 dias. O Gráfico 1 mostra as porcentagens de cada faixa etária dos participantes da pesquisa.

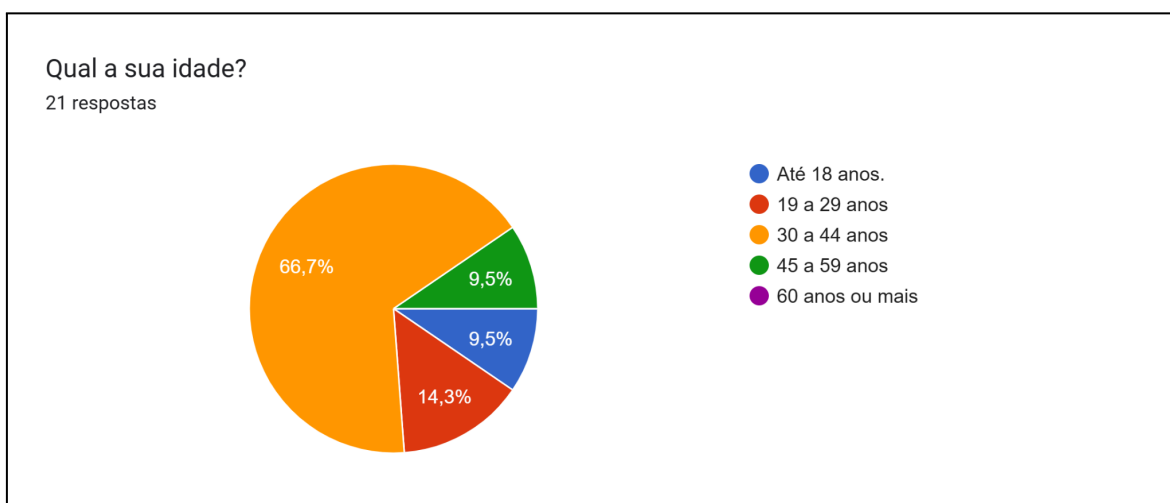


Gráfico 1: faixa etária das pessoas que responderam os questionários

A primeira pergunta feita no formulário foi a respeito da idade dos participantes. É possível perceber que a grande maioria que respondeu tem de 30 a 44 anos com cerca de 66,7% do total. A segunda categoria de idade que mais respondeu foi a de entre 19 a 29 anos com 14,3% e a de até 18 anos e de 45 a 59 anos ou mais contaram com 9,5%. Portanto, com o questionário, tivemos vários olhares no que tange a idade, com a idade de 30 a 44 anos alcançando a maioria. O Gráfico 2 representa o sexo dos respondentes:

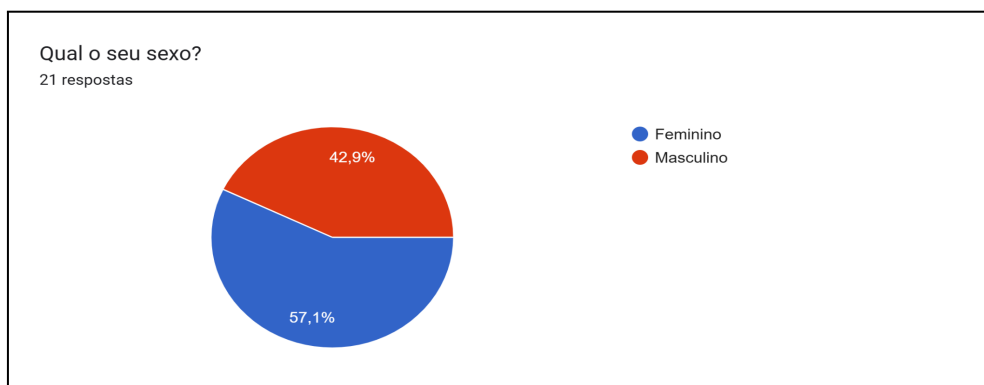


Gráfico 2: Sexo dos participantes.

Houve um equilíbrio relativo entre os gêneros, mas com a predominância do sexo feminino com 57,1% e do sexo masculino com 42,9%. Para ser mais preciso, das 21 respostas, 12 são do sexo feminino e 9 do sexo masculino. O Gráfico 3 apresenta o perfil dos participantes no que tange a sua ocupação principal:

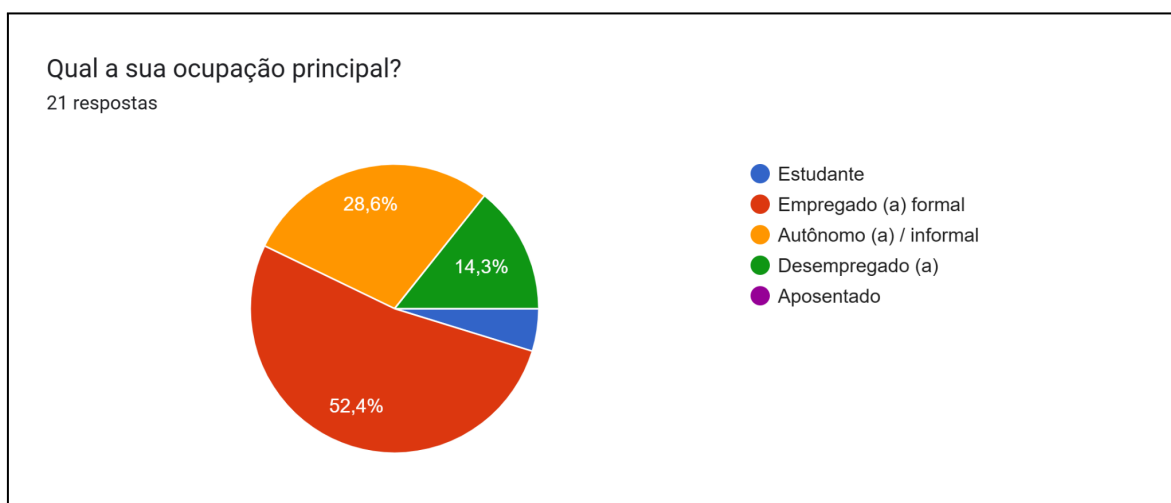


Gráfico 3: Ocupação principal dos moradores.

Em relação à ocupação principal nota-se uma diversidade: 52,4% são trabalhadores formais, 28,6% autônomos informais, 14,3% desempregados e 4,8% estudantes. Esse perfil pode evidenciar que o bairro conta com uma população economicamente ativa, com forte presença de trabalhadores formais. O gráfico 4 mostra a frequência que cada morador utiliza o comércio do bairro.

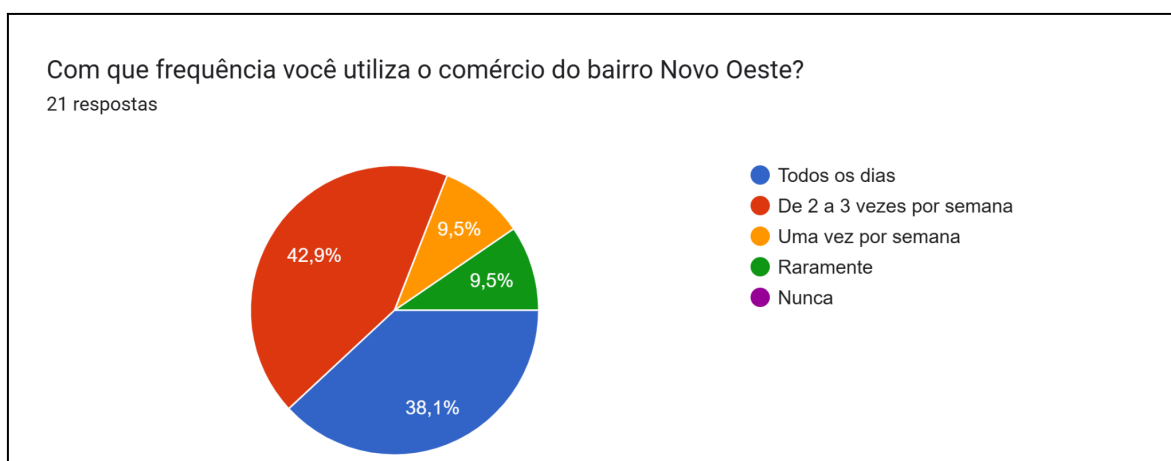


Gráfico 4: Frequência de utilização do comércio do bairro Novo Oeste.

A pesquisa demonstrou que a grande maioria dos moradores usam ativamente o comércio do bairro com 38,1% afirmando que utilizam todos os dias, e 42,9% de 2 a 3 vezes por semana, esses números correspondem a 81% dos participantes do total, ou 17 das 21 respostas coletadas. Isso indica que o comércio tem muita presença no bairro e que os moradores são atendidos na maioria das necessidades cotidianas. Além disso, nenhum morador indicou que nunca utilizou o comércio do bairro, nesta amostra, todos os participantes pelo menos alguma vez, em algum momento, consumiram no bairro, evidenciando a grande importância e relevância do comércio para os moradores. O gráfico 5 mostra qual é o tipo de estabelecimento que é o mais frequentado pelos moradores.

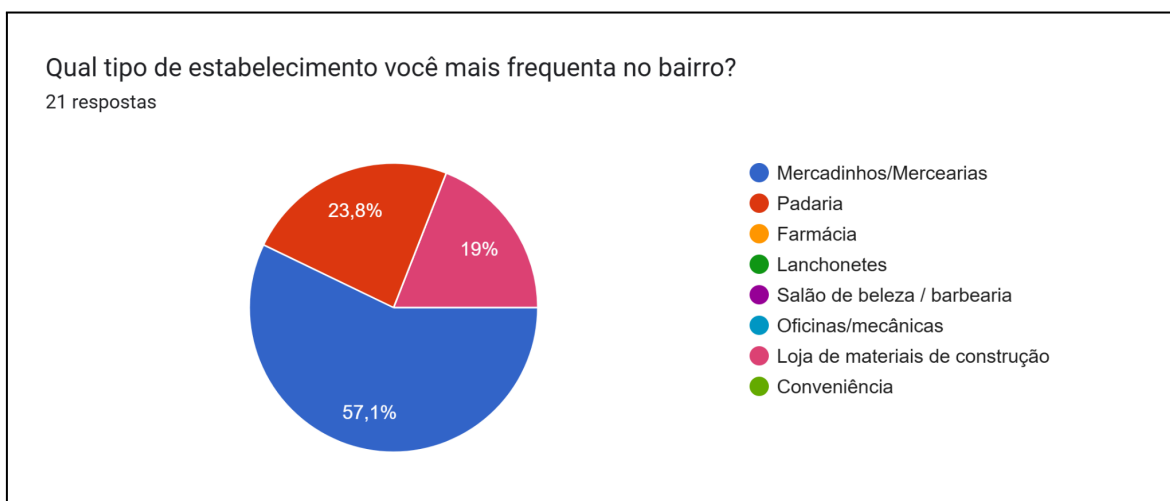


Gráfico 5: Tipo de estabelecimento frequentado.

Quando perguntados sobre qual tipo de estabelecimento é mais frequentado, o morador poderia escolher somente uma opção entre várias disponíveis. Portanto, ele tinha que colocar a sua principal escolha. O interessante é que entre as várias opções disponíveis houve somente 3 que receberam a resposta. Mercadinhos/Mercearias é o mais frequentado dentro da amostra com 57,1%, seguido da padaria 23,8% e 19% dos materiais de construção.

Isso evidencia fortemente que o comércio local é voltado principalmente para as necessidades básicas da população e necessidades

cotidianas. Quando falta algo em casa corre no mercadinho da esquina, para tomar o café da manhã recorre a padaria mais próxima, quando precisa fazer algum reparo em casa vai no material de construção mais próximo. Compras mais elaboradas, ou de maior valor agregado, a maioria possivelmente recorre ao centro ou a outros bairros, como veremos mais adiante. O gráfico 6 demonstra os principais fatores que levam os moradores a consumir no bairro.

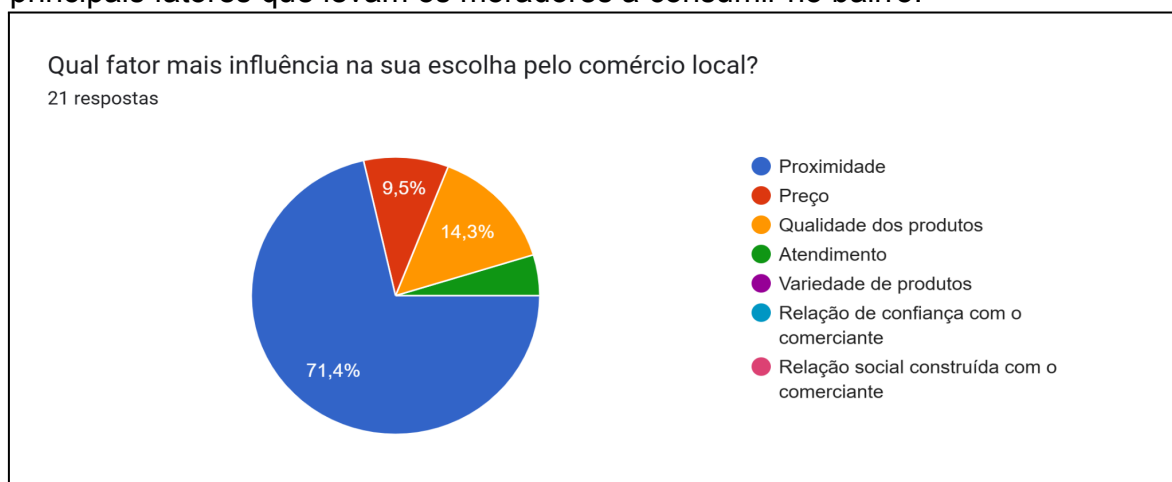


Gráfico 6: Fator que mais influência na escolha pelo comércio local.

Em relação ao fator que mais influência os moradores a escolherem a compra no comércio local, a amostra apresentou que é a proximidade que mais leva as pessoas a consumirem no bairro, dos 21 moradores, 15 disseram ser a proximidade, seguido da qualidade dos produtos, houve 3 participantes que sugerem que escolhem o comércio por causa da qualidade dos produtos, 2 pessoas sugerem que é o preço e 1 o atendimento. Mais uma vez a necessidade cotidiana mostra-se um fator fundamental para o consumo no bairro por ocasião da proximidade. O gráfico 7 representa os motivos que levam os moradores a não consumir no comércio do bairro.

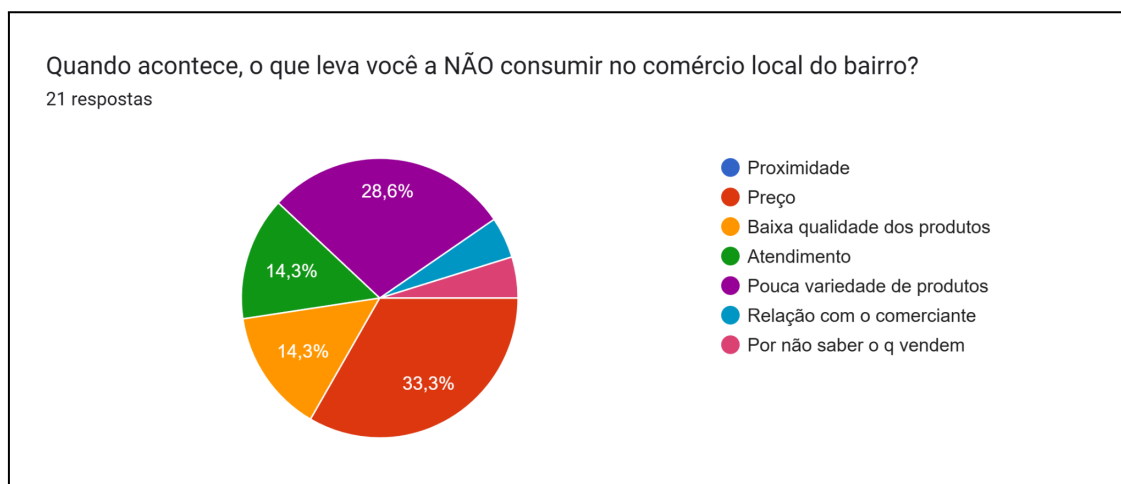


Gráfico 7: Fatores que levam os moradores a não consumir no bairro.

Quando perguntados sobre o que leva não consumir no bairro, nota-se também uma variedade de motivos diferentes. O fator que mais apareceu diz respeito ao preço com 33,3%, possivelmente os valores de produtos são mais caros comparados ao centro ou a outros bairros. Em seguida, como segundo motivo mais escolhido está a pouca variedade de produtos quase empatada com o preço, isso evidencia que além do preço, muitas vezes os moradores não encontram o que precisam no comércio do bairro.

Outros fatores relevantes e ambos com 14,3 % da amostra são a baixa qualidade dos produtos e o atendimento. A pesquisa mostra que muitas vezes, os moradores também deixam de consumir no bairro por julgar os produtores serem inferiores ou também por terem uma experiência ruim com o atendimento. O gráfico 8 mostra a perspectiva dos moradores se o comércio do bairro atende bem às suas necessidades.

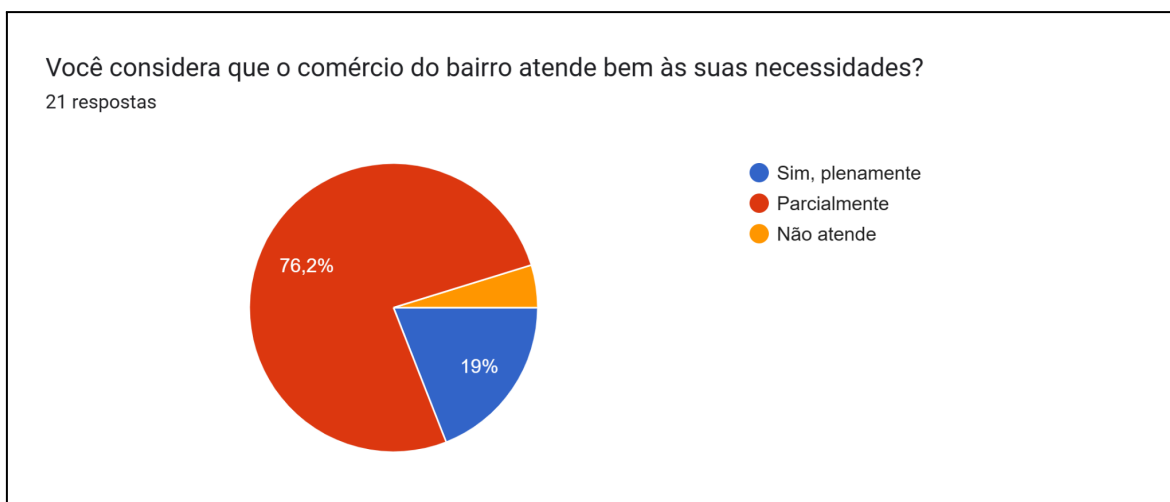


Gráfico 8: Consideração dos moradores se o comércio do bairro atende às suas necessidades.

Em relação a se o comércio local atende bem às suas necessidades, a maioria (76,2%) considera que o comércio atende parcialmente às suas necessidades e 19% afirma estar plenamente satisfeitos e 4,8%, 1 morador disse que não atende. Isso confirma que há potencial de crescimento e que mesmo com os motivos contrários ou alguns pontos a melhorar no comércio local ele ainda atende é é um importante recurso para os moradores, mas ainda existem

lacunas a serem supridas em termos de variedade e preços. O gráfico 9 vai apresentar a porcentagem de moradores que se deslocam para outros bairros ou para o centro para realizar suas compras.



Gráfico 9: Moradores que se deslocam para outros bairros ou para o centro.

Cerca de 95,2% dos respondentes afirmaram que se deslocam para outros bairros ou para o centro de Três Lagoas para fazer compras. Somente 1 pessoa diz não se deslocar. Isso evidencia que há constantemente a necessidade de se deslocar para outros locais para realização de compras. Após essa pergunta, fizemos uma pergunta aberta perguntando aos moradores para onde eles costumam ir. Os locais mais citados foram o Centro, o Mercado Nova Estrela, o Big Mart e o Atacadão, grandes redes varejistas da cidade. O gráfico 10 vai expressar o motivo dos moradores de se deslocar para o centro ou para outros bairros.

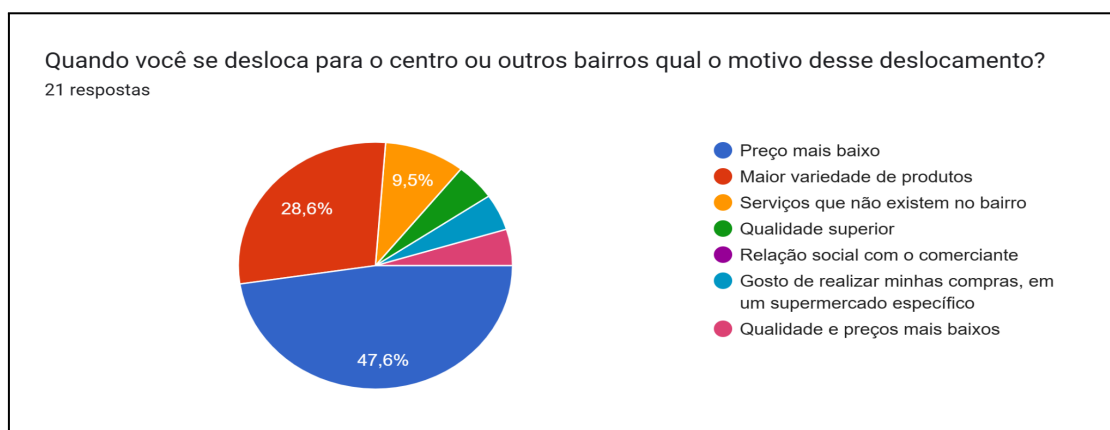


Gráfico 10: Principais motivos que levam os moradores a se deslocar para o centro ou para outros bairros.

A pesquisa também explorou o motivo do deslocamento dos moradores para o centro ou para outros bairros. O padrão de respostas dessa pergunta tem certas semelhanças com a pergunta de o que leva os moradores a deixar de consumir no bairro. Nota-se mais uma vez uma diversidade de motivos, porém o fator que mais aparece é que eles encontram um preço mais baixo em outros locais, e encontram uma maior variedade de produtos no centro ou em outros bairros. O gráfico 11 demonstra a porcentagem de moradores que conhecem e que não conhecem o dono do comércio no qual frequentam.

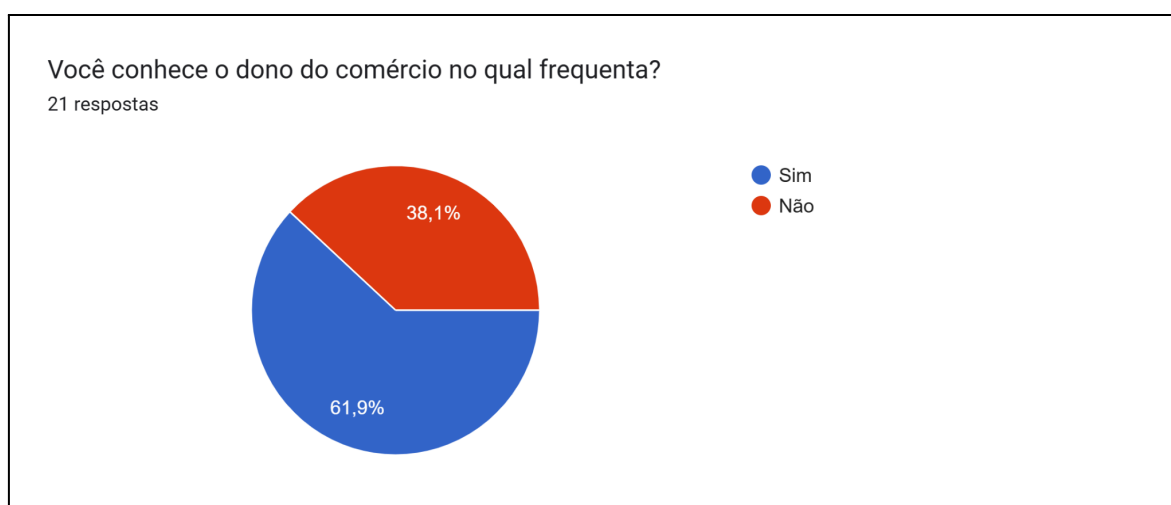


Gráfico 11: Moradores que se deslocam para outros bairros ou para o centro.

A pesquisa traçou um perfil dos moradores do Bairro Novo Oeste e analisou suas práticas de consumo nos comércios locais. Observou-se que a maioria dos participantes (61,9%) conhece pessoalmente o proprietário do comércio que frequenta, indicando a existência de uma relação social próxima e cotidiana com os comerciantes. Essa proximidade é facilitada pelo fato de que a maioria dos estabelecimentos é de pequeno porte, geridos por moradores locais, o que fortalece laços de confiança, reconhecimento e sociabilidade dentro do bairro. Nesse sentido, conforme Pintaui (1992; 2003), o comércio de bairro atua não apenas como fornecedor de bens e serviços, mas também como um agente produtor do espaço urbano, configurando-se como um espaço de convivência e de construção de identidades locais.

O questionário incluiu ainda uma pergunta aberta, permitindo aos consumidores apresentar sugestões de melhoria para os estabelecimentos e para o bairro. As respostas revelaram demandas recorrentes, como maior variedade de produtos, preços mais competitivos e atendimento mais qualificado, além de questões estruturais relacionadas à higiene, segurança e organização do espaço urbano. Alguns moradores também enfatizaram a necessidade de maior divulgação dos produtos disponíveis, evidenciando que nem sempre há clareza sobre o que é oferecido nos estabelecimentos. Essas manifestações refletem o que Lefebvre (1999) descreve como a produção social do espaço: o cotidiano dos moradores, por meio de suas práticas e interações, reconfigura o espaço urbano, atribuindo-lhe significados que vão além do econômico, incorporando dimensões sociais, simbólicas e culturais.

Por fim, a análise evidencia que a consolidação do comércio local no Bairro Novo Oeste exemplifica a emergência de novas centralidades urbanas, tema discutido por Sposito (2001) no contexto das cidades médias brasileiras. O comércio de bairro, ao atender demandas locais e ao promover relações de sociabilidade, contribui para reinventar o espaço urbano periférico, criando formas próprias de apropriação e circulação, que diferem das centralidades tradicionais e das relações impessoais observadas em grandes centros comerciais ou franquias. Assim, os achados da pesquisa mostram que as práticas de consumo no bairro não se limitam à dimensão material, mas são também instrumentos de produção social do espaço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do estudo, foi possível observar que o comércio de bairro desempenha um papel significativo na vida cotidiana dos moradores que responderam ao questionário, ao mesmo tempo em que apresenta limitações estruturais e funcionais, que influenciam a forma como é utilizado e percebido por esses moradores.

Verificamos que o comércio do bairro é composto majoritariamente por pequenos estabelecimentos, como mercados, padarias, farmácias e lanchonetes, voltados principalmente para atender necessidades imediatas dos moradores. Esses empreendimentos cumprem uma função social significativa, pois aproximam os consumidores de seu próprio território, fortalecendo relações de confiança e sociabilidade e promovendo a circulação econômica local. No entanto, a oferta limitada de produtos e serviços leva grande parte dos moradores a buscar alternativas em outros bairros ou no centro da cidade, revelando que o comércio local ainda não atende plenamente à diversidade de demandas dessas pessoas.

Os resultados indicam que os moradores valorizam aspectos como proximidade, qualidade dos produtos e atendimento, mas expressam insatisfação em relação à variedade, preços e infraestrutura dos estabelecimentos. Esses achados sugerem que o comércio local do Novo Oeste se encontra em um processo de consolidação, contribuindo para a formação de novas centralidades urbanas e refletindo o crescimento e a expansão da cidade para além do núcleo tradicional.

Consideramos também que o comércio atua como um elemento importante na produção do espaço urbano, desempenhando papel crucial na configuração territorial do bairro e na dinâmica cotidiana das práticas de consumo. Além disso, a pesquisa evidencia que o consumo não se reduz à dimensão econômica, sendo também uma prática espacial, social e simbólica. Ao realizar compras e frequentar os comércios locais, os moradores produzem e ressignificam o espaço, reforçam sua identidade territorial e (re) criam relações de sociabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983

CORRÊA, Roberto Lobato et al. **O espaço urbano**. Ática, 1989.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo, Ática, 4ª Ed., 2004.

CORRÊA, R. L. (2011). **Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: um texto para discussão**. In: Carlos, Ana Fani Alessandrini; Souza, Marcelo Lopes de; Sposito, Maria Encarnação Beltrão. **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Editora Contexto.

HARVEY, David. **O enigma do capital e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2013.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: Acesso em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/tres-lagoas/panorama>>. 01 de julho de 2025.

LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana**. tradução de Sérgio Martins. Belo Horizon.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. 2. ed. São Paulo: Ed. da Unesp, 1999.

LIMA FILHO, A. de O. **Distribuição Espacial do Comércio Varejista da Grande São Paulo**. São Paulo: Instituto de Geografia –USP, Série Teses e Monografias, 15, 1975.

PINTAUDI, Silvana Maria. “**O comércio e o consumo na cidade contemporânea**.” Revista GEOUSP – Espaço e Tempo, n. 13, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS LAGOAS. **Prefeita participa da entrega das moradias do residencial Novo Oeste**. Disponível em: <https://www.treslagoas.ms.gov.br/prefeita-participa-da-entrega-das-moradias-dore-sidencial-novo-oeste/>. Acesso em: 18 setembro 2025.

SALGUEIRO, Teresa Barata. O comércio e a cidade: Lisboa e Porto. **Finisterra**, v. 29, n. 57, 1994.

SANTOS, Gabriel Queiroz dos. **Estigmas territoriais em Três Lagoas/MS: análise a partir dos conjuntos habitacionais Novo Oeste e Orestinho**. 2023. Monografia (Graduação em Geografia) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Três Lagoas, 2023.

SILVA, R. R.; CLEPS, G. D. G. **A geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de shopping centers**. In: XVI Encontro Nacional dos Geógrafos - ENG, 2010, Porto Alegre. Anais eletrônicos... Porto Alegre: XVI ENG, 2010, p. 01-10.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.).

Urbanização e cidades: perspectivas geográficas. Presidente Prudente: UNESP/GAsPERR, 2001a. pp. 569-607.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Novas formas comerciais e redefinição da centralidade intraurbana. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **Textos e contextos para a leitura de uma cidade média**. Presidente Prudente: [s/n], 2001b.

SPOSITO, Maria Encarnação. **A produção do espaço urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais**. In: CARLOS, Ana Fani A.; SOUZA, Marcelo Lopes de.; SPOSITO, Maria E. B. A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2017.

TAMURA, Melissa Tamie. **Novas centralidades e a lógica espacial fragmentária em Três Lagoas-MS. 2021**. Monografia (Graduação em Geografia) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Três Lagoas, Três Lagoas, 2021.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

ANEXO I

Roteiro utilizado para o questionário

1. Qual a sua idade?
 - ☐ Até 18 anos.
 - ☐ 19 a 29 anos
 - ☐ 30 a 44 anos
 - ☐ 45 a 59 anos
 - ☐ 60 anos ou mais
2. Qual o seu sexo?
 - ☐ Feminino
 - ☐ masculino
3. Qual a sua ocupação principal?
 - ☐ Estudante
 - ☐ Empregado (a) formal
 - ☐ Autônomo (a) / informal
 - ☐ Desempregado (a)
 - ☐ Aposentado

_Especifique: _____

4. Com que frequência você utiliza o comércio do bairro Novo Oeste?
 - ☐ Todos os dias
 - ☐ De 2 a 3 vezes por semana
 - ☐ Uma vez por semana
 - ☐ Raramente
 - ☐ Nunca
5. Qual tipo de estabelecimento você mais frequenta no bairro?
 - ☐ Mercadinhos/Mercearias
 - ☐ Padaria
 - ☐ Farmácia
 - ☐ Lanchonetes
 - ☐ Salão de beleza / barbearia
 - ☐ oficinas/mecânicas
 - ☐ Loja de materiais de construção
 - ☐ Conveniência
 - ☐ Outros
6. Qual fator mais influência na sua escolha pelo comércio local?
 - ☐ Proximidade
 - ☐ Preço
 - ☐ Qualidade dos produtos

- () Atendimento
- () Variedade de produtos
- () Relação de confiança com o comerciante
- () Relação social construída com o comerciante
- () Outro

7. Quando acontece, o que leva você a NÃO consumir no comércio local do bairro?

- () Proximidade
- () Preço
- () Baixa qualidade dos produtos
- () Atendimento
- () Pouca variedade de produtos
- () Relação com o comerciante
- () Outro

8. Você considera que o comércio do bairro atende bem às suas necessidades?

- Sim, plenamente
- Parcialmente
- Não atende

9. Você costuma se deslocar para outros bairros ou para o centro de Três Lagoas para fazer compras?

- Sim
- Não

Se sim, para onde costuma ir? _____

10. Quando você se desloca para o centro ou outros bairros qual o motivo desse deslocamento?

- Preço mais baixo
- Maior variedade de produtos
- Serviços que não existem no bairro
- Qualidade superior
- Relação social com o comerciante
- Outro

11. Você conhece o dono do comércio no qual frequenta?

- Sim
- Não

12. O que você mudaria ou melhoraria no comércio do Novo Oeste?