

LUCILA LOPES JARDIM DE CERQUEIRA

AS QUALIDADES DE LOCALIZAÇÃO INTRAMETROPOLITANA DOS  
ESPAÇOS DE ESCRITÓRIOS: EVIDÊNCIAS TEÓRICAS  
E SUA EVOLUÇÃO RECENTE NO MERCADO DE SÃO PAULO

Dissertação apresentada à Escola Politécnica  
da Universidade de São Paulo para a obtenção  
do Título de Mestre em Engenharia

São Paulo  
2004

LUCILA LOPES JARDIM DE CERQUEIRA

AS QUALIDADES DE LOCALIZAÇÃO INTRAMETROPOLITANA DOS  
ESPAÇOS DE ESCRITÓRIOS: EVIDÊNCIAS TEÓRICAS  
E SUA EVOLUÇÃO RECENTE NO MERCADO DE SÃO PAULO

Dissertação apresentada à Escola Politécnica  
da Universidade de São Paulo para a obtenção  
do Título de Mestre em Engenharia

Área de Concentração:  
Gerenciamento de Empresas e  
Empreendimentos na Construção Civil

Orientador:  
Prof<sup>ª</sup>. Doutora  
Eliane Monetti

São Paulo  
2004

## FICHA CATALOGRÁFICA

**Cerqueira, Lucila Lopes Jardim de**  
**As qualidades de localização intrametropolitana dos**  
**espaços de escritórios: evidências teóricas e sua evolução**  
**recente no mercado de São Paulo / A.T. Nunes. -- São Paulo,**  
**2004.**

140 p.

**Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica da Universidade**  
**de São Paulo. Departamento de Engenharia de Construção Civil.**

**1.Localização de escritórios I.Universidade de São Paulo.**  
**Escola Politécnica. Departamento de Engenharia de Construção**  
**Civil II.t.**

## **AGRADECIMENTOS**

À Profa. Dra. Eliane Monetti, por seu estímulo constante, sua dedicada orientação, além de inúmeros sábados e domingos despendidos neste trabalho.

À minha família e amigos, em especial à minha irmã Lígia, que além de, por vezes, proporcionarem ajuda efetiva, também me apoiaram e ajudaram em diversos momentos.

À Jones Lang LaSalle, por gentilmente ceder os dados que tanto contribuíram para o desenvolvimento do trabalho e por autorizar sua publicação.

# SUMÁRIO

<b>I.</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>I</b>
<b>II.</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>II.</b>	<b>METODOLOGIA DA PESQUISA E ESTRUTURA DO TEXTO.....</b>	<b>8</b>
<b>1.</b>	<b>MERCADO DE ESCRITÓRIOS.....</b>	<b>13</b>
1.1	CARACTERIZAÇÃO DO SETOR .....	13
1.2	OS AGENTES QUE INFLUENCIAM NA CONFIGURAÇÃO DA OFERTA.....	15
1.3	CARACTERIZAÇÃO DE EMPREENDIMENTO DE ESCRITÓRIOS COMO NEGÓCIO.....	17
1.4	INDICADORES DE DESEMPENHO DE MERCADO.....	18
1.4.1	<i>Estoque total e novo estoque.....</i>	19
1.4.2	<i>Taxa de vacância.....</i>	20
1.4.3	<i>Absorção líquida .....</i>	20
1.4.4	<i>Índice dos valores de locação e valores de locação .....</i>	21
<b>2.</b>	<b>AS ATIVIDADES DE ESCRITÓRIOS .....</b>	<b>25</b>
2.1	AS CLASSIFICAÇÕES DAS ATIVIDADES DE ESCRITÓRIOS.....	26
2.2	A EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS E O DIMENSIONAMENTO DA DEMANDA POR ESCRITÓRIOS .....	29
2.3	OS TIPOS DE USUÁRIOS E SUA RELAÇÃO ESPACIAL COM A CIDADE .....	31
2.4	NECESSIDADES BÁSICAS DOS USUÁRIOS DOS ESPAÇOS DE ESCRITÓRIOS EM RELAÇÃO À LOCALIZAÇÃO .....	34
<b>3.</b>	<b>DINÂMICA ESPACIAL DO MERCADO DE ESCRITÓRIOS.....</b>	<b>38</b>
3.1	O ESPAÇO GEOGRÁFICO E A PERCEPÇÃO DA DISTÂNCIA.....	38
3.2	DIMENSÃO DAS CIDADES E A EVOLUÇÃO DOS SERVIÇOS.....	42
3.3	ESTRUTURA ESPACIAL DAS ÁREAS URBANAS .....	48
3.3.1	<i>A formação dos centros de escritórios .....</i>	54
3.3.2	<i>Tamanho desejável do cluster.....</i>	57
3.3.3	<i>Definição dos centros principal, secundários e alternativos de negócios .....</i>	58
3.3.4	<i>Inserção dos centros de escritórios no tecido urbano e migrações.....</i>	59
3.4	CONTROLE E LIMITAÇÕES DA OFERTA .....	63
3.4.1	<i>Leis e restrições de uso e ocupação do solo.....</i>	63
3.4.2	<i>Políticas de melhorias na infra-estrutura urbana.....</i>	65
3.4.3	<i>Restrições de proteção ambiental, cultural, físicas e legais .....</i>	68
3.4.4	<i>Demandas de mercado.....</i>	69
<b>4.</b>	<b>AS QUALIDADES DE LOCALIZAÇÃO E DE INFRA-ESTRUTURA DOS CENTROS DE NEGÓCIOS .....</b>	<b>70</b>
4.1	CRITÉRIO DE ESCOLHA DAS CARACTERÍSTICAS A SEREM ABORDADAS.....	70
4.2	AS NECESSIDADES DA DEMANDA QUE QUALIFICAM A LOCALIZAÇÃO .....	70
4.3	CARACTERÍSTICAS DO CENTRO DE NEGÓCIOS OU DO <i>CLUSTER</i> DE ESCRITÓRIOS.....	79
4.3.1	<i>Estrutura urbana interna e perfil dos ocupantes do centro de escritórios (vizinhança) ..</i>	79
4.3.2	<i>Acessibilidade.....</i>	83
<b>5.</b>	<b>ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>90</b>
5.1	<i>As regiões que concentram atividades de escritórios na cidade .....</i>	98
5.2	<i>A região da Paulista, Berrini e Chácara Santo Antônio .....</i>	110
<b>6.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS DO TRABALHO .....</b>	<b>126</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....</b>	<b>129</b>
	<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>138</b>
	<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>1</b>

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Fatores relacionados à localização dos serviços

Tabela 2 – Evolução da estrutura x evolução do estoque

Tabela 3 – Qualidade do ambiente interno dos centros

Tabela 4 - Infra-estrutura atual das regiões

Tabela 5 - Acessibilidade

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Listagem da localização das maiores empresas selecionadas entre as 3 regiões

Gráfico 2 – Idade do Estoque

Gráfico 3 – Concentração das regiões

Gráfico 4 – Volume do estoque segmentado por padrão

Gráfico 5 – Taxa de vacância por região

Gráfico 6 – Absorção líquida – ‘A’ e ‘AA’

Gráfico 7 – Novo estoque

Gráfico 8 – Quociente da taxa de vacância – Paulista

Gráfico 9 - Quociente da taxa de vacância – Berrini

Gráfico 10 - Quociente da taxa de vacância – Chácara Santo Antônio

## RESUMO

Com o crescimento da demanda por escritórios sua ocupação nas cidades sofreu profundas transformações. O perfil das necessidades da demanda também se alterou e, em função dessas mudanças, novos centros de negócios foram criados em várias metrópoles, incluindo São Paulo. É nesse quadro que iremos discutir as qualidades localizacionais de escritórios.

O trabalho apresenta a discussão sobre as características localizacionais desejadas pelos principais usuários de escritórios na metrópole contemporânea e seus reflexos no mercado.

A evolução desse quadro nos últimos anos será apresentada juntamente com indicadores de desempenho de mercado, utilizando-se o mercado de São Paulo como estudo de caso.



## **ABSTRACT**

The occupancy of city offices has suffered profound transformations due to a growing demand. The profile of those offices and their demand necessities have also changed and new businesses centers were made in many metropolis. In accordance to it we will here discuss the office location qualities.

This paper presents a discussion about main users' wanted location characteristics in offices in big contemporary cities and their reactions to market.

The evolution of this situation along the last few years will be presented together with market performance indexes, using São Paulo market city as a case study.

## I. JUSTIFICATIVA

As metrópoles, anteriormente industriais, agora são essencialmente focadas nos serviços. Os serviços financeiros, de seguro e outras atividades relacionadas ao conhecimento e não à produção propriamente dita, ocupam os espaços dos escritórios das principais cidades. É nesse quadro, acrescido da internacionalização das empresas, que a demanda por espaços de escritórios cresceu.

Com o crescimento desse setor, a necessidade e a tendência de formação de novos centros são naturais; nas cidades norte-americanas, com o advento das inovações tecnológicas da comunicação, da diminuição dos custos com transporte, os subúrbios formaram diversos centros (*clusters*), os quais eram bem sucedidos conforme seu tamanho, devido à sinergia gerada com o maior número de escritórios, introduzindo o conceito de economias de escala no ambiente dos serviços (ARCHER, 2003).

Os grandes centros urbanos atraem as grandes empresas e corporações, oferecendo-lhes as mais variadas opções de serviços e infra-estrutura. Na Europa, onde a concentração de recursos é grande e o espaço geográfico relativamente pequeno, várias cidades desenvolveram planos de criação de locais de alta qualidade para atrair empresas. Uma extensa bibliografia aborda a competição entre metrópoles para abrigar as matrizes das grandes corporações. A atração de empresas tem o intuito de gerar empregos ou promover o crescimento econômico local.

Segundo Korteweg e Lie apud Rienstra e Rietveld (1997) a melhor localização para escritórios é definida como “uma área com forte concentração de avançadas atividades de escritórios<sup>(1)</sup>, situada na maior região metropolitana, com a maior economia urbana desenvolvida e especializada e com sofisticados serviços. Nesta localização, conhecimento e atividades de informação são importantes; economias

---

<sup>(1)</sup> Atividades avançadas são aquelas relacionadas ao conhecimento (ver capítulo 2).

de escala e uma avançada infra-estrutura proporcionam um clima atrativo para estas atividades”.

O que observamos no Brasil é um este ambiente tão sofisticado, como o acima descrito, só ocorre nos maiores centros urbanos do país, primeiramente em São Paulo, depois Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre, podendo ocorrer outro destaque.

No Brasil, o mercado de escritórios pode ser segmentado por suas especialidades regionais. Em Brasília concentram-se as atividades políticas e administrativas, na região sul do país o mercado é marcado pelas atividades relacionadas à produção regional, no Rio de Janeiro, pelas petroquímicas e telecomunicações. Por sua vez, a cidade de São Paulo não é marcada por uma especialidade, e sim, pela diversidade de especialidades.

O estudo da localização de escritórios pode ser feito em três momentos do ciclo de vida de um empreendimento. O primeiro e mais complexo é no planejamento do produto, na idéia de empreender, na seleção de um terreno. Outro momento é quando se decide investir em um empreendimento já em operação. Por último, na análise de investimentos em readequação. Uma vez que o usuário é quem condiciona a inserção do empreendimento no mercado, a escolha da localização deverá ser balizada por suas necessidades e anseios.

A qualidade econômica do investimento dependerá da inserção de mercado do empreendimento, que por sua vez, está associada tanto aos aspectos físicos do edifício<sup>1</sup> quanto aos localizacionais.

A localização pode ser considerada predicado de qualidade de um empreendimento de escritórios para seus potenciais ocupantes e investidores, o que não se traduz apenas pelo endereço do edifício, mas sim por um conjunto de atributos como

---

<sup>1</sup> A discussão dos aspectos físicos que qualificam o edifício foge ao escopo do trabalho.

acessibilidade, infra-estrutura urbana (restaurantes, estacionamentos, comércio varejista, agências bancárias, farmácias, hospitais, lazer etc.) e serviços públicos (transporte coletivo, saneamento básico, rede de telefonia, cabos ópticos etc.).

Algumas características não mensuráveis<sup>2</sup> são especialmente representativas em uma localização. Uma região pode não ter equipamentos urbanos tão sofisticados, mas mesmo assim permanecer entre as preferências dos usuários. Seria o caso de regiões com uma intensidade e diversidade de atrativos culturais, históricos, de vizinhança.

A maioria dos estudos de localização de escritórios trabalha na escala das relações regionais, fazendo um tratamento inter-urbano do assunto, relacionando as características dos centros urbanos com as necessidades das diferentes atividades de escritórios em geral. O que estamos propondo é discutir as relações da localização intra-metropolitanas buscando cobrir esta lacuna existente nessa área do conhecimento, porém, sem a pretensão de esgotar o assunto.

A localização intra-metropolitana é considerada dependente das economias de aglomeração. Particularmente, o setor de escritórios se caracteriza pelas necessidades da formação de centros. Além disso, a formação de massa crítica<sup>3</sup> é essencial para a preservação da qualidade da localização.

A flexibilidade das necessidades do usuário de escritórios pode ser vista na distribuição das atividades na cidade. Conforme os bairros residenciais vão migrando, os fornecedores se mudando, as estradas sendo implantadas, as relações localizacionais também mudam.

A dinâmica das mudanças dos centros de negócios está relacionada à valorização dada pelos usuários de escritórios às novidades referentes às tecnologias de

---

<sup>2</sup> Diferentes das características vinculadas aos atributos de acessibilidade, infra-estrutura urbana e serviços, elas são a imagem, o status e a sinergia entre empresas.

<sup>3</sup> Volume de edifícios de escritórios necessário para se obter notoriedade.

construção incorporadas nos empreendimentos. Conforme as características físicas do edifício vão ficando obsoletas e a oferta de terrenos para novas construções vai se limitando, os empreendedores tendem a procurar espaço para novos edifícios, mais modernos, tecnologicamente avançados em lugares com oferta de terra, com zoneamento possível, localizados perto dos novos bairros residenciais e com uma infra-estrutura urbana mínima<sup>4</sup>.

A partir do momento em que a cidade cresce de tal modo que passa a formar mais de um centro de negócios é que surge a concorrência entre eles. Quando um novo centro começa a conformar uma certa concentração<sup>5</sup> (volume e densidade) de atividades de escritórios, quanto mais complexo ele vai ficando, mais atraente ele se torna. Estudos mostram (PRITCHARD, 1975; IHLANFELD e RAPER, 1990) que as empresas com uma imagem ou nome já definido são as mais predispostas a migrarem para os novos centros.

### ***Revisão da literatura sobre localização de escritórios***

A bibliografia disponível sobre localização de escritórios engloba vários enfoques diferentes e são abordados por diferentes ciências. Será utilizada, para este trabalho, como principal linha de abordagem os estudos de Real Estate. Outra possibilidade é o enfoque urbano, no qual a inserção dos centros de negócios e a morfologia da cidade são relacionadas. Os geógrafos e urbanistas abordam o tema preocupando-se com a inserção econômica dos serviços produtivos dentro da cidade e entre as cidades (DANIELS e MOULAERT, 1991; GONG E WHEELER, 2002).

Os estudos que consideram a distribuição dos serviços entre as cidades são largamente discutidos em países ou regiões onde as opções de localização entre cidades são muitas, como por exemplo na escolha de localização entre as

---

<sup>4</sup> Infra-estrutura mínima capaz de suportar um empreendimento de tal perfil, a qual deverá passar por uma expansão com a implantação do novo uso; caso contrário, será deficiente.

<sup>5</sup> Archer e Smith (1993) apud Archer (2003) apontam que índices de aluguel variam conforme o tamanho do *cluster*.

metrópoles norte-americanas e entre cidades da Europa central. Aqui no Brasil a disputa entre as cidades é pequena, uma vez que poucas cidades apresentam, atualmente, uma estrutura capaz de suportar os serviços mais sofisticados. Alguns trabalhos discutem o que caracteriza as chamadas cidades globais, analisando a condição de sofisticação necessária de sua estrutura urbana (KOULIOUMBA, 2002; FERREIRA, 2003).

Os estudos de localização intrametropolitana que utilizaram modelos hedônicos consideram o acesso entre os principais centros de negócios, a densidade dos serviços, a necessidade de contato face a face, a acessibilidade ao centro tradicional (O'HARA, 1977; SIVITANIDOU, 1996; GAT, 1998), a acessibilidade aos principais bairros residenciais, o custo de transporte, o acesso ao mercado (ARCHER, 1981), além da imagem do local (RIENSTRA E RIETVELD, 1997; NAHN, 1999).

A relevância da acessibilidade entre os centros de serviços é importante na compreensão da distribuição dos subcentros dentro da cidade (SIVITANIDOU, 1996; O'HARA, 1977). A necessidade de contato face a face pode ser referida tanto ao contato com clientes como com fornecedores (ARCHER E SMITH, 2003, IHLANFELDT E RAPER, 1990).

Estudos sobre a localização das sedes (*headquarters*) das principais empresas e a competição entre as cidades em atraí-las é abordada demonstrando que ocorre um fenômeno similar à ocupação das indústrias nos cinturões industriais, que por sua vez buscavam a sinergia entre indústrias similares ou complementares. (SHILTON E STANLEY 1999; KLIER E TESTA 2002).

Nas últimas décadas houve uma tendência de movimento dos centros de negócios tradicionais para novos centros, assunto largamente discutido no campo da geografia. Alguns trabalhos apresentam a evolução da ocupação de escritórios, na cidade de São Paulo; sua abordagem relaciona o desenvolvimento econômico e a

estruturação territorial da cidade (NOBRE, 2000) e as questões sociais envolvidas (FRÚGOLI JR., 1998).

Devido aos avanços tecnológicos da comunicação, à perda de representatividade dos custos com viagens e ao crescimento do setor de escritórios as características localizacionais desejadas nos novos centros são diferentes das ocorridas no processo de formação dos centros tradicionais (ARCHER, 2003).

A lacuna presente nessa área de conhecimento é um tratamento intrametropolitano à questão da localização de escritórios nas metrópoles, principalmente na literatura nacional, onde os estudos disponíveis pouco contribuem para o enriquecimento da discussão sob o ponto de vista proposto.

Estudos sobre localização de escritórios sob a ótica das necessidades do usuário são escassos. Com a exploração dessa perspectiva pretendemos contribuir para a melhoria do planejamento de novos empreendimentos, buscando o melhor entendimento da dinâmica da transformação das necessidades dos usuários, a fim de possibilitar uma melhor inserção do “produto” no mercado e também no tecido urbano, condicionando um ciclo de vida mais longo e seguro, objetivando um melhor desempenho ao empreendimento.

As questões das metrópoles, devido ao alto grau de complexidade, atraem diversos estudiosos na compreensão de sua configuração e desenvolvimento. Estas cidades apresentam grande concentração de atividades terciárias e com as novas mudanças tecnológicas, se faz relevante, pela complexidade já citada, o estudo da localização intrametropolitana.

## II. OBJETIVOS

O principal objetivo desse trabalho é levantar os fatores que configuram qualitativamente uma região, em relação às necessidades das atividades desenvolvidas nos espaços de escritórios das metrópoles, tornando-a atrativa aos seus atuais e potenciais ocupantes. A partir disso, identificar as qualidades básicas de configuração dos agrupamentos de escritórios para que eles possam conformar um centro de negócios, subsidiando uma possível classificação em relação à sua função.

Para tanto, iremos ponderar a validade das características identificadas nas evidências teóricas dentro do mercado nacional, usando o estudo do mercado da cidade de São Paulo como instrumento e objeto de pesquisa.

Para validar a relação entre desempenho de mercado e atratividade localizacional, iremos levantar os principais fatores (de oferta, de demanda, da dinâmica da cidade e da qualidade do centro de escritórios) que possam interferir no ciclo de vida da atratividade das qualidades localizacionais de determinada região metropolitana, dentro do mercado de escritórios da cidade de São Paulo.

O presente trabalho daria, assim, subsídio a um posterior estudo de classificação das qualidades localizacionais de um ou mais edifícios, dentro de um mercado.



## II. METODOLOGIA DA PESQUISA E ESTRUTURA DO TEXTO

A dissertação é composta de duas partes, a primeira apresenta uma abordagem teórica do tema e a segunda uma abordagem empírica, estudando a localização de escritórios na cidade de São Paulo.

Na elaboração desta dissertação se iniciou com uma revisão bibliográfica referente à localização inter-urbana e intra-metropolitana de escritórios. Paralelamente, estudamos os conceitos das teorias de localização e a abordagem dada à localização pela economia urbana e regional. Foram estudados artigos de periódicos de várias áreas do conhecimento: geografia urbana, geografia econômica e especialmente a literatura sobre mercado imobiliário e ciência regional (*regional science*), com o intuito de trabalhar com as informações mais recentes disponíveis.

A primeira parte da dissertação, que compreende os capítulos 1, 2, 3 e 4, toda a discussão desenvolvida será baseada na base bibliográfica consultada e nas reflexões e interpretações da autora.

No primeiro capítulo o objetivo é identificar as questões relativas à oferta de escritórios, tecendo um panorama geral sobre o setor, discorrendo sobre as principais características do mercado, identificando seus ciclos e seus indicadores de desempenho.

Será feita uma apresentação dos indicadores de desempenho de mercado utilizados nas pesquisas acadêmicas e profissionais para deliberar os melhores indicadores que mostrem aderência às transformações dos aspectos localizacionais na dinâmica do mercado.

No segundo capítulo, com base na bibliografia disponível, buscaremos caracterizar as necessidades da demanda, procurando identificar o perfil do usuário de diferentes escritórios, discutindo quais são as questões localizacionais mais evidentes, identificadas e valorizadas por seus usuários atuais e potenciais.

Serão abordadas as classificações dos setores econômicos e as pesquisas sobre a evolução dos serviços produtivos nos centros urbanos, a fim de identificar as principais atividades que ocupam os espaços de escritórios.

Abordaremos como são caracterizadas as atividades dos ocupantes de escritórios que compõem a demanda atual, definindo sua função, a maturidade do “produto” que é oferecido, a estratégia competitiva da empresa (em relação à sua localização diante seu público) e a cultura do negócio, a fim de encontrar respostas relacionadas às necessidades de localização.

No terceiro capítulo iremos tratar dos fatores que influenciam na dinâmica espacial da cidade, a partir de uma revisão da literatura que aborda a cidade como ambiente econômico. Este tema terá dois enfoques: o primeiro sobre as forças de atração e dispersão dos centros, as economias e deseconomias externas<sup>6</sup> e o segundo sobre a configuração da cidade, seu centro principal e seus sub-centros.

A discussão das forças de aglomeração irá conceituar a essência da formação dos lugares centrais abordando a relação entre os espaços geográficos e os custos econômicos, a percepção da distância, a centralidade e as economias de escala. A intenção é perceber como ocorreu e ocorre a distribuição das atividades econômicas no espaço urbano.

A investigação sobre a configuração da cidade e a articulação entre as áreas funcionais terá como objetivo compreender como funciona a estrutura urbana local, da região ou *cluster*, e a estrutura intrametropolitana.

As forças que conduzem à formação dos centros de escritórios serão abordadas, com o objetivo de subsidiar o entendimento das tendências de crescimento ou de decadência das centralidades devido às características localizacionais.

---

<sup>6</sup> Economias externas são referentes às externalidades positivas, que geram qualidades externas ao lugar, enquanto deseconomias externas são as externalidades negativas.

No mesmo capítulo, iremos também reunir os fatores limitadores e organizadores da ocupação do espaço urbano, para avaliar a sua representatividade no processo da oferta de escritórios. Estudaremos os movimentos de expansão e retração gerados pelas legislações e pelo mercado de terra, e sua influência na dinâmica da transformação da ocupação da cidade.

Uma vez identificadas as relações entre as características da oferta e as necessidades da demanda e entre as forças de formação e controle das aglomerações, iremos discutir no capítulo quatro os fatores e atributos de localização que influenciam e caracterizam a qualidade do local de escritórios, discutindo também as relações de concorrência espacial e as particularidades do setor. O objetivo é levantar características da estrutura urbana que, conforme sua qualidade, mostrem sinais de externalidades positivas ou negativas nos centros de escritórios nas metrópoles.

Na segunda parte do trabalho, o estudo de caso terá seus levantamentos de dados (a base de dados dos indicadores de desempenho do mercado e os indicadores urbanos que qualificam as regiões) baseados na discussão realizada nos capítulos anteriores.

Nesse sentido, no estudo de caso será feito um breve levantamento histórico da evolução da ocupação da cidade de São Paulo, enfocando a oferta de espaços de escritórios, o crescimento dos serviços, a formação de centros de negócios e as ações governamentais do município, dentro de um período de dez anos. Este período foi determinado a partir da disponibilidade das informações e pelo fato de ser expressivo na dinâmica das transformações recentes ocorridas na cidade de São Paulo.

Foram escolhidas três regiões distintas dentro da cidade, a região da avenida Paulista, da Av. Eng. Luis Carlos Berrini e a Chácara Santo Antônio. Cada uma das regiões escolhidas apresenta uma forma distinta de ocupação e significativa participação de escritórios de alto padrão. A Paulista foi considerada a localização

mais nobre da cidade por muito tempo, sendo caracterizada pela transformação de seu uso; nas décadas de 70 e 80 era o centro de negócios mais prestigiado do país. A Berrini foi fortemente influenciada pelas interferências de operações urbanas e integra a tendência de migração da cidade em direção sudoeste. A Chácara Santo Antônio, na década de 70, quando foi implantado o “São Paulo Office Park”, representava uma localização alternativa em relação aos padrões estabelecidos pelos centros tradicionais de negócios, configurando uma ocupação mais periférica.

Aplicaremos, segundo as premissas encontradas no embasamento teórico, uma avaliação das características localizacionais de cada uma das regiões escolhidas e procurar encontrar respostas quanto à sua qualidade, através do posicionamento atual dos indicadores de desempenho do mercado. Em um segundo momento será feita uma análise do movimento de transformação da ocupação do mercado, na qual o objetivo será discutir a evolução da qualidade da localidade, buscando avaliar a aderência destes indicadores em relação ao processo de mudança espacial dos centros de escritórios.

Os indicadores de desempenho de mercado que serão utilizados são: estoque total (evolução da oferta), estoque ocupado (parcela ocupada do estoque total oferecido, calculado a partir da dedução da taxa de vacância sobre o estoque total) e a absorção líquida (nova demanda local) de cada região, dentro do período determinado. Estes indicadores foram selecionados para testar sua aderência diante das transformações da dinâmica espacial da cidade. A partir disso, buscaremos identificar tendências de movimentos de crescimento ou dispersão em cada região.

O objetivo do estudo de caso é avaliar a adequação dos fatores de qualidade localizacional, reconhecidos como importantes no embasamento teórico, dentro do mercado nacional usando o caso de São Paulo.

Serão utilizados dados secundários, referentes ao comportamento de mercado, fornecidos por Jones Lang LaSalle e dados secundários de institutos de pesquisas econômicas e sociais (SEADE, IPEA, Metrô de São Paulo, CET).

## 1. MERCADO DE ESCRITÓRIOS

### 1.1 Caracterização do setor

O mercado de escritórios se caracteriza por dois tipos de empreendimentos, os direcionados para venda e os que serão explorados a partir da locação total ou parcial de suas unidades. O empreendimento pode ser desenhado para atender um público arbitrado ou já conhecido. No último caso temos o sistema de construção conhecido como “*built to suit*”, no qual o empreendedor constrói especialmente para um usuário específico.

O mercado de locação tem predominado nas grandes cidades em decorrência de diversos fatores. O primeiro deles é o aumento dos custos para aquisição de espaços de escritórios, sobretudo os de alto padrão, associado à escassez de terrenos nas áreas mais valorizadas da cidade, onde eventualmente seriam edificadas novas sedes. Outro fator está associado à necessidade das empresas em priorizar a aplicação de seus recursos no ramo de atividade econômica em que atuam, buscando incrementar a produtividade e competitividade perante seus concorrentes. Além disso, investir no setor imobiliário por meio da aquisição de uma sede própria significaria, de certo modo, atuar num segmento cujos níveis de rentabilidade e riscos nem sempre são totalmente compreendidos e aceitos pelos dirigentes das corporações.

Os investidores podem ser individuais ou institucionais. O primeiro é representado por investidores, ou poupadores individuais ou empresas, que podem ser de capital nacional ou estrangeiro. O segundo é composto pelos fundos de pensão<sup>7</sup>, os fundos de reserva de seguradoras e os fundos imobiliários. Conforme as mudanças no cenário econômico, nas legislações e nas políticas dessas corporações, o volume de recursos destinados a investimentos imobiliários pode variar.

---

<sup>7</sup> Entidades de previdência privada complementar

Os principais riscos envolvidos nos investimentos de base imobiliária, como é o caso dos escritórios comerciais, são: riscos macroeconômicos, que vão influenciar na demanda e nos níveis de investimentos e retornos; riscos de implantação, cujo principal risco está associado à contenção dos custos de implantação, o qual pode prejudicar a entrega do empreendimento; riscos operacionais, que estão vinculados às contas operacionais e os riscos de inserção de mercado. No segmento de escritórios o vetor de risco com menor possibilidade de monitoramento por parte do empreendedor é a queda nos valores de locação ou crescimento na taxa de vacância, que usualmente são resultados da super-oferta (*overbuilding*) ou então de queda na demanda, os quais, por sua vez, são resultados dos movimentos de mercado e macroeconômicos.

### ***Os ciclos de mercado de escritórios***

O mercado de escritórios tem oscilações cíclicas, que são sempre observadas dentro de um ambiente macroeconômico. Os ciclos imobiliários são representativos para se analisar as flutuações que podem ocorrer dentro de um mercado, as quais causam impactos nos níveis de remuneração dos investimentos.

Ao compreender que as relações entre oferta e demanda são cíclicas, a identificação de seu estágio atual deve ser determinante na tomada de decisão em relação a uma oportunidade de investimento num determinado empreendimento (ou num conjunto deles).

Uma pequena oferta, diante da demanda, pode desacelerar o crescimento econômico local por dificultar a entrada de novos escritórios, por impor altos preços e custos. Do outro lado, o excesso de nova oferta impulsiona a inflação de custos da terra e da construção, seguido de altas taxas de vacância, colapso de preços e queda nos valores da propriedade (KUMMEROW, 1999).

Os ciclos de mercado são baseados na idéia de que a oferta e a demanda por si só se equilibram. Então, conforme a demanda cresce, a oferta também cresce.

Quando a oferta começa a ficar saturada, ela tende a diminuir, até surgir uma nova demanda não atendida. Contudo, as respostas do mercado são lentas, devido ao longo período de implantação dos empreendimentos. Então, quando um mercado começa a ficar saturado e uma série de empreendimentos estão em fase de implantação, o mercado ficará ainda mais saturado. Apenas depois de um certo período, com o crescimento da demanda, é que sua ocupação irá voltar a uma condição desejada, até quando o mercado introduzir mais estoque.

O mercado tende a passar por períodos de expansão, super-oferta, desaquecimento e recuperação. Wheaton (1987) aponta que os valores de aluguel não se movem rapidamente, mas respondem gradualmente às taxas de vacância, sugerindo o aumento da extensão do ciclo. Quanto mais dinâmicas forem as leituras de mercado<sup>8</sup>, menor será a amplitude da curva de super-oferta e sobre-oferta, ou então, a variação da taxa de vacância.

A super-oferta geralmente é resultado de projeções excessivamente positivas. “Uma vez que a decisão de construir usualmente depende da força da atividade econômica local, *overbuilding* pode freqüentemente ser resultado de excesso de confiança sobre os sinais positivos que investidores e empreendedores percebem no momento em que o projeto é concebido” (GALLAGHER e WOOD, 1999).

## 1.2 Os agentes que influenciam na configuração da oferta

Os principais agentes que participam do processo de decisão da localização, em alguma instância, são: empreendedores, os planejadores, os clientes, os investidores e o governo. Os agentes do setor que serão apresentados neste capítulo, são aqueles que decidem diretamente sobre a implantação do novo empreendimento.

O empreendimento que é lançado no mercado pode ser dividido em cinco períodos. Inicia-se com a validação da idéia de investir. Depois vem o

---

<sup>8</sup> Boa leitura de mercado depende da disponibilidade e qualidade de informações (ocupação, preços de aluguel, crescimento do estoque etc).



planejamento; o terceiro período é a implantação, o quarto a locação das unidades e o último sua exploração.

Temos então a figura do empreendedor, que será quem idealiza, tendo as primeiras diretrizes do produto, e a do planejador, que irá a partir da validação da idéia de empreender, desenhar as configurações do empreendimento. Esses dois primeiros agentes irão influenciar na decisão sobre qual será o produto e quais serão suas características físicas e localizacionais, a partir da análise do mercado<sup>9</sup>.

Podemos identificar dois “clientes”. O primeiro é o investidor que irá participar do empreendimento. Comprando uma parte do mesmo ou participando integralmente, ele busca lastro seguro e renda homogênea. De outro lado, temos o usuário, que é quem irá garantir renda<sup>10</sup> e utilidade ao produto; por isso, é a partir de seus anseios e necessidades que deverão ser entendidas as preferências da demanda, discussão que será realizada no próximo capítulo.

Os investidores, por sua vez, também influenciam na distribuição e na decisão localizacional dos escritórios. Tanto os investidores institucionais, quanto os individuais devem escolher localizações que, segundo sua percepção, sejam atraentes para os futuros locatários. Observamos que, quando o intuito do investimento é de formação de poupança, principalmente para os menores investidores, a tendência é de escolha de localizações que impliquem maior familiaridade, sugerindo uma tendência de proximidade aos bairros onde esses investidores habitam ou às regiões com uma imagem (de centro de negócios) bem definida.

---

<sup>9</sup> A análise de mercado poderá ter várias abordagens: um exemplo é, simplesmente, acompanhar o que está sendo ofertado; outro, é analisar o que está sendo absorvido (aceito pelo seu público) e, por último, por prospecções futuras, que em alguns casos podem ser tendenciosas.

<sup>10</sup> Esta renda irá formar a receita operacional do empreendimento, que por sua vez irá determinar a remuneração do investimento.

### 1.3 Caracterização de empreendimento de escritórios como negócio

Os aspectos que irão garantir segurança ao investimento estão vinculados a seu desempenho dentro do período de exploração, garantindo fluxo de renda nos patamares de atratividade desenhados. Ou seja, tanto o retorno do investimento, quanto seu payback<sup>11</sup> dependerão de seu desempenho no mercado, o qual dependerá do ajuste de seus atributos à necessidade do mercado, sendo o empreendimento atrativo e competitivo. O que quer dizer que, a competitividade do empreendimento está relacionada ao seu binômio preço x qualidade<sup>12</sup>. A qualidade do empreendimento está associada à qualidade da edificação e da localização (boa acessibilidade, infra-estrutura urbana etc). Por isso, a inserção de mercado deverá ser abordada considerando tanto os aspectos físicos do edifício quanto os localizacionais, uma vez que ambos configuram o fator qualidade do empreendimento.

Mudanças no perfil de seus ocupantes devido à idade do edifício podem ocorrer, mas o edifício e a sua localização deverão permanecer adequados e utilizados por longos períodos<sup>13</sup>. Nos próximos capítulos, iremos discutir a evolução dos atributos que qualificam a localização de escritórios e que lhe deverão inferir mais atratividade.

#### ***A localização como estratégia competitiva para empreendimentos***

A seleção do terreno para empreendimentos de escritórios não é muito abordada na literatura e, principalmente em cidades altamente concentradas como São Paulo, a idéia de investir, muitas vezes, já está atrelada à disponibilidade de um terreno vago pré-determinado.

---

<sup>11</sup> Payback significa o prazo necessário para o investidor recuperar o montante imobilizado.

<sup>12</sup> A relação preço qualidade, representa um binômio que deve ser equivalente ou melhor do que o praticado pelo mercado, ou seja, a partir do que está sendo praticado, o empreendimento tem que oferecer mais qualidade em relação ao produto ou melhor preço para ser competitivo.

<sup>13</sup> Para permanecerem atraentes por ciclos maiores do que estes, os centros de negócios devem ter uma imagem atraente, vinculada a algum diferencial em relação às outras regiões, como por exemplo o seu patrimônio histórico ou arquitetura. (veremos mais sobre a imagem da localização no capítulo 4)

A estratégia competitiva dos empreendimentos se configura a partir da relação entre qualidade do edifício, qualidade da localização e preço praticado. Esta composição desenha a estratégia de inserção de mercado do produto. Por exemplo, um empreendimento pode ter boa localização e moderna edificação, mas seu preço será provavelmente maior; outra opção é investir em boa edificação, mas numa localização ainda precária, com a expectativa de oferecer um preço mais acessível e aguardar uma possível evolução da estrutura que qualifique a localização. Várias composições podem ser feitas e alguns fatores irão influenciar diretamente na necessidade de criatividade para compô-las. São eles: a disponibilidade de terrenos, o surgimento de novas tecnologias, de novos mercados, *marketing* etc. Quando uma cidade não apresenta muitas possibilidades de expansão, ou por restrições físicas ou legais, ela tem um mercado mais contido e a migração entre regiões tende a se menor.

#### **1.4 Indicadores de desempenho de mercado**

As análises de mercado de escritórios que focam a oferta mostram os graus de competição entre propriedades dentro do mercado. A análise depende da disponibilidade de informações secundárias de qualidade do mercado, já que a utilização de dados primários não poderia cobrir o volume desejado. SHARKAWY (1990) ao comparar a qualidade dos dados secundários de mercado afirma que, os dados secundários bem acurados sobre a rede de absorção, taxa de vacância e valores de locação são aceitáveis. A projeção de renda de operação (os preços de aluguéis que serão praticados) é ponto central para decisões de planejamento, investimento e financiamento. Assim, o valor do empreendimento é atrelado à capitalização de renda. Em mercados sujeitos a migrações para sub-mercados, devido à condição de substituição, as informações espaciais e o espaço temporal de dados quantitativos dos sub-mercados são muito importantes.

Os dados secundários de mercado disponíveis na cidade de São Paulo são levantados pelas consultorias imobiliárias que nele atuam. Cada uma delas divide a

cidade em regiões de forma própria e a periodicidade do levantamento dos dados também é distinta, mas o conceito da formação do indicador é o mesmo, como será exposto a seguir.

#### ***1.4.1 Estoque total e novo estoque***

O **estoque total** exibe o volume em metros quadrados do estoque existente no mercado, podendo ser utilizado como referência de tamanho. O estoque total discriminado por região mostra a representatividade de cada região dentro do mercado e sua evolução indica aquecimento ou desaceleração na oferta da região.

O **novo estoque** mostra o espaço total de novos escritórios entregues no mercado e que ainda não foram ocupados anteriormente. Quando se trata de estoque a ser entregue, denomina-se como **novo estoque previsto**. Através deste indicador, pode-se avaliar o aquecimento potencial do setor de construção civil dentro do segmento.

Vale salientar que a distribuição do novo estoque na cidade não é homogênea, havendo regiões que abrigam a grande maioria dos novos produtos e outras que recebem apenas alguns poucos. Isto pode ser resultado de uma série de fatores, como falta de terrenos disponíveis, altos preços da terra, legislação, falta de infraestrutura urbana, ou simplesmente falta de interesse tanto dos investidores e empreendedores, quanto dos usuários. Estes aspectos serão discutidos no estudo de caso.

O novo estoque comparado por regiões pode mostrar a velocidade com a qual cada região está crescendo em relação ao antigo estoque e o quanto cada região representa do crescimento do novo estoque do mercado como um todo, dentro do período analisado.

### ***1.4.2 Taxa de vacância***

A vacância representa as áreas vagas disponíveis para locação em relação ao estoque total de mercado. Dela deriva a **taxa de vacância** que, de modo análogo, expressa o percentual destas áreas vagas em relação ao estoque total ofertado. Este indicador é muito importante, pois ele pode apontar uma demanda de mercado não atendida ou uma possível sobre-oferta.

Taxas mais baixas ocorrem em situações muito particulares, pois sempre haverá certa vacância oriunda da dinâmica do mercado e da necessidade de produtos disponíveis para a escolha dos ocupantes. Do outro lado, taxas muito altas podem denotar um cenário de crise no setor, causado por um excesso de oferta ou redução da demanda.

Vale ressaltar que alguns fatores podem distorcer a leitura deste indicador, conduzindo o analista a interpretá-lo como indício de crise no mercado, na hipótese de ausência de informações complementares. Por exemplo, em função de escritórios de alto padrão possuírem grandes áreas por ocupante, a saída de uma única empresa pode representar um grande impacto na taxa de vacância de determinado segmento, apesar de representar apenas um acontecimento pontual. Outro caso relevante é a entrega de um empreendimento de grande porte num mercado cujo estoque é restrito, elevando substancialmente a taxa de vacância até que o mercado seja capaz de ocupá-lo. Este acontecimento não necessariamente denuncia um cenário de oferta em excesso.

### ***1.4.3 Absorção líquida***

A **absorção líquida** é o volume de escritórios que foi ocupado num certo período subtraído do volume que foi ocupado em equivalente período anterior ao da análise. Esse indicador é importante para analisar a incorporação pelo mercado dos espaços ociosos e a migração entre regiões (quando analisadas as taxas de cada região), como também a mudança de locatários conforme a classificação dos

edifícios (aumentando a absorção de espaços de melhor qualidade, desocupando aqueles de qualidade inferior). A queda da absorção líquida pode representar uma tendência de queda da demanda por novos espaços, ou até uma saturação na oferta.

Para evitar a sobreposição de informações, só é considerado estoque ocupado (absorvido) aquele que de fato foi ocupado, não sendo considerados espaços que tenham sido alugados e que ainda não tenham sido ocupados.

#### ***1.4.4 Índice dos valores de locação e valores de locação***

Os **índices de valor de locação e venda** são ideais para se analisar a variação dos valores praticados dentro de um determinado mercado, num certo intervalo de tempo.

Os **valores de aluguel** indicam o padrão de renda que o mercado está praticando; com eles podem ser feitas análises da eficiência de um empreendimento dentro do mercado da cidade e dentro de sua região.

Os valores de aluguel servem de parâmetro para arbitrar cenários que resultarão na construção de indicadores de rentabilidade para novos empreendimentos, mas algumas ressalvas devem ser feitas, uma vez que o valor de aluguel é um número difícil de se trabalhar, primeiramente por representar, na maioria das vezes o valor pedido, não propriamente o valor pago; em segundo lugar, muitas vezes alguns benefícios indiretos são dados para o locatário, como isenção de pagamento do aluguel por algum período (carência). São situações que não transparecem no indicador.

#### ***Escolha dos indicadores que serão utilizados no estudo de caso***

Os valores de locação são largamente utilizados nos estudos sobre mercado de escritórios, para se analisar a sensibilidade dos preços de aluguéis perante os

atributos de qualidade tanto do edifício, quanto dos aspectos localizacionais. No entanto, Sivitanidou (1995) afirma que a eficiência da utilização de modelos hedônicos para se avaliar as qualidades localizacionais (relacionando os preços de aluguéis às qualidades do local) é questionada, uma vez que a cobrança do aluguel de espaços de escritórios varia conforme o volume de metros quadrados, não considerando se o espaço alugado é grande ou pequeno.

Segundo Mills (1992) equações de regressão hedônica são técnicas naturais empregadas na estimativa de avaliação de mercado diante das características do edifício. Em seu trabalho, o autor avalia o impacto das características do edifício e as especificações da localização sobre os preços de aluguéis pedidos, no mercado de Chicago. No entanto, não iremos utilizar preços de aluguel no estudo de caso devido à necessidade de se trabalhar com informações de mercado muito detalhadas, o que não temos disponível.

A utilização da variação dos preços de aluguel é eficiente em mercados onde a discrepância entre regiões é muito acentuada. Um exemplo é o estudo feito em Seul, por Nahn (1999), que identifica o centro tradicional apresentando valor de aluguéis duas vezes maior que os dos chamados novos centros, mesmo apresentando uma infra-estrutura urbana muito mais saturada e antiquada; a preferência foi atribuída ao fato de que o centro apresentava uma imagem mais favorável.

No estudo de caso iremos analisar a aderência dos indicadores de desempenho de mercado selecionados em relação à evolução da qualidade da localização, ou seja, os indicadores escolhidos devem ser os que melhor reflitam as qualidades do mercado de cada região (cada localização) em relação ao mercado como um todo.

Foram selecionados três indicadores:

A **taxa de vacância** foi escolhida por demonstrar a flexibilidade da região conforme a variação da relação entre oferta e demanda, ou seja, se uma região

apresenta taxa menor que a identificada no mercado da cidade como um todo, esta região tem qualidades próprias, o que pode ser consequência das características da localização, das edificações e também devido ao preço.

A competitividade do empreendimento, como visto anteriormente, está relacionada à composição de três fatores: qualidade física do edifício, qualidade de localização e preço. No estudo de caso, nos interessa discutir a qualidade de localização, então a variável preço não será trabalhada<sup>14</sup>, uma vez que não é possível, dentro do trabalho proposto, explorar com o devido rigor estas questões. Por isso, será utilizada a taxa de vacância segmentada por padrão<sup>15</sup> de construção, que representa a competitividade do empreendimento sem considerar os preços praticados.

É aceitável trabalhar apenas com a taxa de vacância, porque o empreendimento deve sempre procurar ser utilizado e ocupado, seja pelo usuário para o qual ele foi projetado, seja para um novo usuário, o qual pode fazer readequações<sup>16</sup>, objetivando manter-se ocupado. Além disso, as respostas do indicador “taxa de vacância” são mais rápidas do que os valores de aluguel, por isso ela é mais adequada para fazermos uma análise da evolução das regiões escolhidas em determinados intervalos de tempo.

A evolução do **estoque total** apresenta a evolução da oferta. O tamanho de seu crescimento, o **novo estoque**, representa a capacidade de expansão geográfica da região em questão ou então a atratividade para os empreendedores.

A **absorção líquida** será analisada, primeiramente, para podermos identificar a presença de migração entre regiões. Além disso ela nos mostra a atratividade da

---

<sup>14</sup> A qualidade da edificação será sugerida pela apresentação da idade média do estoque da região e pela segmentação das informações (dados) por padrão de construção.

<sup>15</sup> Os dados disponíveis estão segmentados pelo padrão de construção da edificação (AA, A, B e C), essa qualificação é a amostra adotada pela empresa Jones Lang LaSalle, que disponibilizou a base de dados que será utilizada no estudo de caso.

<sup>16</sup> Sejam elas referentes a aspectos físicos do edifício ou aos valores de aluguel (ou preços).



região diante uma nova demanda (novos usuários, mudança do perfil da demanda). Por conseqüência, baixa absorção pode representar pequena oferta ou má aceitação dos usuários.

## 2. AS ATIVIDADES DE ESCRITÓRIOS

"Escritórios são lugares onde informações são recebidas, processadas e despachadas, e a demanda por escritórios tende a sobrepor a demanda de outros tipos de edifícios, devido ao crescimento dos serviços em geral. Com o crescimento da divisão das funções na economia se requer mais comunicação, e o crescimento da complexidade da indústria do capital intensivo<sup>[14]</sup> também faz crescer a demanda por escritórios" (GODDARD, 1973 apud BROADBENT, 1977)

A demanda por escritórios é o que orienta sua oferta, ou seja, conforme as necessidades das empresas vão se alterando, conforme suas atividades se transformam ou crescem, a oferta de escritórios deve acompanhar essas tendências.

Antes de discutir as necessidades da demanda, inicialmente precisamos reconhecer quem são os ocupantes dos espaços de escritórios. O objetivo deste capítulo é reconhecer as características das atividades de escritórios e discutir sua relação e interação com o espaço urbano.

Vargas (2001) coloca que "A forma de escolher a localização e o uso a ser nela desenvolvido varia de acordo com o tipo de organização empresarial. Ou seja, acontece de forma diferente se as firmas forem administradas por seus próprios

---

<sup>[14]</sup> Capital intensivo é a forma de produção em que a proporção de capital empregado é muito elevada em relação aos demais insumos ou fatores de produção. Neste sentido, mede-se a intensidade de emprego de capital por pessoa empregada. Fonte: dicionário financeiro disponível em: ([www.cosmos.com.br](http://www.cosmos.com.br))

donos ou gerentes ou se são multinacionais ou pequenos negócios e, até mesmo, se é uma companhia pública ou privada” .

Para compreender as principais necessidades de localização das empresas devemos identificar quem são seus clientes, seus fornecedores e para qual público ela está orientada. A importância da localização varia conforme as distâncias em relação a eles, com os quais ela interage, e a frequência dessa comunicação.

As decisões tendem a ser impessoais quando o controle é separado da propriedade, ou seja, quando a propriedade não é patrimônio da empresa (VARGAS, 2001). O que quer dizer que quando isso ocorre, a escolha é feita considerando-se o conforto e a conveniência da própria pessoa, ao invés de serem consideradas as necessidades da empresa.

O estudo da conveniência da localização, do ponto de vista do usuário, não deve ser pensado exclusivamente na expectativa de permanência por longos períodos. Dada a nova agilidade das novas tecnologias de informação, as empresas tendem, com mais frequência e facilidade, a mudar de endereço.

## **2.1 As classificações das atividades de escritórios**

Os serviços podem ser identificados por serem atividades que não produzem bem material, geralmente sua produção é simultânea ao consumo, não podendo ser estocados ou despachados, o que implica numa interação direta entre produtor e consumidor. Algumas atividades se orientam quase exclusivamente para o consumo final, enquanto outras para o consumo intermediário; umas utilizam capital enquanto outras são intensivas em trabalho.

A classificação tradicional das atividades econômicas, a qual já estamos familiarizados, divide os setores econômicos em:

- primário: abrange a agricultura, a pecuária, a caça e a pesca;

- secundário: é composto pelas indústrias de transformação, a construção civil e a extração mineral;
- terciário: atividades ligadas à prestação de serviços: comércio, transportes, comunicações, atividades liberais, funcionalismo público, educação e outras.

A partir da década de setenta, alguns economistas consideraram uma nova esfera de atividades, a qual não se encaixa dentro desta classificação, o chamado setor quartenário, ou então o terciário avançado, o qual envolve o capital do conhecimento<sup>17</sup>. Este setor inclui os profissionais altamente especializados (consultorias jurídicas, contábeis e gerenciais e especialistas das diversas áreas) e financeiro (banco e seguros), os quais provêm serviços não-físicos ao público como um todo e, mais especificamente, à comunidade dos negócios. Este setor inclui também atividades públicas como órgãos do governo, universidades, institutos de pesquisa e atividades similares.

Segundo IPEA (1998), Browning e Singelman em 1978 propuseram uma divisão dos serviços em quatro grupos, identificados segundo a orientação da demanda, que estão discriminados abaixo:

- Serviços produtivos: utilizados pelas empresas durante o processo produtivo, atividades intermediárias por natureza (seguro, serviços bancários, serviços jurídicos, propaganda e publicidade, comunicação, corretagem).
- Distributivos: depois de completado o processo produtivo são as atividades de distribuição dos bens (transporte, comércio, armazenagem).
- Sociais: atividades prestadas à coletividade (educação, saúde, lazer, administração pública).
- Pessoais: atividades prestadas aos indivíduos (hotelaria, restaurantes, cabeleireiro, domésticos).

---

<sup>17</sup> Traduzido do inglês “capital knowledge”.

Além dos serviços, as atividades de decisão e controle são as funções das sedes das grandes empresas (*headquarters*). Suas funções são o controle e decisão nos processos de produção da empresa. Usuários de grande representatividade na ocupação dos espaços de escritórios, apesar de orientados à produção, são altamente dependentes do setor de serviços, produtivos, distributivos, sociais e também pessoais, o que influencia na escolha localizacional.

As questões de classificações dos serviços têm a utilidade de elucidar qual a inserção econômica das atividades de escritórios, e proporcionar a percepção dos possíveis impactos das tendências econômicas no dimensionamento e na caracterização<sup>18</sup> da demanda.

A classificação utilizada pelas consultorias imobiliárias é orientada segundo o tipo de atividade econômica desenvolvida: comercial, de governo, industrial, financeiro, de serviços. O setor financeiro é composto pelos bancos e financeiras; o comercial são empresas do ramo do comércio atacadista e varejista, comércio exterior, importação e exportação; o industrial é formado por empresas do setor industrial, inclusive da construção civil; governo é formado por empresas públicas e autarquias da administração pública nas esferas federal, estadual e municipal; serviços são pequenos escritórios de profissionais liberais, micro e pequenas empresas, e até empresas grandes que não sejam de outro setor; outros são associações, fundações e consulados.

Resumidamente, podemos considerar que as principais atividades de escritórios podem ser divididas, segundo sua função em: atividades de decisão e controle, serviços produtivos (direcionados à produção) e serviços ao consumidor final.

---

<sup>18</sup> Aqui ‘caracterização’ refere-se aos perfis dos usuários da demanda, quem são os usuários mais eminentes.

## 2.2 A evolução dos serviços e o dimensionamento da demanda por escritórios

Uma vez que o crescimento da oferta de espaços de escritórios está eminentemente relacionada ao crescimento do setor dos serviços, iremos discutir sua evolução e desenvolvimento.

Martinelli (1991) aborda as várias teorias que explicam o desenvolvimento dos serviços. Uma primeira visão entende que o crescimento do setor é função do crescimento econômico, mais precisamente pelo crescimento da receita *per capita*, interpretação baseada na demanda, seguindo a mesma lógica dos bens de consumo. Outro enfoque é dado para a oferta, sendo justificado seu desenvolvimento pelo próprio crescimento do setor, aliado a fatores institucionais, sendo reforçado com o crescimento do desemprego e com as políticas sociais e serviços públicos. Outra visão considera o setor como fornecedor não apenas dos clientes finais, mas também como entrada das atividades produtivas e por último, a explicação mais recente, que considera a oferta e demanda e propõe o desenvolvimento dos serviços como política, o qual não deve ser visto apenas como produto de crescimento, mas também como uma pré-condição para tal.

Dentro das visões acima descritas podemos considerar que a demanda por serviços obedece à seguinte lógica: serviços finais privados, que dependem do consumidor individual no mercado, são influenciados pelo grau de urbanização e mudanças demográficas; os serviços intermediários ou prestados às empresas, cuja expansão depende das decisões dos produtores de bens; e serviços públicos, cuja demanda depende das decisões eminentemente políticas definidas pela sociedade (IPEA, 1998).

A taxa de crescimento dos empregos, quando disponível por setor e ramo de atividade, é o melhor indicador macroeconômico para sugerir o crescimento na demanda de novos espaços para escritórios; a taxa de crescimento de empregos em

escritórios representa uma proporção da demanda atendida em relação à oferta de novo estoque (SHILTON E WEBB, 1991).

Conforme a complexidade e a raridade da atividade desenvolvida nos espaços de escritórios, maior a qualidade da infra-estrutura e a diversidade de atividades que ela irá demandar.

O processo de surgimento dos espaços e empregos em escritórios, dentro dos centros urbanos, origina-se da demanda por serviços de escritórios pela população local. Atividades de exportação dos setores primário, secundário e terciário contribuem para o crescimento destas atividades. A dimensão dos serviços de escritórios será proporcional ao tamanho do mercado atendido (local, regional, global). A partir das exportações, novas atividades são requeridas, principalmente os serviços de suporte, os quais por sua vez, também demandam outros serviços<sup>19</sup>.

Shilton e Webb (1991) apontam que ao comparar 45 cidades por função, crescimento e geografia, eles observaram que, as cidades que apresentavam composição diversificada, apresentavam crescimento moderado e constante. Cidades dependentes de uma grande indústria, experimentavam altos ou baixos crescimentos.

Cabe ressaltar que, com a expulsão do trabalhador do campo e a incapacidade de sua absorção pela indústria, o mesmo migrou para o setor de serviços, mas sua mão-de-obra não qualificada resultou em sub-emprego, diferindo das economias desenvolvidas, em que as atividades de serviços absorvem a mão-de-obra remanescente mais qualificada. Apesar do setor de serviços responder por metade do PIB nacional, não necessariamente a demanda por espaços de escritórios é equivalente à dos países desenvolvidos. Ou seja, se compararmos quantitativamente, o Brasil apresenta uma representatividade no setor de serviços equivalente ao do Japão e Alemanha mas, qualitativamente, não expressa

---

<sup>19</sup> Texto elaborado a partir dos trabalhos de Shilton e Webb (1991), Polèse (1998).

modernidade econômica. (IPEA, 1998) Tendo em vista os aspectos mencionados, concluímos que o valor agregado nas atividades de serviços, aqui no Brasil, não é equivalente aos mercados mais desenvolvidos. Então o dimensionamento da demanda por espaços de escritórios não pode ser avaliado dentro dos padrões praticados por estes mercados.

### **2.3 Os tipos de usuários (empresa e trabalhadores) e sua relação espacial com a cidade**

Os usuários dos escritórios podem ser as empresas (o que determina as necessidades conforme sua função, atividade e estratégia) ou seus trabalhadores (os quais buscam conforto, qualidade de vida): cada um irá buscar qualidades localizacionais específicas. Quanto mais rara for esta mão-de-obra, mais valorizada ela será e mais irá fazer valer seus anseios.

#### ***As questões localizacionais***

A sensibilidade em relação aos custos de localização irá variar conforme a função econômica da atividade e conforme a importância da localização para a eficiência tanto financeira como operacional da empresa.

Cohen (2000) afirma que existem cinco componentes fundamentais do negócio que determinam sua localização. São eles: o setor do negócio, sua função, a maturidade do produto que é oferecido, a estratégia competitiva da empresa e a cultura do negócio.

Conforme a função da empresa ela terá diferentes necessidades no que toca à localização. Na escala regional, as sedes das grandes empresas ou corporações tendem a se instalar nas maiores cidades, as quais provêm a melhor infra-estrutura e conexão nacional e internacional (i.e. aeroportos, serviços de entregas).



As atividades de pesquisa e desenvolvimento compartilham vários atributos requeridos pelas grandes empresas, diferenciando-se pela necessidade de proximidade a centros tecnológicos (universidades, laboratórios). “Algumas atividades de pesquisa e desenvolvimento suportam diretamente as tomadas de decisão corporativas e elas tendem a localizarem-se adjacentes a outras funções orientadas dentro da cidade onde se localizam as sedes (*headquarters*).” (LOGAN e MOLOTCH, 1987, p.267)

Geralmente, quanto mais alto o grau de especialização das atividades de escritórios mais intenso tenderá a ser o grau de concentração no centro de negócios. A preferência por localizações alternativas cresce com o tempo, especialmente nas grandes cidades.(COHEN, 2000)

As exigências quanto à localização também variam conforme a maturidade do produto, como por exemplo atividades de desenvolvimento de software e empresas de e-commerce. As empresas tendem a ser menos sensíveis aos custos de localização e mais sensíveis às necessidades de sua mão-de-obra; quanto mais qualificada, mais relevantes são suas exigências.

A cultura do negócio também influencia na escolha de localização. Os laboratórios farmacêuticos por exemplo, anteriormente preferiam localizar-se isoladamente, acreditando poderem manter confidencialidade; mais tarde, passaram a se agrupar para compartilhar serviços de suporte. Na cidade de São Paulo eles estão abandonando os espaços de escritórios dos *clusters* e retornando às fábricas ou ocupando grandes espaços fora das localizações tradicionais<sup>20</sup>. Este caso confirma a afirmação de que a estratégia competitiva da empresa também influencia em sua localização. As novas empresas apresentam estratégias de inserção diferentes das empresas já consolidadas no mercado, uma vez que a necessidade de boa e

---

<sup>20</sup> Segundo “Perfil Imobiliário Jones Lang LaSalle”, São Paulo, 3ºtrimestre de 2002.

reconhecida localização e imagem são especialmente importantes para a consolidação do nome da empresa (IHLANFELDT e RAPER, 1990).

Os serviços de informática (processamento de dados, produção de *software*, consultoria) têm sua localização fortemente orientada ao mercado: o dia-a-dia da sua produção requer grande contato direto com seus clientes, geralmente as empresas, que provavelmente se localizam nos centros de negócios.

Alguns trabalhos estudam a localização de grupos de usuários de escritórios, principalmente: Financeiro, Seguro, Real Estate; Atividades de Pesquisa e Desenvolvimento; sede das corporações (*headquarters*); serviços subsidiários, governo e organizações públicas e outros escritórios relacionados.

As principais condições desejadas pelos funcionários e donos dos espaços de escritórios estão relacionados aos aspectos de vizinhança e de acessibilidade. Locais próximos aos bairros com melhor infra-estrutura de serviços sociais e pessoais são mais atraentes. A qualidade da estrutura local e a sensação de segurança também são fatores importantes. A localização de pequenas empresas tende a ser mais vinculada com os aspectos de conforto, uma vez que o dono da empresa considera seu próprio conforto ao tomar a decisão da localização. Entretanto, a localização não pode prejudicar a eficiência financeira ou operacional da empresa.

Além do ponto de vista da essência das necessidades dos usuários, suas atividades e funções, muitas mudanças estruturais das empresas, fusões, mudança de chefias, *downsizing* estão demandando realocações; por isso a literatura está abordando estes assuntos e as cidades se empenhando em atrair as grandes empresas.

***As necessidades dos usuários em relação aos formatos dos escritórios:  
relação edificação e localização***

Os formatos de escritórios podem variar a sua relação entre características do edifício e as qualidades de localização. Conforme o perfil do usuário, eles irão

necessitar ou preferir mais qualidade do edifício em relação à localização, ou ele irá preferir a qualidade da edificação em relação à localização. A escolha irá depender do conjunto de atributos desejáveis em relação à localização, à edificação e sua sensibilidade aos custos.

Os escritórios comumente se localizam nas áreas centrais tradicionais da cidade, mas nas últimas décadas com o crescimento dos serviços e decorrente crescimento dos espaços de escritórios, novas alternativas foram idealizadas. Temos as torres de escritórios em regiões centrais, os escritórios anexos a suas indústrias, escritórios suburbanos e os *Office park*<sup>21</sup>. As torres de escritórios tiveram algumas mudanças quanto à sua especificação técnica de construção, mas não ocorreu mudança significativa em relação à sua concepção espacial.

#### **2.4 Necessidades básicas dos usuários dos espaços de escritórios em relação à localização**

“A heterogeneidade dos serviços e, conseqüentemente, as especificidades de suas questões têm sido potencializadas pelo processo de transformação introduzido pelo novo paradigma econômico-tecnológico, no centro do qual está a revolução microeletrônica, introdutora de novos produtos e geradora de um processo de reestruturação industrial, caracterizado por avanços significativos de produtividade e pela globalização das atividades econômicas. O uso de novas tecnologias vem exigindo o aparecimento de novos serviços e fazendo de muitos deles insumos fundamentais para os demais setores econômicos, particularmente para a indústria. Este processo trouxe consigo novas exigências para a sociedade no campo da educação, do treinamento/conhecimento e da saúde. Tais considerações reforçam a idéia da dificuldade de se definir adequadamente o setor de serviços. Evidenciam a impossibilidade de se conferir tratamento homogêneo a serviços tão díspares como os serviços financeiros, jurídicos, de informática, comunicação, engenharia,

---

<sup>21</sup> Os chamados *Office park* são escritórios em localizações afastadas dos centros tradicionais, com áreas mais amplas que no centro da cidade e com abundância de áreas livres e verdes.

auditoria, consultoria, propaganda e publicidade, seguro e corretagem, estes na vanguarda tecnológica, e seus aliados tradicionais, os serviços de transporte, comércio, armazenagem. A estes juntam-se ainda os serviços oferecidos à sociedade pela administração pública, defesa/segurança nacional, saúde e educação e os serviços privados ofertados para o atendimento da demanda individual. A esta heterogeneidade estrutural deve-se adicionar uma tendência de que a participação dos serviços na economia seja tanto maior quanto maior seja a renda per capita.” (IPEA, 1998).

Como vimos, a segmentação de grupos homogêneos em relação às necessidades localizacionais é muito complexa e vulnerável a mudanças resultantes de inovação tecnológica, mudanças organizacionais e políticas governamentais que possam ocorrer. Todavia, a identificação de três grandes grupos, já mencionados anteriormente, os serviços direcionados ao consumidor final, intermediários à produção e os públicos, formam grupos que configuram uma necessidade localizacional que pode ser percebida dentro dos centros urbanos. Independentemente desses grupos podemos, resumidamente, classificar as necessidades básicas dos usuários em relação:

1. ao **contato face a face**: para as empresas que executam serviços mais personalizados, são mais freqüentes os contatos diretos com seus clientes e fornecedores.
2. à **economia de escala**: quanto mais sofisticada for a atividade desenvolvida na empresa, maior será a necessidade de serviços de suporte mais avançados, pesquisa, as melhores agências publicitárias, os melhores institutos de pesquisa.
3. à **imagem**: quanto menos conhecido for o nome da empresa, mais ela necessitará de uma boa imagem do lugar onde ela se estabelece.
4. à **sinergia entre escritórios**: aqui fazemos uma distinção da chamada economia de escala. A sinergia entre escritórios aborda a necessidade de empresas similares ou complementares em se localizarem próximas umas

das outras, por vários motivos, além da já mencionada economia de escala, compartilhar mão-de-obra específica qualificada, serviços de suporte específico e contato face a face entre as empresas complementares.

5. à **proximidade ao mercado**: as empresas direcionadas ao consumidor final, podendo ser pessoa física ou jurídica.
6. ao **conforto**: este item é característico dos anseios dos trabalhadores, aborda a localização próxima das necessidades do dia a dia dos indivíduos que trabalham nos espaços de escritórios, (como proximidade de bairros residenciais, shoppings, academias). Ainda considerando o trabalhador, o conforto na acessibilidade é fundamental na escolha do lugar de trabalho de um profissional muito requisitado. A segurança, qualidade ambiental, qualidade visual também apresenta um fator de conforto para os trabalhadores.
7. aos **custos**: atividades mais inseridas no mercado, com o nome consolidado, com uma participação de mercado significativa, geralmente não é estratégia da empresa uma localização mais valorizada, podendo escolher localizações alternativas com preços de aluguéis menores. Além dos custos de transporte de funcionários, tanto na viagem casa-trabalho (que pode representar aumento de custos com mão-de-obra) quanto nas viagens para encontros de negócios.

Poderíamos distinguir os usuários segundo sua orientação: para outros serviços, outros centros, centro principal, consumidor final, indústria, centro de pesquisa, agentes estrangeiros ou gama de agentes; ou então segundo sua sensibilidade: aos custos de aluguel, imagem, contato face a face, economias de escala, sinergia entre escritórios, conforto. Todavia, como já vimos, seria necessária uma discussão de tamanho detalhamento e complexidade, na qual o tamanho da lista de usuários seria tão grande que tornaria impossível o cruzamento de informações.

O que podemos afirmar é que os usuários mais sensíveis aos itens 1, 2, 3 e 4 serão mais propícios a se concentrarem nos centros de escritórios (*clusters*). Já os outros itens, não necessariamente, dependem de grande concentração de atividades similares e sim da particularidade de cada empresa.

### 3. DINÂMICA ESPACIAL DO MERCADO DE ESCRITÓRIOS

O objetivo deste capítulo é desenhar a essência da formação dos centros de escritórios (lugares centrais ou *clusters*) e sua relação espacial com o ambiente urbano. Para isso, inicialmente iremos apresentar um apanhado sucinto das questões que envolvem a formação dos centros urbanos. Em seguida, será discutida, também brevemente, as configurações das cidades segundo suas atividades e seu papel econômico. A partir desta breve exploração, feita na escala das cidades, iremos abordar a configuração dos centros de escritórios e procurar identificar o que os qualifica e o que caracteriza sua função dentro da cidade.

Historicamente é visto que as atividades de escritórios tendem a se agrupar. Por sua vez, é observado que agrupamentos podem ocorrer em diferentes localizações, que são entendidas a partir de sua articulação com a cidade.

Neste capítulo iremos discutir o processo de formação dos centros de negócios, os quais, independentemente de suas características (dimensão e estrutura), representam uma concentração de espaços de escritório, podendo representar os chamados centro tradicional, centro principal, centro expandido ou novos centros, que serão apresentados e estudados no final do capítulo.

#### 3.1 O espaço geográfico e a percepção da distância

Polèse (1998) distingue três níveis de tratamento para análise econômica do espaço: o espaço como distância, como superfície e como lugar.

O espaço como distância é, a todo tempo, referenciado nos estudos econômicos das cidades, como por exemplo, em relação aos custos com transporte, custos com comunicação, custos com a realocação de pessoas. Além do aspecto físico, o autor levanta a questão da percepção da distância, que pode ser influenciada por fronteiras políticas, diferenças de cultura ou língua e diferenças sociais.

Na economia urbana, o conceito de custos de oportunidade significa a utilidade que se obtém com o tempo, empregando-o em outras atividades. Quanto mais interessantes forem as outras possibilidades de uso do tempo, mais valioso ele será. Por exemplo, uma reunião com um alto executivo de uma empresa custa mais “caro” do que com um gerente médio. O executivo só irá à reunião, caso seus ganhos com ela superem sua estimativa do valor do tempo gasto. Podemos dizer que o tempo é um recurso escasso, um recurso econômico.

Dentro da cidade estaria distribuída uma gama de atividades, as quais se complementariam por compartilharem espaços centrais<sup>22</sup>, onde seus usuários utilizariam seus serviços em uma mesma unidade de tempo. Dependendo do valor do custo de oportunidade, o valor do lugar central também varia.

Com o surgimento do lugar de distribuição das importações é estimulado o aparecimento de outras atividades econômicas, principalmente financeiras. Com as incertezas das viagens, nascem instituições de crédito e seguros. E assim segue o crescimento das necessidades e articulações entre atividades, na busca de ganho de produtividade.<sup>23</sup>

### ***Os processos aglomerativos: nas cidades e nos centros de escritórios***

A economia de aglomeração é o resultado da aproximação espacial de atividades similares, complementares ou vinculadas em um espaço restrito, passando por um processo de especialização e complementaridade.

---

<sup>22</sup> Apesar de, não necessariamente, estarem associados à centralidade geográfica.

<sup>23</sup> Como foi apresentado no capítulo anterior na abordagem do processo de crescimento dos serviços.



As externalidades positivas ou economias externas tratam dos ganhos de produtividade<sup>24</sup> atribuídos à aglomeração geográfica de populações e atividades econômicas. As fontes desse ganho de produtividade são, portanto, externas à empresa. As vantagens da aglomeração são: o surgimento de economias de infraestrutura, maior variedade de serviços mais especializados, ampliação do mercado local e contato social. As externalidades podem ser positivas ou negativas. Tudo que ocorre em seu redor gera algum impacto em suas ações. Quando uma externalidade é positiva, se fala em economia externa ou desdobramentos (em inglês é chamada de *spillover effect*), e as externalidades negativas são chamadas de deseconomias externas<sup>25</sup>.

A classificação das **economias de aglomeração** comumente aceita inclui:

1. Economias de escala (dentro da empresa);
2. economias de localização, que são externas à empresa individual e emergem da dimensão da indústria local. Vale ressaltar que algumas indústrias não necessitam da aglomeração com outras empresas similares, pois estas representam concorrência; e
3. economias de urbanização que são externas à indústria local e emergem da dimensão da economia local<sup>26</sup>

Resumidamente, as aglomerações dentro dos centros urbanos são representadas primeiramente pelas economias de escala dentro da empresa; depois pelas economias de localização, que são os ganhos originados da localização que concentra uma especialidade; e o conceito de economias urbanas, que está relacionado à aglomeração de diferentes tipos de especialidades. As economias de

---

<sup>24</sup> A produtividade dos serviços não é facilmente medida; por consequência a medição dos ganhos com a aglomeração também é complexa.

<sup>25</sup> Texto elaborado a partir do trabalho de Polèse(1998).

<sup>26</sup> Baseado em: notas de aula (<http://www.dge.ubi.pt/pguedes/Aula-3-Mest2003.pdf>)

urbanização podem ser vistas como resultado da justaposição e da concentração de agentes e fatores sócio-econômicos, efeitos esses que podem induzir interdependência, que tem no conjunto um poder multiplicador (REMY e NOLS, 1972 apud COMUNE, 1982).

Os autores listam exemplos de fatores de difusão de economias de urbanização resultante da:

- 1) sua dimensão: a existência de um mercado importante, a amplitude, a diversidade, a qualidade, a mobilidade da população ativa; a redução de custos de energia, os equipamentos públicos, a divisão do trabalho;
- 2) justaposição: a escolha, a melhor percepção da inovação dos equipamentos e serviços semelhantes; o acesso, o ganho de tempo, a substituição do consumo; a melhor percepção da inovação de equipamentos complementares; as informações das empresas diversificadas etc<sup>27</sup>.

No decorrer do texto iremos tratar de economia de escala do *cluster*, ou seja, quanto mais unidades de escritórios ele tiver, maior é seu ganho de produtividade, devido aos ganhos com a redução de custos de interação espacial e à multiplicação das possibilidades de intercâmbio, mesclando os conceitos de economia de escala, economias de localização e economias de urbanização. Conforme o perfil do *cluster*, ele terá um papel dentro da cidade onde está localizado, dependendo do seu grau de especialização e da diversidade de especializações.

As chamadas **deseconomias de aglomeração** são constituídas pela inversão do processo de ganhos resultantes da aglomeração para um processo de perdas. Elas são representadas pelos congestionamentos, sendo o mais visível o congestionamento do tráfego. Podemos apontar também os altos preços de terrenos, a falta de infra-estrutura urbana, a poluição, contaminações, violência.

---

<sup>27</sup> Remy, J e Nols, E (1972) apud COMUNE (1982)

Alguns autores consideram a cidade uma fonte de externalidades que provoca efeitos externos favoráveis (economias externas), assim como efeitos desfavoráveis (deseconomias externas). As deseconomias externas podem ser divididas em quatro categorias: (1) as relacionadas à **dimensão crescente da cidade** – alto consumo de espaço que provoca o afastamento, redução de contatos e dos laços de comunicação entre os agentes urbanos - estas deseconomias evidenciam a questão do tamanho ótimo da cidade, questão esta, que continua sem um consenso; (2) aquelas ligadas à **organização espacial da cidade** (por exemplo, a necessidade crescente de espaço viário que provoca custos de reorganização); (3) as ligadas à **economia de aglomeração** - filas, dificuldades de acesso a serviços; (4) por fim, aquelas ligadas à **natureza intrínseca das cidades**: causadas pela justaposição dos agentes econômicos no espaço, resultam em poluição, congestionamento, distanciamento da natureza. Estas deseconomias geram custos diretos e sociais para os agentes econômicos. (COMUNE, 1982).

Os principais fatores que caracterizam as deseconomias internas e externas do centro de negócios são: altos preços dos serviços e equipamentos, ou seja, altos aluguéis, preços dos serviços prestados na região, falta de vagas nos hotéis e estacionamentos, e também, baixa qualidade da infra-estrutura dos transportes, dos serviços básicos, como luz, água, telefonia.

As externalidades podem afetar tanto a imagem do local, como a sua eficiência econômica. Isso ocorre a partir do momento em que elas começam a desarticular as economias de aglomeração.

### **3.2 Dimensão das cidades e a evolução dos serviços**

Como já vimos, com a evolução das atividades de serviços, as cidades se desenvolveram e se especializaram; os estudos econômicos sobre a cidade contribuem para a compreensão do papel da estrutura da cidade, o que possibilita a ela abrigar os centros de negócios e atrair as atividades de serviços.

### *Definição de cidades*

Iremos expor a partir do texto de Comune (1982) sumariamente as questões que envolvem a cidade: o que a qualifica como tal, o seu crescimento e os custos do crescimento (as deseconomias).

O autor discute a dificuldade de se identificar um agrupamento como cidade. Ele enfatiza esta dificuldade apontando que, por exemplo, na Dinamarca um agrupamento de 200 habitantes constitui uma cidade, mas no Canadá e na Venezuela esse número deve ser multiplicado por cinco. Nos Estados Unidos é necessário haver 2500 habitantes, mas no país de Gana essa cifra deve ser duplicada. Na Índia considera-se cidade o agrupamento composto por mais de 5000 habitantes e que, entre eles, sejam 1000 habitantes ocupando 2,6 quilômetros quadrados. Com isso, podemos observar que existem vários critérios para quantificar uma população e classificá-la.

Ele também aponta outros critérios de definição das cidades: o critério administrativo (autoridades definem quais agrupamentos vão ser dotados de um estatuto de cidade), o critério da população ativa (as cidades são aquelas onde a produção agrícola é insignificante) e o critério das características urbanas (presença dos serviços e dos equipamentos coletivos e públicos). Além disso, os critérios acima citados podem ser mesclados.

Derycke apud Domune (1982) expõe como a cidade é vista enquanto ambiente econômico: “a cidade aparece aos olhos do economista como um lugar privilegiado, capaz de organizar com certos custos econômicos e sociais, dado os objetivos múltiplos que se esforçam em atingir os agentes econômicos que aí vivem e se encontram” e ainda que “é preciso mesmo ir mais longe para reconhecer na cidade uma parte dos atributos de um verdadeiro agente econômico: **um patrimônio, funções, finalidades, um poder de decisão, uma lógica própria**”. Ele propõe uma sistematização do pensamento dos diversos

autores em torno de três características: a cidade como “**bloco de fatores produtivos**”<sup>28</sup>; a cidade como “**fonte de externalidades**” (ao benefício da empresa produtora e do consumidor final); a cidade como “**centro de formação e de redistribuição do valor**”. Ou seja, “em que medida a cidade enquanto agente econômico possui um patrimônio, preenche funções e constitui um centro autônomo de decisões”

Diante disso, o crescimento das cidades pode ser analisado por três enfoques: a significação demográfica (aumento da população urbana, aumento do número de cidades, ritmo de urbanização, concentração geográfica), espacial (extensão geográfica) e econômica (aumento do produto e renda), além destes três, também podem ser apontados os aspectos sociais (os equipamentos, as atividades e o ritmo do crescimento) e políticos (incentivos e restrições). Estes conceitos não são exclusivos, eles constituem noções que se complementam (DERYCKE apud DOMUNE, 1982).

Como expõe Guyot apud Comune (1982) “A cidade é um modo de organização social que resulta do jogo combinado de fatores culturais, sociológicos e econômicos. É sempre difícil e algumas vezes totalmente errôneo estabelecer uma ordem de preponderância entre estes fatores”.

### ***Classificação das cidades***

Longos debates questionam se São Paulo é uma cidade global, ou apenas, uma megacidade. Para tecer um panorama sobre a questão, iremos brevemente levantar algumas abordagens que discutem as cidades globais, as chamadas megacidades e as cidades que se integram ao conceito da rede de cidades. A relevância desta exposição se justifica, porque estas cidades são classificadas, conforme sua estrutura, para abrigar as principais funções de serviços.

---

<sup>28</sup> A expressão "fatores produtivos" compreende dois grandes elementos: capital e trabalho.

Gohn (2004) afirma que as cidades globais são aquelas que concentram perícia e conhecimento em serviços ligados à globalização, independente do tamanho de sua população. Para avaliar se uma cidade é global, considera-se: o número de escritórios das principais empresas (em contabilidade, consultoria, publicidade, banco e consultorias) a sua rede financeira/bancária, de telecomunicações etc. As cidades globais são vetores importantes da globalização. Elas são sede de poder e por meio delas que a economia global é administrada, coordenada e planejada. Elas formam uma rede onde transitam os trilhões que alimentam os mercados financeiros internacionais. Elas formam também uma teia que dissemina serviços especializados para a indústria e para o comércio, concentram as estruturas de comando das 37 mil empresas transnacionais atualmente existentes.

Estudos recentes registram 55 cidades globais no mundo. A importância está relacionada ao nível de desenvolvimento da cidade. Zurique, na Suíça, é uma cidade global, enquanto Lagos, na Nigéria, com uma população 10 vezes maior, não o é. (GOHN, 2004).

Nesse sentido, para Rose (2002) “Estas cidades são centros favoráveis para a troca de capital internacional, idéias, bens, e pessoas, e para a geração de valor econômico a partir de idéias. Eles criam comunicação e tecnologia de informação, na qual a rede financeira confia; eles recompensam investimentos de altos riscos com ainda maiores retornos; e eles atraem as pessoas que fazem o sistema funcionar. Na era da maravilhosa comunicação eletrônica, fáceis viagens nacionais e internacionais, e excepcional mobilidade profissional, classes média e média-alta que trazem dinamismo à cidade e que se relacionam bem com a economia mundial podem viver onde quer que escolham e onde estas pessoas educadas, talentosas, criativas e dinâmicas escolhem viver ou trabalhar afeta enormemente o que aí acontece”.

Ferreira (2003) em seu trabalho questiona se São Paulo é uma cidade global ou apenas um mito: “A idéia básica sempre foi a de que, na organização econômica

mundial, certas cidades, mais do que outras, teriam maior domínio estratégico por sua posição geográfica, seu potencial de comércio, seu desempenho econômico, sua influência política, e assim por diante”. Sassen (1998) coloca que é aceito que de fato “existe uma rede de cidades principais, tanto no norte como no sul, que funcionam como centros para a coordenação, o controle e o serviço do capital global”. Porém, São Paulo não tem a representatividade das capitais européias ou das grandes metrópoles americanas. Ferreira conclui então que, São Paulo como cidade global é um mito, porque a estrutura social da cidade está aquém do que é pensado para as cidades globais. Koulioumba (2002), por sua vez, conclui que São Paulo sugere uma configuração de cidade global diferenciada, a qual é formada pelas denominadas “ilhas de excelência globalizada”, que são os centros que concentram todos os avanços tecnológicos, porém, rodeado de pobreza.

Segundo Castells (1999) não existem cidades globais. “Toda grande cidade é algo global, em proporções diferentes. E muito local ao mesmo tempo. A maioria dos bairros e pessoas vive vidas locais. O que é global são as funções direcionais da cidade. Nesse sentido, Bombaim e Lagos são globais também. Bombaim é um grande centro financeiro e de software em nível mundial, conectado com Londres e com o Vale do Silício. Lagos está conectada financeiramente à indústria energética e também é um centro estratégico das máfias criminosas globais. Mas Londres, Bombaim, Lagos, Vale do Silício têm áreas locais desconectadas das redes globais, ainda que em proporções diferentes. Cerca de 90% de Lagos está desconectada da rede global. No Vale do Silício esta proporção é de 10%, enquanto São Paulo está entre os dois, em termos de proporções. A cidade global não é concreta, é uma rede interterritorial de espaços locais conectados em uma rede global de capital e informação, onde estão Wall Street, a City de Londres, Ginza de Tóquio e a Avenida Paulista, entre outros”.

Para o Castells (2000), existem as megacidades, que são aglomerações populacionais de mais de 10 milhões de habitantes. Atualmente são 13 (segundo

classificação da ONU em 1992)<sup>29</sup>, sendo que, entre elas, 4 têm projeções de ultrapassar 20 milhões em 2010. O autor complementa dizendo que, além do tamanho da população, elas possuem algumas características de qualidades definidoras: elas são nós da economia global e concentram: funções superiores direcionais, produtivas, e administrativas de todo o planeta; o controle da mídia, a verdadeira política do poder; e a capacidade simbólica de criar e difundir mensagens.

Castells (2000) conclui sua explanação sobre as megacidades afirmando que “apesar de todos os seus problemas sociais, urbanos e ambientais, as megacidades continuarão a crescer tanto em tamanho quanto em atratividade para a localização de funções de alto nível e para as escolhas pessoais.(...) Isso porque as megacidades são: (1) centros de dinamismo econômico, tecnológico e social em seus países e em escala global. São os verdadeiros motores do desenvolvimento. O destino econômico de seus países depende do desempenho das megacidades; (2) centros de inovação cultural e política; os pontos conectores às redes globais de todos os tipos. A internet não poderá desviar-se das megacidades: ela depende do sistema de telecomunicações e dos ‘telecomunicadores’ desses centros. (...) As megacidades são os pontos nodais e os centros de poder da nova forma/processo espacial da era da informação: o espaço de fluxos”.

As cidades médias são outra categoria de classificação das cidades, com população entre 50 mil a 800 mil habitantes. Abaixo de 50 mil são as pequenas cidades. Além de cidades globais, megalópoles, metrópoles, cidades médias e pequenas cidades temos também a categoria dos pólos regionais de aglomerações urbanas. Eles se caracterizam pela aglomeração de pessoas e atividades econômicas numa mesma área, composta de várias cidades que formam uma malha com fluxo de trocas

---

<sup>29</sup> Segundo ONU (1992) apud Castells (2000) as 13 cidades (em ordem conforme sua população) são: Tóquio, São Paulo, Nova York, Cidade do México, Xangai, Bombaim, Los Angeles, Buenos Aires, Seul, Pequim, Rio de Janeiro, Calcutá e Isaka.



intensas entre si. Pessoas moram num local, trabalham ou estudam em outro etc. (GOHN, 2004)

Sumariamente, podemos afirmar que, tanto as cidades globais quanto as megacidades desempenham papel importante na economia, devido sua conectividade com a economia global. O desempenho destas cidades depende da composição de sua estrutura tecnológica e de seu ambiente social.

### **3.3 Estrutura espacial das áreas urbanas**

Ao fazer uma análise dos usuários de escritórios, buscou-se identificar grupos homogêneos, segundo sua necessidade localizacional. Todavia, só foi possível utilizar dois critérios, segundo sua orientação ao mercado e conforme a necessidade de estar concentrado ou não.

Os fatores que qualificam a concentração serão explorados no capítulo 4. Agora iremos explorar como podem ser pensadas as estrutura territoriais, onde se inserem os serviços, conforme sua orientação ao mercado: orientados ao mercado local, regional ou global, e conforme o tipo de trocas que são feitas, físicas ou não-físicas, tanto com seus clientes como fornecedores.

Apresentaremos a teoria do lugar central e a rede de cidades. A primeira contribui para a compreensão da localização dos serviços que fazem trocas através do contato pessoal, uma vez que ela é pensada segundo as trocas físicas, o que sugere a tendência de concentração. A segunda, insere o pensamento das trocas não-físicas, que por sua vez, sugere a tendência de dispersão<sup>30</sup>.

#### **A teoria do lugar central**

---

<sup>30</sup> A rede de cidades, ao mesmo tempo em que considera as tendências de dispersão, também apresenta forças de concentração.

A idéia da centralidade é a organização em torno de um núcleo como um fenômeno natural. O lugar central aparece a partir do conceito de centro de uma região onde a densidade de localização da população e das atividades econômicas é maior que na região complementar. A centralidade, para Christaller<sup>31</sup>, se refere menos a uma posição central especialmente definida do que a um conjunto de funções centrais. Ou seja, o lugar central aparece apenas porque determinadas funções da cidade vão ser efetuadas através de atividades localizadas nos lugares centrais.

A teoria do lugar central afirma que a localização dos serviços e a área geográfica que o suporta dependem:

- Da densidade da demanda por serviços, quanto mais densa a população, mais provável que uma grande variedade de serviços estarão disponíveis;
- do nível de atividades de exportação da manufatura e das atividades de serviços;
- do custo de transporte e formas de comunicação disponível; e
- da necessidade de contato face a face e contato para tomadas de decisão<sup>32</sup>.

A teoria do lugar central sugere que conforme cresce a intensidade das funções, a proporção de empregos especializados de serviços irá crescer. Então podemos inferir que a taxa de emprego de escritórios nos lugares centrais e a taxa de emprego de escritórios locais irão diferenciar-se. O mais importante princípio da teoria do lugar central é que as atividades no lugar central alcançam economias de escala. O crescimento das atividades do lugar central resulta no crescimento da população que serve a estas atividades; todavia, os serviços especializados irão crescer mais rápido que os serviços locais. (SHILTON e WEBB, 1991)

---

<sup>31</sup> Walter Christaller apresentou a “Teoria do lugar central” em 1929, trabalho explorado por Ablas, 1978.

<sup>32</sup> Baseado no trabalho de Shilton e Webb, 1991.

Embora a teoria dos lugares centrais não seja verdadeira para muitas regiões, por visualizar o problema de forma simplificadora (muito geométrica) e por considerar apenas conceitos concretos, ela fornece uma maneira de pensar a localização dos serviços e sua relação com o mercado.

A partir das novas tecnologias de informação e das mudanças do elenco de atividades mais importantes e representativas da sociedade urbana, a questão não era mais transportar bens de consumo, como quando a teoria do lugar central foi pensada, agora a necessidade é a da troca de informações; então a dinâmica espacial se transforma.

Com as novas tecnologias de informação, os bens materiais continuam com limitações de transporte, porém os bens não materiais transitam largamente, globalmente entre nações. O que resulta na concentração da produção destes bens não materiais nos pólos mais tradicionais de tal especialidade, desbancando a importância da distância, do tempo, formando as cidades globais, que por sua vez são função de uma rede de cidades (que transcende as limitações da distância), a qual é dependente e depende dela.

### **A rede de cidades<sup>33</sup>**

A rede urbana funciona como elemento estruturador do território, já que as cidades desempenham a função de nódulos dos sistemas de fluxos que o dinamizam. Na economia industrial, as redes urbanas estruturavam-se essencialmente por meio dos fluxos materiais. Sob o impacto da revolução da informação, porém, os fluxos simbólicos se tornam cada vez mais decisivos na definição das hierarquias urbanas e da capacidade de polarização de cada um de seus elementos (SASSEN, 2003).

---

<sup>33</sup> Apresentaremos brevemente algumas considerações feitas sobre o assunto por Saskia Sassen, Manuel Castells, e também a contribuição de autores que abordaram o tema dentro do ambiente nacional. (devido à expressão de seus trabalhos dentro do tema)

Na mesma obra, a autora expõe o impacto gerado sobre as cidades diante as mudanças vindas com a globalização e a digitalização: “Essas duas dinâmicas fortíssimas têm impactos muito pronunciados nas cidades e nas velhas hierarquias urbanas. Veja o caso da cidade global de que eu falo nas minhas obras – ela é claramente função de uma rede. Não pode ser olhada em isolado. O crescimento de cidades como Londres, Nova York e Frankfurt é, em boa medida, alimentado por uma rede global que abrange umas 30 cidades no mundo, entre as quais assistimos a uma circulação intensíssima de recursos e pessoas.

“A digitalização facilitou a dispersão geográfica, mas ao mesmo tempo, deu força também à importância vital das funções de coordenação e controle das empresas e dos mercados – os próprios mercados financeiros têm ‘atores’ reais, são geridos por empresas de serviços e implicam funções de gestão central de todo tipo. Essa ‘centralização’ requer gente de topo, de talento, não só dentro das sedes, mas, em geral, em todo ambiente de serviços especializados às empresas. Os grandes centros são concentrações massivas deste tipo de recursos. Qualquer cidade pode ter fibra ótica, estar ‘cabada’, mas se não tem o resto – os recursos humanos e materiais concentrados e a rede social real que maximiza a interconexão – para que é que serve? Para tirarmos o máximo partido da digitalização não é necessária só a infra-estrutura. É indispensável todo o complexo de recursos” (SASSEN, 2003).

Para complementar a exposição sobre a cidade em rede, iremos apresentar brevemente a abordagem dada por Castells em seu trabalho *A sociedade em rede*.

### **Serviços avançados, fluxos da informação e a cidade global**

“A economia global/informacional é organizada em torno de centros de controle e comando capazes de coordenar, inovar e gerenciar as atividades interligadas das redes de empresas. Serviços avançados, inclusive finanças, seguros, bens imobiliários, consultorias, serviços de assessoria jurídica, propaganda, projetos, *marketing*, segurança, coleta de informações e gerenciamento de sistemas de

informação, bem como P&D e inovação científica, estão no cerne de todos os processos econômicos, seja na indústria, agricultura, energia, seja em serviços de diferentes tipos. Todos podem ser reduzidos à geração de conhecimento e a fluxos da informação” (CASTELLS, 2000).

“Todos indicadores apontam para um fortalecimento da estrutura hierárquica de funções de comando e controle e do resultante intercâmbio de informações. A concentração localizada da informação resulta de altos níveis de incertezas, por sua vez motivada pela transformação tecnológica, personalização, desregulamentação e globalização do mercado (...) (Contudo) à medida que a época atual for se desenvolvendo, persistirá a importância da flexibilidade, como mecanismo básico de atuação, e das economias de aglomeração, como fator preeminente de localização. Portanto, a importância da cidade como centro de gravidade para as transações econômicas não desaparecerá. Mas com a iminente regulamentação dos mercados internacionais (...) com menos incertezas sobre as regras do jogo econômico e seus participantes, a concentração do setor da informação sofrerá uma desaceleração, e certos aspectos da produção e distribuição filtrarão em níveis mais baixos de uma hierarquia urbana internacionalizada” (MICHELSON E WHEELER (1990) apud CASTELLS, 2000).

Castells (2000) coloca que a hierarquia na rede não é garantida ou estável, está sujeita à concorrência entre cidades. Ele aponta que o fracasso do Canary Wharf<sup>34</sup>, nas docas de Londres, se deve à concorrência no sistema urbano global, fatores externos muito difíceis de serem controlados. Nos anos 90, enquanto algumas cidades desfrutavam um crescimento urbano explosivo, outras experimentavam uma queda que causou profunda diminuição nos preços de imóveis e paralisou novas construções. “Esta montanha-russa urbana, em diferentes períodos nas diversas áreas do mundo, ilustra a dependência e a

---

<sup>34</sup> Canary Wharf é uma das maiores incorporações imobiliárias mundiais, implantada em Londres, com 12 milhões de pés quadrados de espaço de escritórios e comércio (KOULIOUMBA, 2002).

vulnerabilidade de qualquer local, inclusive das principais cidades, em relação aos fluxos globais em transformação”.

As cidades, além de sua longa história como centros de comércio e atividades bancárias internacionais, agora funcionam em quatro novas formas:

1. como pontos de comando, altamente concentrados na organização da economia mundial;
2. como localizações-chave, para empresas financeiras e de serviços personalizados;
3. como locais de produção, inclusive a produção de inovação nesses importantes setores e
4. como mercados para os produtos e as inovações produzidas (SASSEN apud CASTELLS, 2000).

Sobre a tendência de concentração, Castells acrescenta que “Os principais centros metropolitanos continuam a oferecer as maiores oportunidades de aperfeiçoamento pessoal, status social e auto-satisfação aos imprescindíveis profissionais liberais de nível superior – de boas escolas para seus filhos a uma adesão simbólica ao grande consumo, inclusive de arte e entretenimento”. No Brasil, esta afirmativa é ainda mais evidente, onde apenas algumas cidades têm público que suporte tais possibilidades.

O referido autor aborda a tendência dos serviços avançados e principalmente os serviços em geral em se espalhar e descentralizar para a periferia das áreas metropolitanas<sup>35</sup>, em alguns casos às margens de cidades históricas<sup>36</sup>. Porém, a descentralização afeta principalmente os serviços de apoio, os que empregam a mão-de-obra de escritórios semiqualficada. (Castells, 2000).

---

<sup>35</sup> Também inclui entre as opções aos centros tradicionais, áreas metropolitanas menores, regiões menos desenvolvidas e alguns países menos desenvolvidos.

<sup>36</sup> Aponta que o La Défense de Paris é um exemplo bem sucedido.

Podemos concluir que, a partir da exposição do trabalho de Castells, as atividades de escritórios, diante das novas mudanças resultantes da informatização, dependendo de seu lugar na hierarquia, em um dado momento, tenderão à dispersão ou concentração. O que quer dizer que as atividades mais importantes para a economia local irão se concentrar, uma vez que elas poderão escolher o lugar que mais lhe convém, e as menos importantes irão migrar.

A partir da exposição da estrutura das cidades, iremos agora explorar a formação dos centros de escritórios dentro das premissas apresentadas.

### **3.3.1 A formação dos centros de escritórios**

Os escritórios tendem a formar concentrações por uma série de fatores. Como visto anteriormente o *cluster* é justamente a formação de um lugar central de atividades que, no caso dos centros de negócios, concentra espaços de escritórios.

Como vimos anteriormente, analogamente à cidade, os centros de negócios podem se difundir devido à existência de um mercado importante (dependendo das características da população ativa), alcançando economias de urbanização, tais como; a redução de custos de energia (os equipamentos públicos, a divisão do trabalho); a escolha, a melhor percepção da inovação dos equipamentos e serviços semelhantes ou complementares; o acesso, o ganho de tempo, a substituição do consumo; as informações das empresas diversificadas etc<sup>37</sup>.

A formação de lugares centrais pode surgir a partir da junção de duas vias, de um porto, de uma estrada. Nas cidades já consolidadas, vários fatores podem impulsionar a formação de novos centros, como por exemplo, as operações urbanas, com o alargamento ou prolongamento de uma via; outros aspectos podem gerar forças propulsoras na formação de concentrações, quando uma grande empresa se instala em lugar alternativo, criando uma nova localidade ou

---

<sup>37</sup> Baseado em Remy, J e Nols, E (1972) apud COMUNE (1982).

então, quando um novo bairro residencial é ocupado, ou um centro de comércio ou um *shopping center* inaugurado, ou nas cercanias de um aeroporto<sup>38</sup>.

Archer (2003) considera que existem dois motivos básicos para a formação dos *centros de escritórios*: o primeiro se justifica pela demanda por **economias de escala** e o segundo pela demanda por uma **imagem** do mercado. Ao falarmos de economias de escala para os serviços, especialmente para os usuários de escritórios, devemos considerar além dos aspectos econômicos (os ganhos com a diminuição de custos fixos), o ganho com o efeito de sinergia gerado, o qual promove o processo de trocas (não necessariamente de fatores físicos, mas também de fatores do conhecimento) e a diminuição das incertezas<sup>39</sup>.

A demanda por economias de escala afeta a eficiência das entradas dos serviços e a estrutura urbana do *cluster*. Conforme o número de unidades de escritórios vai crescendo a eficiência de produção dos serviços é incrementada e a demanda por infra-estrutura cresce (ARCHER, 2003).

Com a necessidade dos escritórios, principalmente as novas unidades, de se estabelecerem em centros com uma imagem bem definida (como vimos no capítulo dois), este fator também irá contribuir para o crescimento e sustentação dos *centros de negócios*. O processo de formação da imagem será discutido no capítulo quatro, juntamente com outros aspectos que contribuem para a concentração das atividades de escritórios dentro do centro, como o contato face a face e os ganhos com as economias de escala.

Com o crescimento do número de escritórios dentro do *cluster* ou dentro da cidade, mais fáceis serão os contatos face a face; maior será também a oferta de serviços de suporte, entre os quais, na escala do *cluster*, estariam os serviços de entrega,

---

<sup>38</sup> McDonald e McMillen apud O'Sullivan (1996) apontam a região do aeroporto de O'Hare, Chicago; Rienstra e Rietveld (1997) destacam o aeroporto de Schiphol Amsterdam Airport.

<sup>39</sup> A importância da sinergia na qualidade do centro de negócios e suas característica multifacetada serão discutidas no capítulo 4.



transporte, restaurantes (serviços de alimentação), equipamentos para escritórios, creches, academias de esportes e cultura. Na escala da cidade, estaria presente uma gama de serviços mais sofisticados e diferenciados, como por exemplo os serviços de entrega, os quais são mais eficientes devido ao volume de clientes. Para ilustrar podemos apontar com alguns exemplos: entregas aéreas na América do Norte são muito mais rápidas do que no Brasil, devido ao número de vôos internos e internacionais. Ganhos com a escala poderiam ser apontados no caso de escolas e universidades mais destacadas, vida cultural mais intensa, maiores museus, teatros, especialistas das mais diversas áreas. Com a evolução dos ganhos, a tendência de atração vai ficando maior e cria-se um moto contínuo, até o momento em que começam a surgir as deseconomias externas e os custos de congestionamento (altos aluguéis, altos custos de transporte, altos custos do tempo).

A tendência de dispersão ocorre, mas é mais marcante na escala das cidades, com a formação de sub-centros. Nos *centros de negócios*, dependendo de seu tamanho, sua dinâmica interna não é tão sensível às chamadas deseconomias de aglomeração, porque geralmente elas são superadas pelas vantagens de aglomeração, exceto em relação aos altos preços dos aluguéis e custos dos serviços. As deseconomias que resultam no controle de seu crescimento, estão mais associadas à comunicação do *cluster* com os outros pontos da cidade e a impossibilidade de expansão espacial.

Nahn (1999) chega a um resultado interessante que reforça a necessidade de concentração das empresas localizadas nos centros de negócios. O autor analisa as conexões entre escritórios e concluiu que os escritórios localizados em centros de negócios tinham vínculos fortes uns com os outros, enquanto, os escritórios fora dos centros, não. Com isso, ele provou que os escritórios dos diferentes centros compartilhavam serviços de suporte e trocavam serviços reciprocamente.

### 3.3.2 *Tamanho desejável do cluster*

Esta discussão é muito complexa, pois deve avaliar qual é o peso das externalidades negativas (deseconomias de aglomeração) contra o peso das externalidades positivas (economias de aglomeração). Dependendo do tipo de atividade desenvolvida em cada tipo de *cluster*, estes pesos irão variar e a relação de tamanho ideal também. Entretanto, podemos observar que o comportamento dos usuários dos centros (*clusters*), o mercado, são capazes de gerar algumas respostas, quando optam por mudar de localização, ou seja, a migração entre centros (*clusters*) indica maior atratividade de um deles, o que pode ser resultado, tanto de sua qualidade (localização ou edifício)<sup>40</sup> quanto de seus custos (preço de aluguel, transportes).

Uma questão que influencia na conservação e atratividade do centro de escritórios, a ser considerada, são os esforços dos agentes que suportam tal agrupamento (os donos de imóveis, a administração regional, prefeitura, vizinhança), que podem ser vistos através do empenho para melhorias na infra-estrutura, as quais podem ser representadas, não apenas por investimentos em equipamentos, mas também através de instrumentos sociais (segurança, cultura, educação)<sup>41</sup>.

Archer e Smith (2003) apontam evidências que o **tamanho do cluster**, de fato, tem influência positiva nos preços de aluguel, ou seja, com o tamanho eles ficam mais atraentes. Além disso, eles afirmam que com o crescimento urbano e o relativo crescimento do setor de escritórios na economia urbana, o tamanho ideal do *cluster* cresce com o tempo e sua localização se distancia do centro. Eles colocam que a pulverização de *clusters* interligados gera menos deseconomias.

---

<sup>40</sup> Ao longo do trabalho, ao referenciarmos sobre qualidade estamos considerando tanto a localização quanto a edificação, todavia, estudos demonstram que a valência deles não é uniforme, eles variam conforme a necessidade do usuário (GAT, 1998 e NAHN, 1999).

<sup>41</sup> Podemos exemplificar com investimentos em eventos, melhoria na preservação do espaço público, atividades que envolvam as pessoas que lá trabalham ou moram ou através de associações independentes (exemplos em São Paulo: Viva o Centro, Paulista Viva).

Podemos, a partir desta exposição, inferir que a rede de centros de negócios funciona melhor que uma concentração pontual, o que irá depender da estrutura que suportam os centros (assunto que será explorado nos próximos itens).

### ***3.3.3 Definição dos centros principal, secundários e alternativos de negócios***

Como vimos anteriormente, as cidades se configuram a partir da formação de lugares centrais. Do centro, foram se formando anéis, configurando as cidades concêntricas. A maioria das cidades teve esta formação, com algumas exceções, (como, por exemplo, as cidades americanas que formaram cidades mais polinucleadas).

O centro não pode ser pré-definido, ele só será o centro, quando ele for um conjunto vivo de instituições sociais e de cruzamento de fluxos de uma cidade real (VILLAÇA, 1998). O centro principal é o centro de negócios com maior representatividade dentro da cidade. Geralmente ele é, justamente, o centro tradicional, ou o centro original. Com o processo de degradação<sup>42</sup> dos mesmos, as cidades começaram a configurar uma nova ocupação, surgindo então os novos centros de negócios. Os novos centros tendem a seguir o movimento de migração dos bairros residenciais, mas não necessariamente isso ocorre; em alguns casos a tendência de direção é guiada pelas atividades para as quais os serviços estão orientados, como por exemplo, a indústria.

Os chamados centros alternativos, são assim denominados por se situarem em regiões alternativas, que não estão inseridos na “rede de conexão” das atividades de escritórios.

A relação entre qualidade localizacional e qualidade do edifício varia entre os centros. Via de regra, no centro principal a localização é mais valorizada que o

---

<sup>42</sup> O processo de degradação pode ser visto ao mesmo tempo como causa e efeito do processo de migração dos escritórios. Frúgoli Jr. (1998) aborda esta questão.

edifício; nos novos centros, sua inserção, formação e consolidação, geralmente se dá ofertando uma qualidade de edifício melhor que o primeiro, mas com uma localização secundária. Os centros alternativos configuram uma relação de alto padrão de edificação com uma localização alternativa, longe do centro principal.

Os centros podem variar conforme a composição de seus usos. Giuliano e Small apud O'Sullivan, (1996) apontam que na cidade de Los Angeles, os sub-centros podem ser divididos em cinco tipos: misturado industrial, misturado de serviços, especializado de divertimento, especializado de manufatura e especializado de serviços.

Em algumas cidades os centros e sub-centros apresentam uma especialização setorial, como é o caso por exemplo, dos centros financeiros, do centro “institucional”, onde se localizam os fóruns e as câmaras, que geralmente ficam nos centros tradicionais.

Sivitanidou (1995), em estudo sobre a relevância do acesso dos escritórios aos centros de serviços em Los Angeles, conclui que o centro principal não é totalmente substituído pelos centros secundários, porque ele os complementa.

### ***3.3.4 Inserção dos centros de escritórios no tecido urbano e migrações***

Segundo Azzoni (1982), o setor industrial tem mais suscetibilidade às chamadas economias de aglomeração, já o setor terciário tende a seguir a distribuição espacial da população<sup>43</sup> e da renda, assumindo uma postura mais passiva.

Anteriormente apresentamos alguns aspectos da teoria do lugar central e da rede de cidades, com o objetivo de mostrar as diferenças entre a localização dos serviços orientados ao mercado e os não orientados. O que reforça a idéia de que, cada tipo de centro de escritórios tem uma inserção no tecido urbano, que por sua vez, são

---

<sup>43</sup> A população além de representar o mercado consumidor, também configura a mão-de-obra, fator importante na distribuição dos serviços na cidade, uma vez que a qualidade da mão-de-obra é muito relevante para a produtividade dos serviços mais sofisticados.

dependentes das necessidades de seus usuários e das possibilidades de ocupação (disponibilidade de terrenos e zoneamento).

Os centros de escritórios não necessariamente são direcionados ao mercado local. Podemos observar que nos centros mais especializados o seu mercado transcende as fronteiras da cidade, até mesmo as do país; é o que ocorre no caso de São Paulo, onde um especialista pode atender pessoas de toda a América do Sul, devido seu grau de especialidade. Quando isso ocorre, a centralidade dos *centros de negócios* não obrigatoriamente está relacionada à distribuição do mercado consumidor local, mas sim à estrutura que suporta sua acessibilidade para os mais variados pontos da cidade.

Independentemente da localização dos clientes das empresas, é relevante a localização de seu pessoal, que compõem sua mão-de-obra<sup>44</sup>, os quais moram nos bairros residenciais da cidade ou das cidades vizinhas. Por sua vez, quanto mais valorizada for a mão-de-obra, mais qualidade em relação à estrutura do bairro em que ela habita, será demandada. Melhor acessibilidade e conforto também serão requeridos. Então podemos deduzir que os bairros residenciais da cidade geram forças de atração dentro da cidade.

Via de regra, o volume de moradia é muito maior que o volume de espaços para escritórios, os quais são mais concentrados; podemos então inferir que o uso que tem mais força propulsora no movimento dentro da cidade é a moradia, já que, conforme cresce sua população, é necessário criar alternativas.

A concentração ou dispersão da ocupação da cidade é dependente da estrutura da cidade, por conseqüência, a distribuição dos *centros de escritórios* acompanha a distribuição da cidade. As tendências de movimento de migração dentro das

---

<sup>44</sup> “A decisão de mover empregos e a decisão de mover residências estão proximamente relacionadas às dinâmicas de escolha discreta, assim que ambos movimentos envolvem a mudança da distância de viagem (casa-trabalho). Isto sugere que a mobilidade de local de trabalho e residências são dependentes mutuamente e que devem simultaneamente ser analisadas, baseado na teoria que incorpora esta dinâmica de decisão explicitamente”. (OMMEREN, et al. 2000).

idades têm uma estreita relação com o desenho das vias que configuram os acessos das diferentes regiões. Como coloca Villaça (1998) “É claro que os transportes urbanos não provocam crescimento urbano; apenas atuam sobre o arranjo territorial desse crescimento”. Então podemos inferir que a estrutura urbana rouba ocupantes dos espaços menos estruturados, ou seja, a diferença entre estruturas impulsiona a migração entre regiões, não necessariamente, faz crescer a cidade<sup>45</sup>. O crescimento só irá ocorrer se a estrutura urbana atrair empresas situadas fora da cidade.

A migração entre regiões, segundo Goddard (1975), é menos marcante do que o surgimento de novas empresas em novas localizações, simultaneamente ao fechamento de empresas antigas em antigos centros<sup>46</sup>. Ou seja, o processo de crescimento da ocupação em alguns bairros e a queda em outros, não pode ser atribuído exclusivamente à migração das empresas entre regiões. Partindo desta idéia, as características dos novos centros de negócios devem ser pensadas para atrair, principalmente, as novas empresas que possam surgir.

Sua atratividade também dependerá da disponibilidade de outras opções dentro da cidade. Cidades com mais opções de localização (vários centros de negócios) tendem a ter maior concorrência entre centros. Analogamente, as cidades européias, as quais se localizam geograficamente próximas e contam com infraestrutura equivalente, sofrem com a grande competição entre cidades de diferentes países.

Usualmente, as grandes cidades, as quais oferecem várias opções de localização e tipos de centros, têm mercado mais ativo. É o que podemos observar em cidades como São Paulo, onde podemos identificar onze regiões dentro da cidade e uma

---

<sup>45</sup> Como exemplo podemos apontar a ocupação recente da Marginal Pinheiros. Ver anexo 1

<sup>46</sup> Anexo 1.

fora<sup>47</sup>; na cidade do México são nove regiões<sup>48</sup>, cada região com características diferentes, cada uma oferecendo uma composição de atributos, para que possa ser competitiva e atrair diferentes usuários. Além das opções dentro da cidade, é comum aparecerem outras opções nas cidades vizinhas, seguindo o fenômeno das chamadas *Edge cities*, referenciada por Castells.

Da mesma forma que a estrutura dos transportes conduz o arranjo da cidade, as vias de comunicação também podem influenciar nesta dinâmica. Como isto, a rede de centros de negócios pode ser desenhada conforme os fluxos de pessoas e informações são estruturados.

Com o exposto, podemos concluir que as centralidades, mesmo com as inovações da informação, continuam tendendo à concentração. Com o crescimento de sua importância dentro da economia do bairro, da cidade, da região ou do globo, o centro se posiciona dentro da hierarquia de uma rede, a qual, analogamente à rede de cidades, compõe uma rede de centros de negócios.

---

<sup>47</sup> Segundo a classificação da Jones Lang LaSalle, a qual divide as regiões da cidade em menores regiões (em comparação com a CB Richard Ellis e Cushman Wakefield & Semco), o que se aproxima mais da idéia de um centro de negócios (*cluster*).

<sup>48</sup> Segundo relatório 'México City - Class "A" Office Market' publicado por Jones Lang LaSalle Research, 2003.

### **3.4 Controle e limitações da oferta**

Neste item são abordados, sucintamente, os aspectos legais, físicos, geográficos e econômicos que limitam ou orientam a oferta de espaços de escritórios nas cidades. Serão apontadas algumas influências das ações do governo (zoneamento e intervenções urbanas), do preço da terra e das demandas de mercado na dinâmica da ocupação dos espaços de escritórios. Com o objetivo de apresentar brevemente quem são os principais agentes externos que influenciam na distribuição dos centros de negócios.

Como coloca Deák (1989) “Na ausência da intervenção do estado, o conflito entre usos do solo, ao nível individual, resultaria em que usos de categoria superior desbancam usos de categoria imediatamente inferior (que por sua vez farão o mesmo ao uso seguinte na hierarquia abaixo) resultando num padrão de crescimento espontâneo no qual os limites entre usos contíguos estão em movimento centrífugo constante tendo de vencer constantemente a rigidez do capital fixo materializado em estruturas físicas (dentro e fora das localizações individuais), independentemente da taxa de obsolescência ou estágio de desvalorização destas”.

#### **3.4.1 Leis e restrições de uso e ocupação do solo**

As leis de zoneamento restringem os tipos de usos, impõem a taxa de ocupação, o coeficiente de aproveitamento do solo e os gabaritos de altura em cada região específica da cidade.

“As restrições de zoneamento (regras de uso, altura, área e adensamento) podem ser vistas como um esforço em eliminar deseconomias externas advindas de uma construção, em uma propriedade, de características não desejadas” (BLAIR, 1976). O autor sugere a adoção da cobrança de taxas para controlar tais externalidades indesejadas. Ele argumenta que o zoneamento garante uma boa manipulação das autoridades, enquanto que a cobrança de taxas reverte rendimentos àqueles que são



afetados pelas externalidades. Outro método é a venda do direito de crescimento de uma certa propriedade para uma outra; o problema é que apenas o proprietário individual lucra com a troca, não a sociedade como um todo. Segundo o autor, “as medidas de controle e direcionamento do crescimento urbano, controlam de um lado, deixam escapar de outro. (...) O que acontece é que não existe uma correlação direta e absoluta entre externalidades locais e compensações, toda técnica de controle de crescimento é imperfeita”.

As políticas governamentais podem influenciar na condução da evolução da ocupação do espaço urbano de várias formas. As ações que são envolvidas usualmente têm o papel de equilibrar os desequilíbrios entre regiões (VARGAS, 2001).

O instrumento de intervenção do estado se dá através de ações de condução e manipulação da dinâmica dos fluxos, do trabalho, do capital, do transporte.

No início da década de 70, a cidade de São Paulo apresentava uma ocupação rarefeita nas áreas mais distantes do centro, o que acarretava em dispêndios extras à prefeitura na instalação de uma infra-estrutura em uma área pouco densa. Atualmente, as periferias apresentam uma densidade alta, mas sua arrecadação não é suficiente, para suportá-las. Longas discussões sobre a relação entre concentração e pulverização são feitas, o instrumento mais utilizado para controlar ou conduzir estes dois fenômenos, além do zoneamento, é a estrutura dos transportes das cidades, a rede viária ou a rede de transportes coletivos. Por isso, as políticas de melhoria destas duas redes são estratégicas para conduzir a ocupação da cidade. Ao mesmo tempo em que elas são condutoras das políticas, elas também são conduzidas pelas necessidades da população. Este fato será observado no estudo de caso.

### ***3.4.2 Políticas de melhorias na infra-estrutura urbana***

Serão abordadas, muito brevemente, algumas políticas que mais influenciam na dinâmica de ocupação de edifícios de escritórios dentro da cidade. Políticas de uso do solo, transportes, infra-estrutura básica e equipamentos sociais compõem os principais instrumentos para conduzir melhorias na estrutura urbana.

Várias cidades, nas últimas décadas, experimentaram projetos de revitalização de áreas degradadas, muitas vezes direcionados à ocupação de escritórios. Locais que anteriormente eram ocupados por funções que foram expulsas da cidade, deterioraram-se, mas sua localização permanecia atraente para novos usos. Então, grandes volumes de investimento público e privado foram feitos. Em alguns casos foram recompensados em prazos curtos, e em outros, os projetos não foram bem assimilados.

Em São Paulo, como coloca Koulioumba (2002), as novas expressões do urbanismo contemporâneo da dita era “pós-industrial” apresentam as mais distintas configurações. Apesar das operações urbanas ou das propostas isoladas produzidas pelas associações independentes, a cidade não apresenta nenhum plano urbanístico. Seguem algumas intervenções apresentadas pela autora, feitas em vários países.

As **docas de Londres** (Docklands), com a criação das “*Urban Development Corporation*” e as “*Enterprise Zones*”, ou Zonas de Investimentos. A primeira tinha o intuito de reduzir a burocracia existente para acelerar o processo de planejamento e desenvolvimento urbano e a segunda eram “zonas passíveis de intervenções pela iniciativa privada a partir de reduzidos enclaves legais e financeiros”.

Em **Paris**, os denominados “Projetos Presidenciais” tratam de diversas obras de caráter público, que buscavam estabelecer uma nova base cultural e de integração social na cidade, podendo ser citado o **Grande Arco de La Défense**: “este veio

delinear a paisagem parisiense, abrindo as portas para o pleno desenvolvimento de um importante pólo cultural e de negócios da cidade”.

Outro exemplo é a requalificação urbana de **Barcelona**, onde as intervenções, entre outras coisas, buscavam a criação de novas centralidades em áreas periféricas: “a combinação da acessibilidade à infra-estrutura viária e ao transporte público, priorizando a ligação com espaços urbanos qualificados e atividades terciárias (escritórios e espaços livres)”.

O ressurgimento da **Potsdamer Platz em Berlim**, é bastante significativo. Área que hoje compõe parte do centro histórico de Berlim, nos anos 20 era o local mais pulsante de toda a Europa. No início dos anos 90, lá seria o ponto crucial a partir do qual estabelecer-se-iam uma série de propostas, as quais objetivavam conectar as duas partes fragmentadas da cidade. Após a queda do Muro de Berlim, inúmeras firmas, adquiriram grandes lotes junto à Potsdamer Platz, vários arquitetos renomados e grandes empresas, como a Daimler Benz e a Sony. No primeiro projeto, da Daimler Benz, além de escritórios, os empreendedores incorporaram diferentes usos: lojas, hotéis, restaurantes, cafés, apartamentos e áreas destinadas ao lazer. O projeto buscou compor um espaço essencialmente direcionado ao pedestre e visou a restaurar a vitalidade outrora existente do local. É considerado um importante núcleo de entretenimento da cidade. O segundo projeto, da Sony, compõe um complexo de atividades que, segundo Koulioumba, “o tornam tão excitante e interessante quanto Piccadilly Circus, em Londres ou, Times Square, em Nova Iorque. É possível sugerir, por conseguinte, que em nenhum outro lugar do mundo construíram-se tantos edifícios por arquitetos tão diferentes quanto em Potsdamer Platz, residindo aí, sua importância internacional”.

Koulioumba (2002) apresenta alguns projetos de renovação urbana fora do circuito europeu, na Ásia, o projeto de Hong Kong e na América do Sul a experiência de Puerto Madero na Argentina e as intervenções pontuais na cidade de São Paulo, as quais serão apresentadas a seguir.

**Puerto Madero em Buenos Aires**, a partir da criação de uma sociedade anônima, cujos principais acionistas são o Governo Nacional e a Municipalidade de Buenos Aires, foi criado o chamado “Master Plan”, Plano Geral, elaborado a partir de um concurso, cujo maior objetivo era incluir à extensão da cidade de Buenos Aires até esta nova centralidade. “Edifícios corporativos e habitacionais, museus e galerias de arte, universidades e bancos, restaurantes, bares e cinemas, um centro comercial e um centro náutico, além dos passeios naturais, convivem hoje, lado a lado, permitindo com que Puerto Madero seja considerado um símbolo da Buenos Aires moderna” (KOULIOUMBA, 2002).

As **operações urbanas em São Paulo** se concentraram na região da zona sul. A operação Faria Lima (meados de 1990) prolongou a avenida nos dois sentidos, para os bairros de Pinheiros e Vila Olímpia, não englobando o projeto original na íntegra, que previa a ligação viária entre as avenidas Brigadeiro Faria Lima e Engenheiro Luís Carlos Berrini. A operação Urbana Água Espreiada (aprovada em 2001) prevê um conjunto de intervenções de natureza viária, urbanística, habitacional e paisagística, viabilizada por meio de CEPAC's (Certificado de Potencial Adicional de Construção)<sup>49</sup> (ibidem).

Podemos observar, que as mais expoentes intervenções urbanas buscam compor um ambiente que compartilhe vários tipos de atividades: habitação, lazer, cultura, comércio, trabalho (escritórios). Elas aparecem em cidades que buscam atrair investimentos ou então, criar ambiente propício para o desenvolvimento das atividades existentes, reabilitando áreas que apresentam importância histórica, paisagística ou econômica. Porém, em São Paulo as últimas intervenções estavam focadas na redução dos problemas de congestionamento de veículos, não sendo capaz<sup>50</sup> de implantar projetos mais complexos, como vistos em outros países.

---

<sup>49</sup> CEPAC é um instrumento utilizado pela prefeitura de São Paulo, o qual através de cobrança de taxa para a deliberação de licença de construção acima do permitido no zoneamento do local, arrecada fundos para investimento em infraestrutura.

<sup>50</sup> Devido às restrições orçamentárias.

A falta de planejamento urbano, adicionada à segregação urbana, resulta em um tecido urbano fragmentado e desconexo. “O novo Eixo Faria Lima- Berrini, na zona sul de São Paulo, mostra-nos isso. Ou seja, temos nele, uma cidade cujas centralidades são constantemente redesenhadas e, cujo centro histórico original vê-se cada vez mais enfraquecido. (...) Logo, o que surgem são novas cidades dentro de uma mesma cidade. (...) As novas formas de produção têm sido, por conseguinte, o motor responsável pelo redesenho de muitas cidades com base, sobretudo, nos Setores Terciários e Quartenários da economia”.(KOULIOUMBA, 2002)

### ***3.4.3 Restrições de proteção ambiental, cultural, físicas e legais***

Alguns terrenos podem apresentar características físicas que inviabilizam a implantação de empreendimentos imobiliários, dependendo das qualidades localizacionais, investimentos em reestruturação podem ser viáveis ou não, isso dependerá do estado de demanda e remuneração do possível uso e da oferta de localidades com qualidade equivalente.

Certas regiões ou áreas podem ser protegidas pelos órgãos de preservação do patrimônio cultural, arquitetônico, histórico ou ambiental, sempre com o objetivo de preservar as externalidades positivas do lugar.

O governo pode utilizar incentivos fiscais para orientar a ocupação, cobrando impostos “extras” de áreas muito concentradas ou com infra-estrutura deficiente, direcionando-os para áreas com infra-estrutura consolidada.

Uma vez que a terra urbana gera grande influência nos padrões de aluguel dos escritórios, é relevante perceber as limitações impostas por ela. A falta de terrenos livres ou os altos custos de viabilização de terrenos, podem interferir na eficiência da oferta, uma vez que os preços de terrenos não viabiliza o volume de novos empreendimentos que são demandados.

### 3.4.4 Demandas de mercado

Como visto anteriormente, a demanda por escritórios pode variar conforme o aquecimento da economia local. Quando o crescimento da demanda por escritórios é amena, pequeno será o processo de transformação da ocupação, pois a oferta será menos expressiva.

Como exemplo, podemos apontar cidades como Campinas que apresenta um mercado forte, contudo com uma ocupação pouco agressiva, onde a ocupação do setor ainda se restringe à região central tradicional da cidade.

Em mercados mais avançados, com maior volume de estoque, os momentos de retração da demanda podem representar oportunidade de inserção de novo estoque, sendo estratégia iniciar as obras de implantação neste período, para que o empreendimento seja entregue quando o mercado estiver em fase de expansão<sup>51</sup>. Contudo, esta prática é arriscada, porque, como afirma Pyhrr et. al. (1999), diferentes cidades e sub-mercados exibem diferentes comportamentos, e a extensão de suas fases cíclicas, amplitudes e períodos são diferentes.

Alguns mercados não dispõem de informações confiáveis, por isso, o exercício da oferta se baliza nas aspirações de investidores e empreendedores, o que pode ocasionar desequilíbrios de mercado, ou seja, excessiva oferta e altas taxas de vacância ou oferta insuficiente<sup>52</sup> e altos preços de aluguel. O que demonstra que não é possível confiar ao equilíbrio de mercado o ajuste da oferta e ocupação da cidade.

---

<sup>51</sup> Segundo a lógica dos ciclos de mercado: expansão, super-oferta, desaquecimento e recuperação, apresentada no capítulo 1.

<sup>52</sup> Este é o caso atual da cidade de Brasília, que apresenta um estoque com uma das menores taxas de vacância do mercado brasileiro.

## 4. AS QUALIDADES DE LOCALIZAÇÃO E DE INFRA-ESTRUTURA DOS CENTROS DE NEGÓCIOS

As qualidades localizacionais de um centro de negócios dependem de sua interação com outros pontos da cidade, outros centros de negócio, centros industriais, bairros residenciais ou então sua conectividade com outros locais externos à cidade. Além disso, as características internas ao *cluster* (centro de negócios) configuram sua adequação e qualidade para abrigar (localizar) atividades de escritórios.

### 4.1 Critério de escolha das características a serem abordadas

Após avaliação dos critérios tomados nas decisões da oferta de escritórios e suas limitações e das necessidades da demanda e suas dimensões (os usuários potenciais), podemos levantar as principais características que podem contribuir na compreensão da evolução da ocupação espacial do mercado e fazer a avaliação qualitativa das localidades.

Entre as variáveis que serão abordadas não será considerado o fator preço, inclusive no estudo de caso não serão analisados os dados de valores de locação. Apesar desta variável ser crucial na escolha da localização, ela não cabe no escopo do trabalho.

### 4.2 As necessidades da demanda que qualificam a localização

O fator preço contrapõe as qualidades de localização e edificação. Ou seja, conforme as qualidades físicas ou localizacionais do edifício crescem, maior tende a ser o preço. Com base nisso, a empresa deverá escolher qual a relação entre estes três fatores que melhor lhe convém: mais qualidade na localização, mais qualidade nas instalações do edifício ou melhor preço<sup>53</sup>. Os principais fatores que qualificam

---

<sup>53</sup> Os fatores preço e qualidade da edificação além de comporem a atratividade de um empreendimento, contribuem para qualificar uma localização. Um local com aluguéis caros e arquitetura de qualidade contribui para a formação da imagem da região ou *cluster* (que iremos abordar ainda neste capítulo).

a localização segundo os anseios da demanda são: ser favorável ao **contato face a face**, proporcionar **economias de escala**, ter uma boa **imagem**, oferecer **conforto** e **redução de custos**.

Como analisado no capítulo 3, as ocupações de escritórios tendem a formar centros, principalmente para atender a estas necessidades. O tamanho, a densidade e qualidades de infra-estrutura devem apresentar uma configuração mínima, para que sejam atraentes para determinados tipos de usuário.

### ***Contato face a face***

Mesmo com o avanço das tecnologias de comunicação, com a disseminação do uso do computador e avanço das redes de comunicação, ainda é vital a proximidade geográfica para as atividades de escritórios.

As principais vantagens do contato face a face são:

- Este tipo de contato é o mais flexível no que diz respeito às adaptações e à coordenação. (Ele pode ser mudado no momento exato do contato e também ser mais claro.)
- O contato pessoal possibilita ao indivíduo apresentar variados tipos de mídia (uma série de formas de comunicação), como a fala, com a apresentação de documentos, figuras, gráficos, gestuais, atitudes, hábitos e outros meios não verbais.
- Pelo fato da comunicação entre as partes ser simultânea, podem-se evitar problemas decorrentes de falhas de comunicação, como falta de compreensão, incertezas, dúvidas, que podem ser minimizadas. Algumas reuniões devem ser necessariamente face a face devido à complexidade na troca de informações.
- Com o crescimento das escutas, o contato face a face ganha mais espaço ao garantir maior segurança e sigilo desejados (CASTELLS, 2000).



Mesmo com os avanços da comunicação, a despersonalização nem sempre é tão eficiente. Alguns negócios poderiam perfeitamente ser executados sem contato face a face, mas a necessidade de ver com quem estamos falando é essencial para a análise da confiança que podemos ter da outra parte.

Quando o serviço oferecido é altamente personalizado e/ou sofisticado, o intenso contato pessoal entre produtores e consumidores é extremamente importante. Isso ocorre principalmente nos serviços de informática, consultorias, serviços que demandam um alto grau de confiança e sigilo (segurança, privacidade). Quanto menos padronizado o serviço, mais ele depende da interação dos clientes e produtores (LUNDMARK, 1995).

Podemos identificar alguns aspectos que favorecem o contato face a face entre escritórios: a densidade da aglomeração (sub-centro), a acessibilidade aos outros centros e o tamanho do edifício.

Nas metrópoles estes contatos são facilitados devido ao grau de concentração das atividades de escritórios. Nos chamados centros alternativos, uma vez que sua localização não é tão privilegiada, a qualidade de sua concentração deve sê-lo, porque o contato com os outros centros da cidade é mais restrito. (Ex. Alphaville.)

O que concluímos é que as inovações tecnológicas da comunicação e a necessidade do contato face a face, na verdade, mais se complementam do que se substituem. Ou seja, os avanços tecnológicos da comunicação não invalidam as forças centralizadoras.

### ***Economias de escala e sinergia inter-empresas***

As economias de escala geradas pela concentração dos escritórios configuram uma demanda adequada para suportar os serviços de suporte e infra-estrutura desejados pelas empresas. O que quer dizer que, conforme cresce a concentração de escritórios, quanto mais especializado ele fica, mais serviços de suporte e

equipamentos urbanos tendem a ser ofertados. Já a sinergia entre as empresas pode ser vista quando se forma uma concentração de uma especialidade e com isso surgem trocas que envolvam o setor desta especialidade, ou seja, seminários (troca de conhecimento) ou atração de fornecedores específicos. A mão-de-obra especializada compartilhada entre empresas só gera sinergia dentro da cidade, ou seja, não impulsiona a concentração de determinada atividade numa região.

Archer e Smith (2003) percebem que os serviços de suporte se localizavam especialmente nos anéis mais distantes dos centros, enquanto os serviços de controle estavam mais perto. O que indica que os serviços complementares ou de suporte não necessariamente necessitam estar localizados no mesmo centro onde estão seus clientes; devem estar apenas próximos. O que de fato sugere a formação de uma rede de centros de negócios, com características próprias, abrigando determinados perfis de usuário e seguindo a mesma lógica, exposta no capítulo 3, das cidades em rede.

Nos centros mais avançados, que abrigam as atividades mais sofisticadas, além dos ganhos com as economias de escala, temos que considerar as ligações informais entre as empresas e os efeitos de sinergia advindos de aspectos culturais, psicológicos e de base política, os quais são decisivos na qualidade da composição do *cluster*. Eles enfatizam os efeitos de sinergia, os quais promovem o processo de aprendizado coletivo, e reduzem a dinâmica de incertezas; ao invés de simplesmente considerar fatores localizacionais estáticos, os quais diminuem custos (OMMEREN et al., 2000). Polèse (1998), ao abordar a tendência de especialização dos centros, exemplifica estes ganhos indiretos, comentando sobre um projeto de lei na Inglaterra que previa o pagamento de uma taxa quando uma empresa contratava um funcionário de outra empresa, a qual o havia treinado previamente.

Archer (1981), em sua pesquisa sobre a localização de escritórios entre cidades de tamanho médio americanas, conclui que para os usuários direcionados ao mercado, a conexão entre as empresas não é importante, e para os não orientados ao

mercado, as ligações afetam apenas poucas empresas. Ele justifica o fato, devido a alguma particularidade das cidades escolhidas, ou então, pela substituição do contato face a face pelas novas formas de comunicação. Archer e Smith (2003) expõem que, a concentração dos escritórios nos subúrbios está mais relacionada à interdependência da demanda por outras atividades (não de escritórios), do que às características de transporte e localização. O quer dizer que, para a amostra estudada<sup>54</sup>, as concentrações de escritórios são mais influenciadas pelas economias de escala, do que pelos contatos face a face.

Podemos inferir a partir desta exposição que, com os custos de locomoção reduzidos e fáceis, o tempo de viagem entre centros mais distantes é menor, não havendo tantos custos extras devidos à dispersão. Contudo, em cidades com altos índices de congestionamento, a proximidade volta a valer.

Tanto os ganhos com a economia de escala quanto com a sinergia entre empresas podem ser incrementados com a proximidade de dois ou mais centros de negócios, como é o caso na cidade de São Paulo, das regiões da Berrini e Chácara Sto. Antônio, Faria Lima e Vila Olímpia. Com isso, a proximidade aos centros da cidade, ou mesmo, ao centro principal, é favorável ao contato face a face, à economia de escala e a sinergia entre empresas.

### ***Imagem do local***

A imagem de uma localidade é formada com base na concepção dos valores assumidos pela sociedade. Resumidamente, eles representam status, nobreza, cultura, erudição, riqueza, poder, prosperidade. O que delimita esta percepção da imagem atualmente é o marketing, como coloca Lefebvre (1974) apud Villaça (1998): “(...)acontece que se compensa (o arquiteto, o ‘promotor’, ou o usuário)

---

<sup>54</sup> Neste estudo Archer e Smith estudam os centros de escritórios suburbanos das cidades médias americanas. Dessa forma, algumas ressalvas devem ser feitas, a depender da distribuição de centros de negócios e do perfil da população da cidade a ser estudada. É o que mostra o estudo de Nahn (1999), o qual conclui que, por razões culturais coreanas, o fator mais relevante que qualifica o centro de negócios é o contato face a face.

com signos, os do prestígio, ou da felicidade, ou do ‘estilo de vida’, as desvantagens de um lugar”.<sup>55</sup>

Os aspectos não facilmente mensuráveis são aqueles que representam uma qualidade do ambiente em questão: a intensidade, a diversidade e a qualidade das atividades de lazer e cultura, as qualidades naturais e construídas, a identidade dos usuários, as quais formam um clima e uma imagem positiva da localidade.

Segundo Rienstra e Rietveld (1997), alguns trabalhos empíricos mostram a importância destes fatores principalmente nas atividades de escritórios como as sedes das corporações (*headoffices*) e os institutos de pesquisa e desenvolvimento, que são justamente as empresas para as quais os escritórios de alto padrão são desenhados.

Para quem decide onde se localizar, três questões são colocadas: quem são os ocupantes dos edifícios adjacentes e qual seu prestígio, quais as qualidades das instalações do edifício, tanto físicas como visuais e qual a qualidade da vizinhança.

Se uma localidade abriga ocupantes de prestígio, a sua imagem será beneficiada: estabelecer-se próximo dessas localidades pode ser uma vantagem conquistada de antemão no contato face a face.

Um conjunto de obras arquitetônicas também é importante para a imagem do local. Podemos observar esta evolução dentro do mercado de São Paulo. A Av. Paulista já foi paradigma de boa arquitetura; hoje, lugares como a Marginal do rio Pinheiros abrigam as obras de arquitetura mais imponentes. A qualidade das instalações do edifício também pode ser favorável para atrair a mão-de-obra mais qualificada e disputada (IHLANFELDT e RAPER, 1990).

---

<sup>55</sup> O autor está se referindo à localização das habitações, no entanto o mesmo pode ser observado em outros produtos da construção civil.

Além disso, quanto mais conhecida for a imagem de um local mais bem sucedido ele será. Rienstra e Rietveld (1997) exemplificam comentando que nas cercanias do aeroporto de Amsterdã encontram-se os melhores escritórios da cidade e que apenas 40% de seus ocupantes são usuários frequentes do aeroporto, mas devido sua imagem e *status* muitas empresas preferem se estabelecer lá. Outro exemplo é o La Défense em Paris, com o novo Arco do Triunfo e a revitalização da área. Em Seul o trabalho de Narh (1999) aponta que além da expressiva necessidade do contato face a face, os coreanos preferem o antigo centro da cidade, pelo fato de lá situarem-se vários palácios com mais de 600 anos de existência. Em São Paulo a av. Paulista já teve esta imagem, continua tendo até hoje, mas outros lugares já ocupam endereços com uma imagem mais moderna, como por exemplo, a Av. Nações Unidas.

No Brasil, e nos chamados mercados emergentes, a inserção de novas empresas é constante, então a necessidade de uma nova empresa introduzir-se em um mercado com uma boa imagem é fundamental. Uma das formas de se alcançar isso é se estabelecer nas mesmas localidades das empresas já prestigiadas. Isto ocorre em qualquer lugar do mundo; trabalhos sugerem isso quando concluem que empresas mais antigas se estabelecem em novos centros e que as novas empresas tendem a se localizar nos centros tradicionais, com a imagem bem definida (O'HARA, 1975).

A “saúde” do mercado da região também influencia a imagem do local. Um mercado com altas taxas de vacância, com os preços por m<sup>2</sup> abaixo do mercado ou qualquer sinal de excesso de oferta muito marcado, terá sua imagem prejudicada; não só aos olhos dos investidores, mas também à percepção dos ocupantes.

A presença de áreas degradadas próximas à localidade também pode prejudicar a imagem da localidade. Como exemplos, podemos citar edificações abandonadas,

linhas de trem<sup>56</sup>, terminais de ônibus, locais com fluxo muito intenso de pessoas, além de todas as deseconomias de aglomeração.

Avenidas cujo nome são conhecidos e que proporcionam boa visibilidade dos edifícios, espaços que caracterizem ou marquem a região, como praças com marcos, ou rodeadas por edifícios importantes, criam uma imagem positiva da região.

### ***Conforto***

O conforto dos usuários é o único fator analisado que não está diretamente associado às necessidades da empresa, de fato, são características que qualificam áreas urbanas de diferentes usos e funções. Ele também está associado à imagem do local.

As principais características que o compõe são:

- boa acessibilidade; transporte individual ou coletivo, boa estrutura viária, rede de trens, ônibus, metrô, estacionamentos.
- boa infra-estrutura de serviços (pessoais, distributivos e sócias)<sup>57</sup>; comércio, escolas, lazer, cinema, teatro, museus, clubes, cabeleireiros, hotéis, restaurantes etc.
- espaços livres, lugares para o contato social; praças, parques, ruas.
- boa estrutura para os pedestres (arborização, calçamentos, mobiliário urbano).

A morfologia interna dos *centros de negócios* pode ser desenhada na escala do pedestre ou então na escala do automóvel, ou seja, o desenho de suas vias e acessos deve depender do meio de locomoção interna do centro de negócios; balizando-se pelos

---

<sup>56</sup> Estações de trem geralmente apresentam construções de proteção, com muitos muros e grades, elementos de pouca qualidade visual.

<sup>57</sup> Conforme a classificação dos serviços, apresentada no capítulo 2.

hábitos diários dos moradores e usuários da região. Em localizações mais afastadas dos centros tradicionais, a tendência é deste desenho ser pensado para o usuário motorizado. Já nas regiões mais concentradas, devido às dificuldades de mobilidade e a conveniência da proximidade, a tendência é apresentar um desenho pensado para o pedestre. O zoneamento também influencia no arranjo destes espaços, com o controle das taxas de ocupação, índice de aproveitamento, gabarito de altura e recuos.

Goddard (1975) afirma que na região central de Londres, um terço de todas as viagens a reuniões de negócios são feitas a pé e 38% levam menos de dez minutos. Então, podemos afirmar que boa estrutura aos pedestres reforça as possibilidades do contato face a face.

### ***Custos***

Grande maioria das variáveis acima citadas está em alguma instância relacionadas à redução de custos. No contato face a face, os ganhos de tempo e custos de locomoção são altamente minimizados; instalar-se em um local com boa imagem pode representar redução de custos na formação da imagem da empresa; o conforto também pode estar vinculado à redução de custos, inclusive através do ganho de tempo.

Para a empresa, os principais custos que podem estar vinculados à localização são: os preços de aluguéis, os custos dos serviços e infra-estrutura, impostos (geralmente são uniformes dentro da cidade, mas podem variar entre os municípios) e os custos de mão-de-obra.

Custos extras podem surgir em lugares carentes de serviços e infra-estrutura, devido à limitação da oferta ou a grande demanda; através dos preços dos serviços, da contratação de ônibus fretados ou pessoal extra para serviços coletivos, como segurança, limpeza etc.

A mão-de-obra tende a ficar mais cara conforme seus gastos crescem. Eles podem estar relacionados aos custos de transporte (viagem casa-trabalho), estacionamento, refeições e serviços.

### **4.3 Características do centro de negócios ou do *cluster* de escritórios**

O centro de escritórios pode ser visto a partir de sua estrutura interna, ou então, a partir de sua relação com outros elementos da cidade. Podemos separar em dois grupos principais os aspectos mais relevantes em relação à qualidade localizacional do centro.

- 1) Infra-estrutura interna do *centro de escritórios* e perfil dos usuários do agrupamento (a organização do *centro*, a densidade, o tamanho, a gama de atividades, os equipamentos).
- 2) Acessibilidade e articulação com os outros elementos ou pontos específicos da cidade.

#### **4.3.1 *Estrutura urbana interna e perfil dos ocupantes do centro de escritórios (vizinhança)***

A escolha das variáveis que qualificam o centro de escritórios foi feita a partir da literatura sobre o assunto e o critério de seleção priorizou levantar as principais características da estrutura interna do centro de escritórios que, de alguma forma, facilitam o contato face a face, incrementam a economia de escala e a sinergia entre empresas, reduzem os custos e proporcionam conforto aos usuários dos espaços de escritório.

Iremos abordar quais são as principais atividades e suas proporções<sup>58</sup> dentro do *cluster*.

---

<sup>58</sup> Podemos fazer uma correlação entre a composição do cluster e o chamado “*mix*” dos *shopping centers*, que formam suas aglomerações, em seu planejamento devem desenhar a composição das lojas que serão colocadas e qual a relação entre elas, complementaridade, comparação etc. A diferença é que no local de escritórios as atividades exercidas seguem



### *Usos e usuários*

A vizinhança, ou seja, os ocupantes da área do centro de escritórios, pode ser dividida entre os usos de escritórios e os não-escritórios. O primeiro deve ser analisado para se ter um perfil dos principais grupos **usuários de escritórios** desta região, ao qual o futuro ocupante se integrará. Importantes empresas, cujos nomes são conhecidos, favorecem a imagem do local, por isso, sua relevância. Concentração de uma certa especialidade também pode ser atraente para outras empresas do mesmo setor. Ou ainda, uma composição variada de serviços especializados pode ser favorável às trocas dentro do *cluster*.

Os principais usos que caracterizam a localização, excluindo-se os de escritórios, são os serviços de suporte e pessoais, o comércio, além do uso residencial. Gat (1998) ao comparar a sensibilidade dos preços de aluguel de escritórios em Tel Aviv, constatou que a densidade da indústria manufatureira, como fator negativo, pouco refletiu nos preços de aluguel.

Bairros residenciais, para serem atrativos, usualmente devem abrigar famílias com o perfil dos usuários do *centro de escritórios*, ou de classes econômicas mais elevadas. Quando os residentes destes bairros são de baixa renda, eles podem prejudicar a imagem do local, a depender das condições de moradia (IHLANFELDT e RAPER, 1990).

Clapp (1980) e Daniels (1982) apud Ihlafeldt afirmam que a composição dos serviços tende a ser um atrativo da região. Sua qualidade depende da diversidade do comércio local, assim como os serviços pessoais e sociais que atendem as pessoas que por lá transitam, que podem ser os moradores<sup>59</sup>, trabalhadores ou vizinhos da região. Estes serviços podem ser: escolas, universidades, shoppings,

---

uma lógica distinta das compras, aqui quem desenha o “*mix*” são os usuários, clientes e fornecedores; os quais ao invés de fazerem compras por impulso, necessidade, comparação ou associação, buscam os já comentados: contato face a face, economias de escala, redução de custos e referência de imagem.

<sup>59</sup> A vizinhança e os moradores da região favorecem o suporte da oferta de vários tipos de serviços, conforme seu perfil.

supermercados, restaurantes, estacionamentos, academia de ginástica, clubes, clínicas de saúde ou laboratórios, entre outros. A proporção dos usos dentro dos centros de negócios é uma questão que pode ser abordada em trabalhos futuros.

Os hotéis prestam serviços pessoais, porém seus principais clientes dentro do centro de negócios são usualmente as empresas, o que ocasiona diferenças em relação à demanda dos outros serviços. Além dos serviços de hospedagem, outros tipos de serviços que atendem a empresa também são desejáveis, são os chamados serviços de suporte.

### ***Qualidade do ambiente***

A qualidade do ambiente pode ser influenciada pelo histórico da região, quais foram seus usos anteriores, qual seu processo de urbanização. O conjunto arquitetônico também é relevante, projetos de arquitetos renomados e arquitetura arrojada favorecem a imagem do local.

Os espaços livres e áreas verdes qualificam o ambiente, todavia a qualidade do espaço para os pedestres é ainda mais relevante, uma vez que observamos os hábitos dos trabalhadores de escritórios, como apontam o trabalho de Goddard (1975) e Nahn (1999).

A poluição é apontada como pouco relevante, uma vez que a diferença entre regiões não pode ser facilmente percebida .

A segurança é apontada freqüentemente na mídia e é utilizada no marketing de vários empreendimentos imobiliários; entretanto, nos estudos sobre localização de escritórios não é tão enfatizada<sup>60</sup>. Isto se justifica pelo fato dos estudos abordarem cidades menores. Nahn (1999) em sua pesquisa utilizou questionário, o qual

---

<sup>60</sup> Isto pode ser justificado por decorrência das características das cidades abordadas nos principais estudos, as quais não apresentam os problemas de criminalidade equivalentes às megacidades, como São Paulo e Rio de Janeiro.

apresentava um elenco de dez fatores<sup>61</sup> que caracterizavam o local, os quais deveriam ser classificados conforme seu grau de relevância. O resultado para o fator segurança foi o último da lista de prioridades dos coreanos que se localizavam no centro tradicional. Nos outros dois sub-centros pesquisados o fator segurança ficou entre o quinto e sexto lugar da lista de prioridades que qualificavam a localização. A literatura que aborda as megacidades, apresentada no capítulo anterior, coloca a relevância do aumento dos índices de criminalidade entre as principais deseconomias resultantes da alta concentração da população.

### ***Tamanho do centro de escritórios ou cluster***

Os *centros de negócios* podem variar conforme seu tamanho (área do estoque) e conforme seu perfil de ocupação. Eles podem ser pequenos, direcionados a pequenas empresas, grandes, direcionados a grandes empresas ou vice-versa. Podemos apontar o exemplo da região do Itaim, que abriga pequenas empresas e é um pequeno *cluster* ou então a região da Chácara Santo Antônio que forma um *cluster* pequeno, mas abriga grandes empresas. Os requisitos de qualidade de localização, para cada tipo de concentração, por consequência não são fixos.

Do tamanho do *cluster* dependem o volume e possibilidades de contato face a face e ganhos com as economias de escala.

### ***Situação do Mercado***

Caso o mercado da região apresente altas taxas de vacância, além da imagem negativa que pode ser transmitida, de um lugar pouco escolhido, os ganhos advindos da concentração de ocupantes podem ficar prejudicados. Alta taxa de vacância por longos períodos, por subutilizar a estrutura oferecida, pode favorecer

---

<sup>61</sup> Os fatores pesquisados, em ordem de prioridade dos usuários do centro tradicional, são: oferta de transporte, disponibilidade de espaço, fáceis transações, imagem, estacionamento, aluguel, tamanho do edifício, custos de manutenção, outros fatores e segurança.

a degradação do bairro, uma vez que espaços desocupados podem transmitir uma imagem de abandono.

#### 4.3.2 *Acessibilidade*

“O centro de negócios é formado de uma infra-estrutura de telecomunicações, comunicação, serviços avançados e espaços para escritórios baseados em centros geradores de tecnologia e instituições educacionais. Prospera em processamento de informação e funções de controle. Geralmente é completado por instalações de turismo e viagens. É um nó de rede intermetropolitana. Portanto, o centro de negócios não existe por si mesmo, mas pela sua conexão com outros locais equivalentes organizados em uma rede que forma a unidade real de gerenciamento, inovação e trabalho” (CASTELL,2000).

A acessibilidade do *cluster* é entendida a partir da relação espacial entre ele e os outros elementos ou espaços urbanos com que interage. A localização intrametropolitana interfere na facilidade do contato face a face, na qualidade da imagem do *cluster* e na qualidade do transporte das pessoas enquanto portadoras da mão-de-obra e conhecimento.

Segue, tabela formulada por Yi (2003), baseada no trabalho de Marshall e Wood (1995), apontando os fatores relacionados à localização dos serviços.

<b>Relacionados à proximidade:</b>
Aos consumidores
Entre centros
À informação
<b>Relacionados à acessibilidade:</b>
Às instalações de transporte
À infra-estrutura de telecomunicações
Ao pessoal qualificado
<b>Relacionados ao ambiente:</b>
Ambiente de mercado para manter a qualidade dos serviços e prover a base para exportá-los para fora
Acessibilidade do terreno (acessível e atrativo para os empregados)
Ambiente cultural, social, sustentável.
Ampla oferta de acomodações de escritórios de qualidade adequada

**Tabela 1**

A discussão sobre localização e acessibilidade dos centros de escritórios é muito diferente da indústria e do comércio, nos quais os pontos que devem ser acessíveis são geralmente mais claros. A localização do comércio é guiada pelo público consumidor. Para a indústria, por sua vez, além do mercado consumidor, também é relevante se localizar próximo a seus fornecedores. YI (2003) reforça esta idéia afirmando que a “acessibilidade é definida por geógrafos como a medida da força e da extensão da relação espacial entre quem procura a oportunidade e as oportunidades relevantes”.

“A proximidade física nada garante em relação ao ganho de valor da terra, apenas a acessibilidade, ou se preferir a comodidade da comunicação” (VILLAÇA, 1998) O autor reforça a distinção entre acessibilidade e proximidade. Um exemplo curioso, ocorre na cidade de São Paulo: o lado direito da marginal Pinheiros não é tão valorizado quanto o lado esquerdo (sentido Lapa - Santo Amaro).

### ***Os fluxos***

Os fluxos podem ser de várias ordens: fluxo de insumos, de informação, de dinheiro e de pessoas. Como a produtividade dos serviços está muito vinculada ao trabalho, o fluxo de pessoas e informações são os mais relevantes no estudo da localização intrametropolitana dos espaços de escritórios.

O **fluxo de pessoas** pode ser a pé; quando analisada a dinâmica interna do *cluster*, principalmente nos centros tradicionais das cidades este tipo de fluxo é intenso e importante; pode ser através de veículos motorizados, coletivos ou individuais, subterrâneo ou de superfície, terrestres, aéreos ou marítimos.

Os **fluxos de informações** podem ser de duas ordens: as informações padronizadas e não padronizadas. As não padronizadas são mais onerosas do que as padronizadas, por necessitar contato face a face. As padronizadas podem ser realizadas por e-mail, telefone, carta. Assim quanto maior a necessidade de informações não padronizadas, maiores as restrições às localizações dos escritórios

(VARGAS, 2001). Sassen (2004) classifica as informações em dois grupos, “uma são dados: a que nível fechou a Wall Street, ou será que o Japão declarou insolvente este ou aquele banco. Mas há outro tipo de informação bem mais complexa e difícil, que exige interpretação, avaliação e discernimento. O que exige “negociar”, se assim se pode dizer, uma série de dados e de interpretações com vista a obter conhecimento”. O acesso ao primeiro tipo de informação é hoje imediato e global, graças à revolução digital, o que possibilitou uma dispersão espacial: um sujeito pode ter informações (do primeiro tipo) e fazer negócios de qualquer lugar do globo simultaneamente. “Mas é o segundo tipo que exige uma mistura complexa de elementos – o que eu chamo de infra-estrutura social para a conectividade global”. Como vimos no capítulo 3, Sassen afirma que a infra-estrutura para suportar as informações é fácil de ser instalada, o difícil é ter a estrutura social e recursos humanos. Zmitrowicz (2003) reforça essa imagem, afirmando que os fluxos das idéias são fluxos de informações, que dependem da interpretação dos seus receptores.

A estrutura para conter os fluxos de informações depende da demanda, tanto de sua produção quanto de seu consumo. Esta estrutura pode variar desde serviços de entrega local até entregas internacionais; da carta a vídeo conferência.

Conforme avança o volume dos fluxos, tanto os de pessoas quanto os de informação, as estruturas tendem a ficar mais complexas para suportá-los. Ou seja, a estrutura mais simples pode acompanhar com mais agilidade as mudanças da demanda (rede viária em pequenas cidades, correios, Internet, espaço de pedestres), e quando ela é mais complexa (rede viária e transporte coletivo nas grandes cidades), usualmente, o tempo de expansão não acompanha o crescimento da demanda.

Zmitrowicz (2003) afirma que os fluxos podem ser pensados em relação a várias dimensões: espaço, valor, influência etc. “Em relação ao tempo, tanto os fluxos físicos como os não físicos podem apresentar deslocamentos mais rápidos ou mais

vagarosos. (...) Se no espaço podemos ver os elementos dispendo-se em determinadas configurações, no tempo podemos verificar os seus ritmos”.

Os fluxos de pessoas e informações estão fortemente relacionados ao tempo, que por sua vez, depende do volume de produção, da estrutura para contê-los e da forma como são consumidos os fluxos.

Os fluxos dos transportes ocupam espaço. Nas grandes concentrações, com as restrições de espaços livres, alternativas são utilizadas; o metrô, os túneis e passagens subterrâneas, até a utilização de helicópteros para fazer a viagem casa-trabalho<sup>62</sup>.

Os fluxos de transporte de superfície representam uma grande parte da interação entre as regiões metropolitanas e regionais. Em seu percurso várias trocas podem ocorrer (BRUINSMA et. al., 2001).

### ***Fluxo de pessoas - Estrutura Viária e Transporte coletivo***

Como vimos no capítulo 3, a expansão da rede viária e dos transportes rearranja a ocupação da cidade, isso porque, com uma boa estrutura a ocupação dos bairros bem servidos cresce e se valoriza, seguindo a lógica da teoria da localização.

A proximidade das instalações de transporte qualifica a localização, ela pode ser medida através das distâncias ou pela relação tempo-distância e também pelo conforto<sup>63</sup>.

O congestionamento do tráfego gera vários custos extras, além dos gastos com combustível, desgaste do carro. Ele consome o tempo dos trabalhadores, tanto na

---

<sup>62</sup> A utilização de helicópteros entre executivos é um fenômeno muito evidente na cidade de São Paulo; nela estão disponíveis 172 helipontos. (fonte:DAC).

<sup>63</sup> Na cidade de São Paulo é feita pesquisa sobre a imagem do transporte público organizada por CPTM, a EMTU, o Metrô a SPTrans e os sindicatos das empresas de ônibus da Capital (SP-Urbanus) e dos ônibus intermunicipais da Grande São Paulo (Setpesp). (disponível em : [http://www.antp.org.br/telas/transito/cap\\_trans.htm](http://www.antp.org.br/telas/transito/cap_trans.htm)).

viagem casa-trabalho quanto nas para encontros de negócios. Quanto mais cara esta mão-de-obra, mais caros os custos de locomoção da mesma.

Além do desconforto e o aumento de gastos, o congestionamento traz outras deseconomias, o gasto excessivo de combustível e dispersão de poluentes, além dos gastos para amenizá-los.

Os custos de transporte diferem conforme o modo de transporte, a densidade da rede, a periodicidade, e a tecnologia.(VARGAS, 2000)

Nos estudos de localização do varejo, a área de influência é a área que o comércio consegue atrair clientes. Vargas (2000) afirma que o transporte mais eficiente e acessos mais rápidos, aumentam a área de influência de centros de compras. Com isso podemos inferir, que os centros de negócios mais bem servidos de transportes tendem a abrigar os escritórios direcionados ao mercado e a dividir espaço com outras atividades terciárias, principalmente o varejo.

### **Pontos de acesso importantes:**

Nos **bairros residenciais** podem estar localizados os clientes e/ou a mão-de-obra das empresas.

### ***Os pontos de interesse particular***

Alguns equipamentos da cidade são direcionados para a cidade como um todo, por isso sua localização não pode ser acompanhada pela ocupação dos centros de negócios, como exemplo, podemos apontar os centros de exposição ou centros de convenção. Pode ser um atrativo da localização ter boa acessibilidade para estes pontos.

Alguns dos pontos de interesse reconhecidos podem ser identificados como locais de saída da cidade; são as estradas, os aeroportos ou estações. Os pólos industriais, pólos de pesquisa e desenvolvimento e outras localidades especializadas em alguma



atividade que sirva o centro de negócios, podem ser pontos de fácil acesso desejável.

### ***Os outros centros de negócios***

Alguns ganhos conquistados com a aglomeração do *cluster* podem ser compartilhados com outros centros vizinhos, os quais para tal devem apresentar boa acessibilidade, tanto física como informacional.

Os ganhos gerados pela sinergia entre empresas podem ocorrer além das limitações do centro. Nos outros centros podem estar localizadas atividades e equipamentos complementares, clientes ou fornecedores. Com a digitalização, a rede de centros segue a mesma dinâmica da rede de cidades, porém dentro de um espaço mais restrito. Esta rede forma-se a partir de um mercado que pode ser local, regional ou global, dele irá depender sua dimensão. As economias conquistadas estão relacionadas à infra-estrutura que a suporta, serviços especializados, informações rápidas, imagem<sup>64</sup>, conforto etc.

“O bom futuro dos centros das cidades vão depender em o quão eficientes eles serão em atrair o desenvolvimento das novas empresas e preservar as que eles têm no presente” (IHLANFELDT e RAPER, 1990). A partir deste pressuposto, a posição das variáveis, anteriormente levantadas, deverá ser atraente para as novas empresas que possam surgir e manter-se adequada ou competitiva em relação às outras regiões, para manter os atuais usuários. Para isso, a percepção das principais necessidades e anseios destes usuários terão que ser idealizados. Porém, as fronteiras entre as composições desejáveis, aceitáveis ou indesejáveis, variam dentro do tempo e espaço, devido às mudanças das necessidades da empresas e da configuração da cidade.

---

<sup>64</sup> Status, nobreza, cultura, erudição, riqueza, poder, prosperidade.

Podemos inferir que estas incertezas impulsionam a oferta cada vez mais sofisticada, principalmente em relação à edificação, a qual pode ser mais facilmente melhorada, pelo empreendedor, do que a localização.

## 5. ESTUDO DE CASO

O objetivo do estudo de caso é, diante do levantamento teórico, buscar algumas evidências empíricas que reforcem o quadro desenhado, dentro do mercado de escritórios da cidade de São Paulo, testando a aderência entre a evolução das qualidades localizacionais e os indicadores de desempenho de mercado.

Para isso, será necessário levantar alguns dados urbanos que supostamente geram atratividade às localidades, em relação à acessibilidade e à infra-estrutura, testando sua evolução no reflexo gerado, observado através da evolução dos indicadores de desempenho do mercado.

### *Breve apresentação do mercado de escritórios da cidade de São Paulo*

A cidade de São Paulo e sua região metropolitana constituem o centro econômico de toda a economia brasileira e sul-americana<sup>65</sup>. A cidade de São Paulo é responsável por 18,5% do PIB nacional e 50% do PIB do estado<sup>66</sup>.

O estado de São Paulo perdeu certa representatividade relativa aos outros estados a partir da década de 70. Contudo, o estado ainda desempenha papel fundamental na economia nacional, principalmente nos setores industriais mais modernos, e nos serviços mais sofisticados, como por exemplo, hospitais e consultorias (AZZONI, 1999).

No estado de São Paulo concentram-se os serviços produtivos, os quais se localizam onde as prévias economias de escala se consolidaram, enfatizando, por conseguinte, as disparidades. “São Paulo emerge, neste cenário, como exemplo do avanço dos Serviços Produtivos e das demais Atividades Terciárias. Estas, dentre

---

<sup>65</sup> São Paulo talvez não tenha representatividade ainda maior dentro da América do Sul devido ao fato de sua língua ser o português e não o espanhol.

<sup>66</sup> Fonte: EMTU/SP baseado IBGE.

outras características, conduzem às novas configurações geo-econômicas, nas quais tal metrópole, elemento de uma nação em desenvolvimento, conecta-se com o mundo globalizado, reforçando todos os contrastes preexistentes” (KOULIOUMBA, 2002).

Azzoni (1999), em seu estudo, conclui que diante dos indicadores de produtividade e custo de mão-de-obra, a cidade ainda continuará crescendo, recebendo novos investimentos e empreendimentos por algumas décadas, porque ela ainda é atrativa do ponto de vista quantitativo.

O crescimento da cidade de São Paulo está em queda, apenas 0,22% ao ano, taxa bem abaixo do nível nacional. Todavia, as chamadas cidades dormitório apresentam taxa 20 vezes maior. Isso mostra a tendência de expulsão, tanto da população de baixa renda em busca de aluguéis mais baixos, quanto das de maior renda na busca de melhores moradias. Assim, seu crescimento continua e ela tenderá a ficar ainda maior.

O autor acima citado afirma que as deseconomias de aglomeração da cidade só poderão ser minimizadas perante um aumento da taxação dos usuários sobre a estrutura da cidade ou da diminuição do número de usuários desta estrutura. O que nos leva a pensar que, inevitavelmente, a cidade tenderá a ficar ainda mais cara e sofisticada. As melhores localizações serão destinadas aos usos mais bem remunerados que, segundo Colwell et al. (1998), são os serviços. Portanto, as sedes das grandes empresas e os ocupantes de escritórios com menor sensibilidade aos custos de aluguel em geral se encontram nessas cidades.

Ao observar-se o sistema urbano da cidade de São Paulo, percebe-se que sua aglomeração já transcende a densidade e compactação do centro. Todavia, segundo

Villaça (1998), sua estrutura não pode ser considerada polinucleada<sup>67</sup>, como as cidades norte-americanas.

A expansão de seu centro na década de 70 e a recente migração em direção sul e oeste da cidade nos mostram uma tendência de movimento, seguida pelas necessidades de sua demanda.

Nobre (2001) comenta que, segundo os relatórios da então Richard Ellis Consultoria Internacional de Imóveis Comerciais (atual CB Richard Ellis) publicados em 1982, “para cada período de crescimento econômico da cidade surgia um novo centro de negócios. Assim sendo, São Paulo apresentava quatro centros de negócios: o Centro que correspondia à época do café, a Paulista correspondendo à consolidação da indústria na década de 50, a região dos Jardins/Faria Lima, correspondendo à época do ‘Milagre Brasileiro’ e a região da marginal, de expansão presente e futura”. Hoje, podemos dizer que a última corresponde às transformações ocorridas com a globalização da economia e com os avanços da digitalização.

Com isso, podemos perceber que a escolha da cidade de São Paulo para o estudo de caso se deve ao fato dela apresentar uma estrutura bastante sofisticada e pouco limitadora em torno das questões localizacionais, já que sua geografia ampla foi cenário para o desenvolvimento e transformação do setor nas últimas décadas. O centro original já se expandiu, já foram criados novos centros de negócios. Agora estão se sedimentando outras referências localizacionais da cidade, que serão abordadas para entendermos a evolução das qualidades dos *centros de negócios* e seus reflexos no mercado de escritórios.

### ***Dados gerais da cidade de São Paulo - Crescimento da cidade e deseconomias***

---

<sup>67</sup> VILLAÇA (1998) p.48, ressalta que a “polinucleação” das cidades norte-americanas difere dos centros terciários de nossas metrópoles (Pinheiros, Copacabana).

O **crescimento populacional em** São Paulo, entre 1990 e 1999, foi de 532 mil habitantes no município da cidade e de 1,7 milhões de habitantes na grande São Paulo<sup>68</sup>. Apesar do volume do crescimento, a taxa representa uma das mais baixas, diminuindo sua representação no total metropolitano. (DM<sup>69</sup>, 2002)

A taxa de crescimento do **emprego** na cidade nos últimos 5 anos foi de 15%, crescimento este concentrado dentro do município de São Paulo (DM, 2002). De 1990 para 2000 a participação dos serviços no município de São Paulo passou de 35,56% para 45,88%<sup>70</sup>. Entretanto, Ferreira (2003) contabiliza a evolução dos serviços do chamado terciário avançado, que representam a camada mais alta dos serviços, e conclui que em 1995 este subsetor representava 9,93% dos empregos do município, passando para 14,29% em 2000. Ferreira questiona se São Paulo compõe a cidade informacional referenciada por Castells, porém, ele conclui que a maioria da migração dos postos de emprego da indústria para os serviços, não são representados pelos “serviços avançados e globalizados”.

Porém, como coloca Koulioumba, a predominância de serviços pessoais e sociais, em comparação aos produtivos e distributivos, não eliminam a idéia de que eles “contribuem, direta ou indiretamente, para que as novas formas de consumo, sociabilidade e outras mais, se materializem no espaço”<sup>71</sup>. “Vários argumentos favoráveis permitem-nos sugerir, desse modo, que São Paulo vem assumindo funções de comando e gerenciamento das atividades produtivas em nível global”. São Paulo, então, poderia ser considerada cidade mundial da semiperiferia ou

---

<sup>68</sup> Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE/ Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo - EMPLASA

<sup>69</sup> DM – Diretoria de Planejamento e Expansão dos Transportes Metropolitanos.

<sup>70</sup> Fonte: Ferreira (2003) baseado em RAIS – Ministério do Trabalho – CGETIP e classificação CNAE – IBGE.

<sup>71</sup> Trata-se da afirmação da autora de que alguns autores, (Sassen (1994) e Daniels (1993)), “sugerem que o Subsetor Produtivo e o Subsetor Distributivo compõem os principais elementos que evidenciam as verdadeiras transformações físico-espaciais sob a ótica da globalização. A financeirização da economia e as tecnologias informacionais correspondem, assim, à parcela mais substancial da nova conjuntura mundial. Entretanto, é preciso salientar que, apesar de serem menos relevantes, os Serviços Pessoais e Sociais contribuem, direta ou indiretamente, para que novas formas de consumo, sociabilidade e outras mais, se materializem no território.” KOULIOUMBA, 2002) p.233

periférica do sistema capitalista mundial, provendo assim, áreas altamente globalizadas, onde o espaço nacional é organizado para servi-las (SANTOS e SILVEIRA apud KOULIOUMBA, 2002). A autora traduz esse fenômeno, como as “ilhas de excelência globalizada”.

O **transporte coletivo** diminuiu na cidade. Segundo FIPE (2004) o volume de passageiros transportados em janeiro de 2004 foi de 142 milhões contra os 247 milhões de fevereiro de 1996, representando uma queda de 42%. Já o aumento da frota de automóveis particulares cresce em média 4% ano (de 3,1 milhões em 1997 para 3,5 milhões em 2002)<sup>72</sup>.

Diante disso, segundo Scaringella (2001), num período de cinco anos (entre 1992 e 1997), a média dos congestionamentos medidos pela CET<sup>73</sup> no sistema viário principal da cidade passou dos 40Km, na hora de pico da tarde, para 120km. A CET faz medições do congestionamento da cidade de hora em hora, o que evidencia o quanto impactante é o problema de trânsito da cidade.

Barat (2001) diz que a produção e consumo de veículos automotores crescem sem ter correspondência na ampliação da oferta de espaço físico para a circulação e estacionamento e, com isso, “a questão do estacionamento de veículos nas grandes metrópoles, adquire, cada vez mais conotação estratégica e condicionante do próprio planejamento urbano”. A oferta de estacionamentos é gerada por decorrência das necessidades do mercado, em *shoppings centers*, hospitais, clubes, universidades, condomínios comerciais, entre outros. Na verdade, estas facilidades

---

<sup>72</sup> “A tendência do crescimento da população urbana e da frota de veículos pode agravar mais ainda a situação. Imaginando-se um crescimento anual de 2% a 3% da população urbana e de 4% da frota de veículos, pode-se estimar que até o ano 2010 poderão ser acrescentados cerca de 50 milhões de habitantes às áreas urbanas e 20 milhões de veículos à frota nacional. Imaginando-se também um aumento da renda média, ocorrerá um aumento da mobilidade média, com mais deslocamentos sendo feitos por cada pessoa. O grande desafio é como acomodar, com qualidade e eficiência, estes contingentes populacionais adicionais e os deslocamentos que eles farão, considerando que o aumento da frota de automóveis, de seu uso e da mobilidade tendem a agravar os problemas de congestionamento, poluição e acidentes” (ANTP, 2004).

<sup>73</sup> Companhia de Engenharia de Tráfego.

são estratégias de atração de público. E por consequência não resolve os problemas mais complexos da metrópole.

### ***Expansão do mercado de escritórios na cidade***

Nobre (2001) considera que São Paulo, assim como várias cidades no mundo, apresentou grande crescimento na promoção imobiliária como resultado do processo de reestruturação produtiva que privilegiou o setor terciário na reorganização espacial do trabalho. Entre 1977 e 1995, a área construída do setor terciário aumentou em 136,3%, evoluindo de 20,3 para 27,2% do total da área construída do município<sup>74</sup>. Além dos espaços de escritórios, houve um grande aumento do varejo; neste período foram construídos 24 *shoppings centers* na cidade. E entre 1994 e 2003 o estoque passou de 5,9 para 7,9 milhões<sup>75</sup>.

O mesmo autor afirma que os clientes preferidos da expansão desse mercado foram as grandes corporações industriais e financeiras, principalmente multinacionais, que deixaram de ser proprietárias para se tornarem locatárias, fato que ocorreu como parte da estratégia de capitalização dessas empresas (NOBRE, 2001).

No final dos anos 60, a grande concentração de serviços estava no centro da cidade. Os grandes equipamentos metropolitanos de comércio e serviços concentravam-se na área central da cidade e nas proximidades da avenida Paulista, enquanto o comércio varejista e os serviços diversificados de caráter local distribuíam-se ao longo das principais radiais (NOBRE, 2001).

Os preços dos terrenos na região da Paulista alcançavam valores elevados, juntamente com a ausência de terrenos vagos no Centro, o que indicava o esgotamento do processo imobiliário nessas regiões. A abertura da avenida

---

<sup>74</sup> Fonte: Cadastro Imobiliário Territorial, Predial, de Conservação e Limpeza. São Paulo: Secretaria Municipal das Finanças. (1978).

<sup>75</sup> Fonte: Jones Lang LaSalle, (2004).



Brigadeiro Faria Lima e a construção do Shopping Iguatemi na década de 60 deflagraram novos empreendimentos em direção à zona Sudoeste da cidade, nas proximidades do Rio Pinheiros (Bruna e Ornstein, 1990 apud NOBRE, 2001).

“O deslocamento do Centro Antigo para a centralidade da Avenida Paulista, ocorrido em meados dos anos 60 e 70, caracteriza uma primeira ampliação da área central, que se deu em direção a um local mais favorável à expansão do capital imobiliário. Uma nova centralidade surgiria nas décadas de 80 e 90, com o novo eixo das avenidas Faria Lima – Berrini, zona Sul, decorrente não somente da mera especulação, mas também da necessidade de espaços adequados aos diferenciados da economia digital” (KOULIOUMBA, 2002).

Caso a oferta de escritórios evolua conforme a necessidade de melhor conjunto edificado, a competição entre regiões será muito relevante. Caso isso ocorra, as taxas de vacância tendem a subir, em decorrência da oferta excessiva do espaço, o que irá ocasionar o crescimento da concorrência entre localidades. Os seus principais atrativos são o preço, a qualidade da edificação ou a qualidade da localização, como visto anteriormente.

### ***Levantamento dos dados e escolha das variáveis***

A disponibilidade de dados é limitada, por isso temos que adequar a pesquisa a esta condição. Foi levantada uma série histórica de 10 anos, de uma amostra que representa cerca de 35% da área total do estoque disponível, escolhida a partir das características de inserção no mercado e inserção no tecido urbano.

Os dados de mercado utilizados foram disponibilizados pela empresa Jones Lang LaSalle<sup>76</sup>, a qual utiliza a mesma metodologia de construção de indicadores apresentada no capítulo 1. A empresa segmenta o mercado em 11 regiões, as quais

---

<sup>76</sup> A escolha de utilização de apenas uma fonte de dados (desta empresa) se deu por dois motivos, o primeiro, foi por cautela em não cruzar dados que tivessem diferenças no método de levantamento, o segundo, se deve ao fato desta empresa segmentar o mercado num maior número de regiões, o que facilita a discussão das diferenças localizacionais dentro da cidade.

serão analisadas brevemente a seguir. São elas: Centro, Paulista, Jardins, Faria Lima, Itaim, Vila Olímpia, Berrini, Verbo Divino (aqui a chamaremos de Chácara Santo Antônio), Marginal, Barra Funda, Alphaville.

Num segundo momento, iremos apresentar o levantamento dos indicadores urbanos das três regiões escolhidas e relacioná-los aos indicadores de desempenho de mercado, da região e da cidade.

A escolha da amostra buscou selecionar regiões que pudessem representar o mercado da cidade. Cada região apresenta características próprias de localização, datas distintas do surgimento das primeiras unidades, diferentes impulsos de formação; mas também apresentam paridade necessária para que possam ser analisadas e comparadas, uma vez que são regiões com feições de centro de negócios. As três regiões escolhidas foram Paulista, Berrini e Chácara Santo Antônio<sup>77</sup>. Sua delimitações são as seguintes:

Região da **Paulista**: Rua da Consolação, rua Minas Gerais, av. Angélica, rua Maceió, Matias Aires, Antônio Carlos, São Carlos do Pinhal e Cincinato Braga.

Região da **Berrini**: av. Bandeirantes, av. Nova Independência, rua Arandu, av. Jurubatuba, av. Morumbi, rua Jaceru e av. Nações Unidas.

Região da **Chácara Santo Antônio**: rua Engenheiro Mesquita, rua Amaro Guerra, av. Prof. Alceu Maynard de Araújo e av. Nações Unidas.

Os dados que serão utilizados estão segmentados por padrão de qualidade da edificação. O critério de qualificação foi elaborado pela empresa Jones Lang LaSalle<sup>78</sup>, que disponibilizou as informações referentes ao mercado, que serão utilizadas a seguir. Com isso, iremos deliberadamente ignorar as possíveis diferenças em relação à classificação de qualidade da edificação utilizada no

---

<sup>77</sup> A região da Chácara Santo Antônio corresponde à região da Verbo Divino.

<sup>78</sup> Ver anexo 2.

levantamento dos dados e a avaliação dada pelos usuários que ocupam estes espaços. Iremos considerar que os usuários que migraram, de um edifício padrão A na região X, para outro de padrão A na região Y, foi porque a localização de Y era mais atrativa que a de X, ou então, por consequência dos preços.

Será analisada a evolução da oferta de restaurantes, hotéis, agências dos correios e linhas de ônibus, dentro das limitações da região, com o objetivo de perceber os tempos das respostas da oferta destes serviços diante da nova demanda.

As variáveis que serão observadas para se fazer um levantamento da estrutura atual, a fim de ilustrar o conjunto que qualifica cada localidade, serão apresentadas no item seguinte.

### **5.1 As regiões que concentram atividades de escritórios na cidade**

Na cidade de São Paulo, podemos identificar vários agrupamentos de escritórios entre as quais podem ser percebidas diferenças de composição em relação à localização, à infra-estrutura urbana e ao perfil de seus usuários.

Com base em um levantamento simplificado das onze regiões identificadas<sup>79</sup>, iremos expor alguns comentários que sugerem a identificação de características localizacionais dessas regiões. Conforme a concentração de espaços de escritórios, sua orientação ao mercado e sua inserção no tecido urbano.

A seguir, temos o mapa da cidade de São Paulo, (mapa 1), onde estão demarcadas nove regiões; não estão presentes, a região da Barra Funda e de Alphaville que se localiza fora do município.

---

<sup>79</sup> Centro, Paulista, Jardins, Faria Lima, Itaim, Vila Olímpia, Berrini, Verbo Divino (Chácara Santo Antônio), Marginal, Barra Funda e Alphaville. Ver mapa1.



Esta exposição não tem a intenção de classificar ou rotular as diferentes regiões ou concentrações de escritórios, mas sim apresentar de forma expedita as feições localizacionais que as caracterizam.

Um primeiro tipo de concentração identificada é o **centro tradicional da cidade**, com seus ocupantes apresentando perfil variado. O uso é predominantemente dos serviços, com rico comércio, atividades institucionais e da administração pública e uma gama variada de atividades terciárias. Este centro tem uma carga histórica, com edifícios e monumentos históricos, museus e escolas. Sua localização é privilegiada, porque a partir dela a cidade se formou.

Como vimos anteriormente, o centro principal geralmente é o centro tradicional ou histórico, todavia, a ocupação da cidade se mostra dispersa, o que torna complexa a identificação do centro principal. Será ele, o centro tradicional, a região da Paulista ou a nova centralidade do chamado eixo Faria Lima – Berrini? Frúgoli Jr. (2001) afirma : “Ainda que no processo geral de expansão urbana possa observar-se uma forte tendência à dispersão e à descentralização, é impossível postular que isso signifique a perda de um ‘centro’, mesmo que não possa mais falar, no caso paulistano, em uma única centralidade, de feição tradicional e histórica. Persiste, de toda forma, a importância constitutiva do papel desenvolvido pela centralidade no contexto urbano, porém em novos termos”.

Porém, apesar da tendência, no Brasil, de valorização do moderno, o centro tradicional da cidade permanece representando o lugar onde se concentra a maior oferta de escritórios. No entanto, mesmo estando nele localizadas instituições importantes como os fóruns e a Bolsa de Valores e Bolsa de Mercadorias & Futuros, o centro de São Paulo perdeu a imagem e o ambiente desejado pelos ocupantes de escritórios mais expressivos, fato que não ocorre em algumas cidades onde o “status” histórico do centro tradicional o mantém atraente.

Um segundo tipo de aglomeração de escritórios observado, é um centro onde ocorre uma maior **concentração de espaços de escritórios**, como por exemplo, as regiões da Paulista, Faria Lima, Berrini, Chácara Santo Antônio e Vila Olímpia.

Neste tipo de centro estão situadas empresas renomadas. A imagem de centro de negócio tende a ser mais definida. Por isso, os atributos que qualificam seu ambiente são bastante valorizados, como as qualidades paisagísticas e arquitetônicas.

A maioria das empresas que ocupam estes tipos de centros, não necessariamente estão orientadas ao mercado consumidor (são geralmente serviços pessoais e sociais), mas muitas estão direcionadas à produção (serviços produtivos). Por isso, sua localização não está, obrigatoriamente, vinculada à proximidade aos bairros residenciais. Grande parte da estrutura de serviços pessoais e de transporte está direcionada aos usuários que trabalham na região.

Estes tipos de agrupamento tendem a apresentar uma centralidade, ou seja, no caso da região da Paulista, ela apresenta uma centralidade em relação à cidade como um todo, por isso, lá estão situadas uma gama de atividades que necessitam de um público com grande volume de pessoas (ex. Museus, Universidades, Teatros). A região da Faria Lima e da Berrini formam uma centralidade regional.

As regiões da Faria Lima e da Berrini inicialmente se caracterizavam como centros orientados ao mercado, porém a partir de sua ampliação, elas começaram a atrair um perfil de ocupantes mais direcionados aos negócios extra locais.

A Chácara Santo Antônio pode ser identificada como um centro de escritórios concentrado, porém, devido ao volume de seu estoque e sua localização na cidade, ela não pode ser considerada um centro da mesma proporção da Faria Lima ou da Berrini.

Há ainda um terceiro tipo de centro identificado, que não necessariamente forma uma centralidade ou um *cluster*, ele está mais **orientado ao consumidor final**<sup>80</sup>e, necessariamente, deve localizar-se próximo a bairros residenciais, preferencialmente, os de grande concentração. As regiões que apresentam este perfil são a região do Itaim, Jardins e Vila Olímpia.

A necessidade de concentração de escritórios não é obrigatória, uma vez que eles não dependem da sinergia e do contato face a face com seus fornecedores. O contato necessário se faz com seus clientes, por isso, a imagem também é importante. Com isso, este tipo de centro apresenta ocupação dispersa. A região da Vila Olímpia tem características particulares, apesar dela apresentar uma localização similar às outras regiões acima citadas. Todavia, ela se especializou, no início de 2000. Segundo aponta Koulioumba (2002), existiam cerca de 60 empresas de internet lá instaladas, porém com o enfraquecimento do comércio eletrônico, várias destas empresas fecharam sua portas.

A estrutura de serviços é rica, uma vez que a concentração de usuários (moradores e trabalhadores) da região é alta. Um ponto curioso é que, com a grande evolução recente da oferta de flat's, em sua maioria, de propriedade de pequenos investidores (classe média), a estrutura da oferta de hospedagem nestes locais é bastante rica. Este tipo de concentração pode ser identificado principalmente nas regiões dos Jardins e do Itaim.

Dentro dos centros dispersos, podemos identificar pequenos centros, que são pequenas aglomerações de edifícios, geralmente mesclados com o comércio.

Alguns centros podem ser identificados como pequenos centros especializados. Assim como ocorre na região da Vila Olímpia, na região do Paraíso ou da Vila

---

<sup>80</sup> Os principais escritórios, direcionados ao consumidor final, são os dirigidos aos profissionais liberais, bancos de varejo e outros serviços pessoais, agências de turismo, agências de emprego etc.

Clementino, formam-se centros especializados em suporte à saúde, devido à concentração de hospitais.

Outro tipo é aquele localizado fora da rede dos centros, os **centros alternativos**, já mencionados no capítulo 3. Neles ocorre concentração de escritórios, mas sua taxa de ocupação é inferior à média da cidade.

### ***Levantamento qualitativo da estrutura da localização***

Com base na discussão feita no capítulo 4, alguns atributos foram escolhidos para caracterizar a qualidade das regiões estudadas. Iremos utilizar um ou mais indicadores, que sugiram a qualidade dos fatores que caracterizam a região, para então, confrontá-los com os indicadores de desempenho de seu mercado. Os fatores analisados foram: acessibilidade, imagem, contato face a face e economias de escala.

Para examinar a **acessibilidade**, iremos levantar as distâncias entre dos principais centros de negócios, segundo seu volume de estoque e concentração (as regiões do Centro, Paulista, Berrini e Faria Lima) e os dois principais aeroportos da cidade (Congonhas e Cumbica). Seria mais apropriado fazer um levantamento das distâncias e tempo de viagem, porém, não foi considerada a velocidade para acessá-las, uma vez que a fluidez do trânsito varia conforme os horários e dias da semana. As distâncias serão medidas conforme o traçado das vias de acesso, ou seja, pela distância percorrida. (ver tabela 5)

A **imagem** será sugerida a partir do levantamento de quatro indicadores: o primeiro é o número de empresas pertencentes entre a listagem das maiores<sup>81</sup> localizadas em cada região (gráfico 1); o segundo é a idade do estoque (gráfico 2); o

---

<sup>81</sup> Este levantamento foi feito a partir de uma ampliação do trabalho de NOBRE (2001), que analisou a evolução da ocupação da região da Marginal Pinheiros, pelas maiores empresas selecionadas segundo seu volume de vendas.



terceiro pela evolução e oferta dos hotéis e restaurantes de alto padrão<sup>82</sup> (tabela 2); e por último, pelo conjunto de aspectos em relação à estrutura de serviços, à maturidade do agrupamento e ao ambiente edificado e áreas livres.(tabela 3 e 4)

O **contato face a face** será notado conforme a concentração das regiões (gráfico 3); o volume do estoque (gráfico 4), que representa o tamanho do centro e a distância entre os centros (medido anteriormente).

As **economias de escala** serão observadas através da oferta de serviços (restaurantes, hotéis, agências dos correios, pontos de ônibus, entre outros). (tabelas 2 e 4)

A tabela 5 apresenta a evolução dos serviços e a evolução do estoque de cada região, com o objetivo de mostrar a pujança da ocupação.

Devido à falta de dados e à complexidade e variedade dos atributos que qualificam uma localização, alguns deles, apesar de relevantes, não foram incluídos no estudo. Entre eles estão: o perfil de ocupação das regiões, a gama de serviços de suporte, levantamento da qualidade do conjunto arquitetônico, índices sociais por bairros, levantamento detalhado da estrutura para pedestres.

---

<sup>82</sup> O levantamento da oferta de hotéis e restaurantes foi feito com base na publicação da editora Abril, o guia 4 rodas Brasil. Os hotéis e restaurantes escolhidos são todos aqueles que foram publicados.

Paulista	n° de hotéis*	n° de linhas de ônibus	n° de restaurantes*	Estoque atual consolidado		Volume do Estoque	Quociente da taxa de vacância
até 1994	9	40	14	87%			
até 1995	9			88%		1.160.055	0,57
até 1996	9		12	90%		1.175.936	0,78
até 1997	10			90%		1.195.128	0,70
até 1998	10		12	91%		1.199.168	0,57
até 1999	11			93%		1.210.355	0,78
até 2000	12		12	97%		1.240.525	0,75
até 2001	12			98%		1.295.142	0,77
até 2002	12		11	98%		1.303.476	0,72
até 2003	12			100%		1.307.338	0,64
até 2004	12	29	9	-		1.307.338	0,74
Crescimento	33%	-28%	-36%	15%			

Berrini	n° de hotéis*	n° de linhas de ônibus	n° de restaurantes*	Estoque atual consolidado		Volume do Estoque	Quociente da taxa de vacância
até 1994	1	9	1	37%			
até 1995	3			48%	Shopping D&D e Hotel Grand Meliá	224.416	1,09
até 1996	3		1	53%	abertura da nova Faria Lima	291.495	2,01
até 1997	3			60%	abertura av. Águas Espraiadas	322.151	1,67
até 1998	4		1	68%		365.462	1,31
até 1999	4			78%	novas da estação de trem (Marginal)	409.261	0,62
até 2000	7		1	84%		470.141	1,01
até 2001	7			84%		509.372	0,57
até 2002	9		1	93%		509.372	0,66
até 2003	12			100%		564.690	0,89
até 2004	12	20	5			605.317	1,12
Crescimento	1100%	122%	400%	170%			

(entre Ponte Morumbi e Ponte Ary Torres)

projetos de infra-estrutura

Santo Antônio	n° de hotéis*	n° de linhas de ônibus	n° de restaurantes*	Estoque atual consolidado		Volume do Estoque	Quociente da taxa de vacância
até 1994	0	9	0	73%			
até 1995	0			75%		224.042	1,29
até 1996	0		0	85%		228.881	0,20
até 1997	0			87%		257.655	0,58
até 1998	0		0	87%		264.310	0,69
até 1999	0			90%	nova da estação de trem (Marginal)	264.310	0,72
até 2000	1		0	93%		272.465	0,79
até 2001	2			95%		280.277	0,57
até 2002	3		0	97%		287.215	1,04
até 2003	3			100%		294.715	1,22
até 2004	3	9	0			294.715	1,25
Crescimento		0%		36%			

\*(publicados - Guia)

fonte: Guia Brasil 4 Rodas 1994, 1996, 1998, 2000, 2002 e 2004); Guia de ruas de São Paulo, 1994 e 2004.

## Tabela 2 – Evolução da estrutura urbana x evolução do estoque

<b>AMBIENTE</b>	<b>Paulista</b>	<b>Berrini</b>	<b>Chác. Sto. Antônio</b>
<b>Maturidade e representatividade do agrupamento</b>			
idade (anos) (A)	>30	>20	>20
Número de edifícios (B)	190	87	55
Ocorrência na região do total de estoques 'A' e 'AA' da cidade (B)	14%	19%	11%
Nº de empresas entre as 500 maiores (D)	9	6	5
<b>Áreas livres e conjunto edificado</b>			
Área verde e livres (C )	1 parque	6 praças	1 praça
Ocorrência do estoque 'A' e 'AA' na região com relação ao estoque total da região (B)	19%	54%	61%
Estoque com menos de 4 anos (m <sup>2</sup> ) (B)	91.513	135.176	29.795
(A) cálculo feito a partir da formação dos primeiros 200* mil m <sup>2</sup> do estoque total (*valor arbitrado) fonte:NOBRE (2001).			
(B) cálculos feitos a partir dos dados do mercado da empresa Jones Lang LaSalle			
(C.) levantamento com base no guia de ruas de São Paulo, 2004			
(D) levantamento adaptado de (NOBRE, 2001), listas oesp.			

**Tabela 3 – Qualidade do ambiente interno dos centros**

INFRA-ESTRUTURA URBANA	Paulista	Berrini	Chác.Sto.Antônio
<b>Serviços de suporte</b>			
nº de hotéis (A)	14	12	3
bares e restaurantes (B)	79	8 + (14)*	2 + (14)*
agências Correios (A)	5	1	1
agências de viagem (B)	29	10	6
Entregas (moto boy) (B)	9	20	11
Academia de ginástica (B)	7	6	3
Shoppings Centers (B)	1	3	2
<b>Transporte</b>			
pontos de táxi (A)	7	4	2
linhas de ônibus(A)	29	20	9
estação de metrô(A)	3	0	0
estação de trem(A)	0	1	1

\* restaurantes localizados nos Shoppings Morumbi e Market Place (fora da área delimitada do estudo)

(A) estabelecimentos dentro da área delimitada

(B) estabelecimentos dentro de um raio de 1 km (devido sua área de influência maior).

fontes: [www.apontador.com.br](http://www.apontador.com.br) e guia de ruas 4 rodas, 2004 e guia 4 rodas Brasil, 2004.

**Tabela 4 – Infra-estrutura atual das regiões**

### Acessibilidades - pontos de interesse

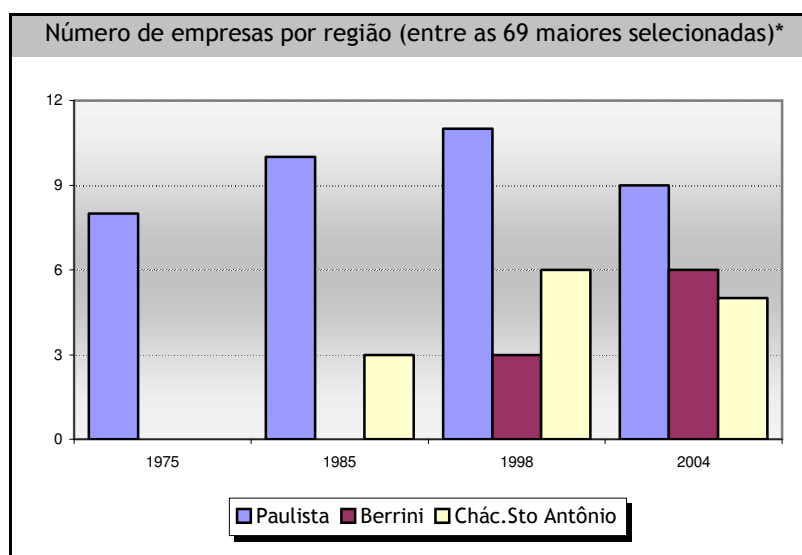
PONTOS DE INTERESSE	Distâncias**		
	Paulista	Berrini	Chác.Sto.Antônio
bairros residenciais*	Jardim Paulista, Vila Mariana, Higienópolis, Perdizes	Morumbi, Itaim, Moema, Campo Belo	Morumbi, Moema, Campo Belo, Santo Amaro
aeroporto de Cumbica	30 km	36 km	40 km
aeroporto de Congonhas	9,4 km	6,0 km	6,4 km
Outros centros de negócios:			
Centro ***	4,0 km	11,4 km	13,9 km
Paulista	-	8,5 km	11,3 km
Berrini	8,5 km	-	3,8 km
Faria Lima	5,6 km	4,9 km	8,4 km

\* 10 primeiros bairros com representatividade de famílias com renda superior a 20 salários mínimos (fonte:IBGE, 2000)

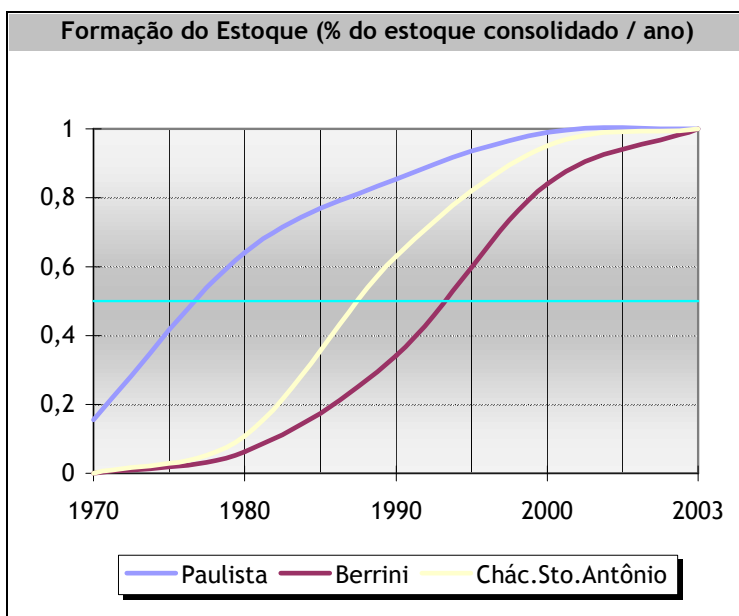
\*\* Distâncias medidas percorrendo-se as vias principais.

\*\*\* Maiores centros de negócios da cidade

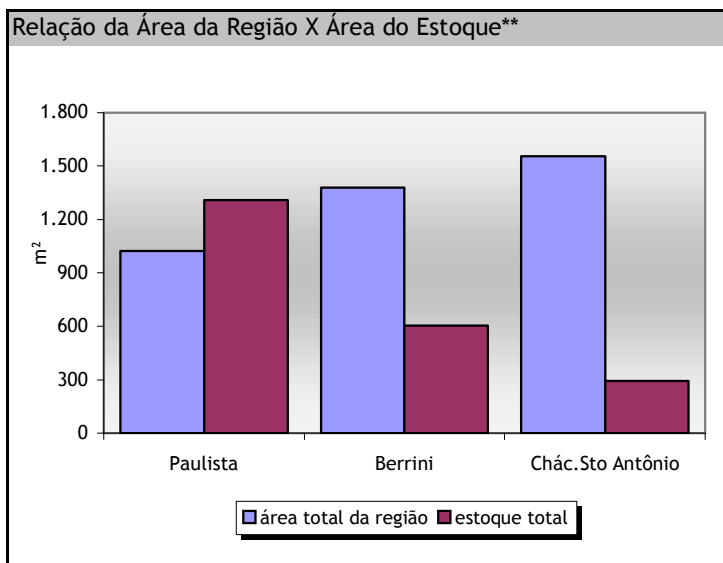
**Tabela 5 – Acessibilidade**



**Gráfico 1 – Listagem da localização das maiores empresas selecionadas entre as 3 regiões. Ver anexo 1.**

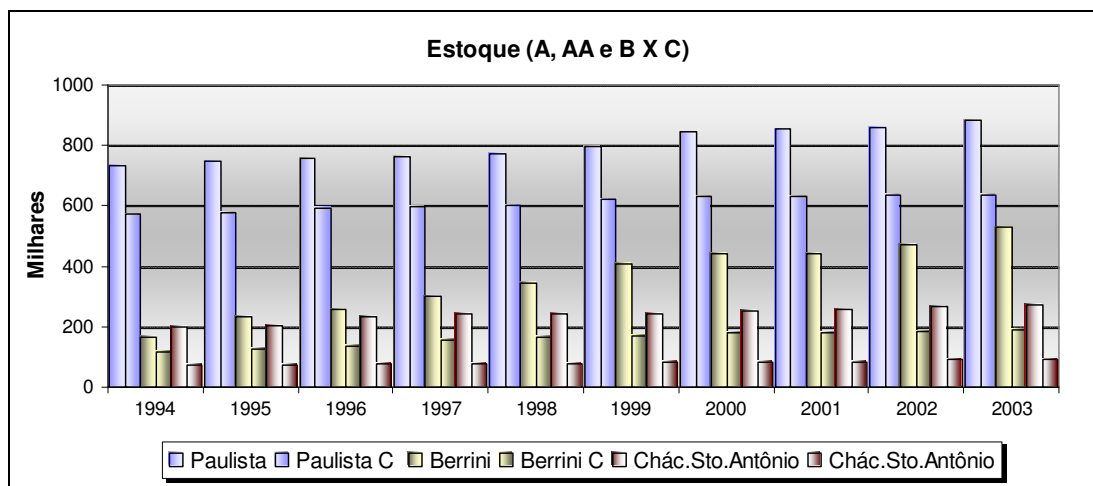


**Gráfico 2 – Idade do estoque**



**Gráfico 3 – Concentração das regiões**

A concentração das regiões está representada através dos volumes de áreas aproximados, o qual foi calculado a partir do levantamento da área total de cada região, sem descontar os espaços públicos (vias etc).



**Gráfico 4 – Volume do estoque segmentado por padrão**

## 5.2 A região da Paulista, Berrini e Chácara Santo Antônio

### *Região da avenida Paulista*

Frúgoli Jr. (2001) coloca que “O contexto urbano da Avenida Paulista está historicamente identificado como espaço de riqueza das elites – inicialmente como moradia, mantendo depois, com algumas alterações, a mesma simbologia, frente a processos posteriores de verticalização e crescimento do setor terciário moderno, sobretudo do capital financeiro”. Na passagem dos anos 80 para os 90, período de seu “apogeu”, apareceram os primeiros sinais de deterioração, ainda pouco acentuados, em decorrência da fuga de empresas e investimentos públicos em outras regiões (FRÚGOLI Jr., 2001).

A região da Paulista teve seu maior crescimento na década de setenta, quando seu estoque passou de 204 mil para 632 mil metros quadrados<sup>83</sup>. Atualmente representa 17% do estoque da cidade<sup>84</sup>. Sua concentração é a maior da cidade; as outras regiões não apresentam nem metade de sua relação entre área de terreno e área construída (Estoque Total). Seu Estoque classe 'A' e 'AA' representa 14% da oferta na cidade. (tabela3)

Seu perfil de ocupação é de 35% do setor de serviços, 9,38% do setor industrial e 22,18% do setor financeiro<sup>85</sup>. É a região com maior representatividade na ocupação do setor financeiro, o que sugere uma especialização. Entre as maiores empresas da cidade, onze delas, estavam localizadas na região, em 1998. Após cinco anos, este número caiu para nove. (ver gráfico1)

No meio do percurso da avenida, o parque Trianon e o Masp estão dispostos frente a frente. As edificações mais novas, com menos de 4 anos, representam 91 mil m<sup>2</sup>, além do estoque previsto para 2004 e 2005 de 44,7 mil m<sup>2</sup>. A avenida está em um ponto alto da cidade, o que favorece a visibilidade de seus edifícios.

A estrutura de serviços é muito representativa, dentro da área delimitada<sup>86</sup>. Nela estão disponíveis 5 agências dos correios, 11 agências de viagens, 6 empresas de entregas, 3 academias de ginástica, além de um shopping center em um extremo da avenida.

Sua localização é privilegiada, com vizinhança variada e uma estrutura de transporte das mais ricas da cidade. A região é servida por 29 linhas de ônibus que a ligam ao centro e aos bairros, e, além disso, por uma linha de metrô, a qual foi inaugurada em 1992, com três estações. Devido à demanda, 7 pontos de táxi e serviço de traslado ao aeroporto internacional são disponíveis. (tabela 4)

---

<sup>83</sup> Fonte: Bolsa de Imóveis do Estado de São Paulo apud NOBRE (2001).

<sup>84</sup> Fonte: Jones Lang LaSalle (2004).

<sup>85</sup> Fonte: Bolsa de Imóveis do Estado de São Paulo apud NOBRE (2001).

<sup>86</sup> Conforme as delimitações (ruas) apresentadas anteriormente.



Sua acessibilidade é muito beneficiada pelo transporte coletivo, principalmente o metrô, o qual privilegia a poucos, por sua pequena dimensão. Entre os **principais pontos de interesse** levantados, apenas o aeroporto de Cumbica, em Guarulhos, apresentou menor distância em relação às outras regiões. Porém, a região está geograficamente centralizada em relação a importantes bairros da cidade, tais como Jardim Paulista, Vila Mariana, Higienópolis, Perdizes (tabela 5).

Os eventos e comemorações populares (reveillon, shows e passeatas) da cidade acontecem na avenida, o que pode ser considerado uma externalidade negativa, mas de outro lado, reforça a notoriedade do local.

Parte da região apresenta uma especialização em relação às demais regiões, os principais hospitais da cidade estão lá localizados, juntamente com importantes laboratórios.

Devido à grande concentração de atividades, grande patrimônio edificado, infraestrutura de transportes, cultura e lazer, a imagem da avenida Paulista está vinculada à imagem da cidade. Também, em decorrência dos aspectos mencionados, a região tem a atenção da sociedade, fato que pode ser percebido através da ação das associações, como a “Paulista Viva”, que envolve o empresariado da região, os quais têm como objetivo preservar as qualidades da localização<sup>87</sup>. Isto pode ser visto como um fator de controle, mesmo que limitado, da velocidade de degradação resultante das deseconomias comuns a este tipo de concentração.

As principais deseconomias observadas são a ocorrência de trânsito pesado e a escassez de estacionamento (o que pode ser compensado com a disponibilidade de transporte coletivo eficiente).

## **Berrini**

---

<sup>87</sup> Frúgoli Jr. (1998) apresenta os principais grupos privados que se organizam para definir a localização espacial do moderno setor terciário, nas palavras do autor.

O surgimento da ocupação dos espaços de escritórios no bairro se deu a partir de 1975, juntamente com a região da Vila Olímpia, os quais foram incorporados por Bratke e Collet.

Segundo Bratke, “os altos preços dos terrenos nos centros de negócios consolidados inviabilizavam a construção de edifícios para empresas de menor porte” Visando atingir esse nicho de mercado, eles começaram a procurar áreas alternativas, cujas premissas eram: “preço dos terrenos, sistema viário e acessibilidade adequados, proximidade de bairros residenciais e ausência de grandes edifícios nas cercanias” (BRAKTE, 1985 apud NOBRE, 2001).

O bairro apresentava terreno alagadiço, porém com boa acessibilidade, pela proximidade do sistema viário estrutural da cidade que contava com vias expressas e arteriais existentes e propostas. “Essa infra-estrutura viária potencial permitiria rápida comunicação a diversos pontos da cidade, às indústrias do ABC e ao interior do estado” (BRATKE apud NOBRE).

O autor aponta que, outra questão que influenciou na ocupação da região, foi a proximidade aos bairros residenciais de alta renda, tais como Chácara Flora, Alto da Boa Vista e Brooklin, o que seria um provável fator de atração de localização das empresas, já que seus executivos poderiam habitar nesses bairros e facilmente se locomover de casa ao trabalho.

Porém, o lugar que parecia ousado para instalar espaços de escritórios, começou a atrair empresas maiores e a ofertar grande volume de espaços de escritórios (NOBRE). Atualmente, o estoque da região representa 7,7% do estoque total da cidade. Seu crescimento nos últimos dez anos foi de 270%, passando de 224 para 605 mil m<sup>2</sup>. Um conjunto de 87 edifícios está distribuído dentro da área delimitada. A região abriga o maior estoque classe ‘A’ e ‘AA’ da cidade (19%). (Tabela 3)

Nos últimos anos, a região absorveu grande fluxo de novos ocupantes, entre as maiores empresas<sup>88</sup>. Em 1998, estavam situadas na região, 3 empresas, hoje este número passou para 6.

Alguns aspectos paisagísticos já estão sendo abordados, como a reforma dos canteiros da avenida Berrini. Entretanto, seu traçado não foi desenhado para abrigar tal uso, uma vez que o zoneamento da região permite, no máximo, um coeficiente de aproveitamento que varia entre 1 e 4 vezes a área do terreno. Metade de seu conjunto arquitetônico tem obras que despontam num cenário de alta tecnologia. Como exemplo, temos o Bank Boston e o Hotel Grand Hyat.

Recentemente a oferta de hotéis teve grande projeção. De 2000 até início de 2004 foram inaugurados sete deles, entre os quais, três estão entre os melhores hotéis da cidade. Alguns restaurantes da região, a partir de publicações de 2004, estão entre o rol dos chamados “estrelados”<sup>89</sup>.

A estrutura de serviços atende, tanto aos ocupantes dos escritórios lá concentrados, como os bairros vizinhos. A presença de três shoppings centers, nas proximidades da região, demonstra isso. (Tabela 4)

Segundo relatório da Jones Lang LaSalle, nos anos 90, cerca de 85% dos investimentos públicos em sistema viário e infra-estrutura beneficiavam a região, direta ou indiretamente.

Atualmente a estrutura de transporte coletivo é deficiente, faltam linhas de ônibus, sendo suprida por ônibus fretados. A nova linha de trens metropolitanos está isolada, já que não há interligação com outros tipos de transporte, fazendo com que ela seja subutilizada. (Tabela 4)

---

<sup>88</sup> Ver a listagem das empresas no Anexo 1.

<sup>89</sup> Segundo publicação do Guia 4 Rodas Brasil, ed. Abril, 2004.

Outros problemas em relação ao escoamento do trânsito aumentam à medida que cresce a ocupação comercial, não só da avenida Berrini, mas da Marginal como um todo. Um exemplo é o WTC e o Centro Empresarial Nações Unidas, que representam 250.000 m<sup>2</sup> de área útil e uma população de 15 mil pessoas que circula diariamente, a maioria utilizando automóveis particulares<sup>90</sup>.

### **Chácara Santo Antônio**

O mercado de escritórios começou a se desenvolver na região, quando os primeiros edifícios de escritórios, a partir de 1985, surgiram próximos à rua Verbo Divino. O uso do solo das áreas urbanizadas caracterizava-se por ser residencial de média e média-baixa renda, além de uma parcela significativa de indústrias localizadas nas proximidades da ponte do Morumbi (NOBRE, 2001).

No começo da década de 80 a Richard Ellis foi contratada para fazer a assessoria de marketing do São Paulo Office Park, que seria implantado na região. Baseado no conceito americano do *office park*, edifícios baixos rodeados por estacionamentos arborizados. Esse empreendimento de 70 mil m<sup>2</sup> previa a construção de dez a quinze edifícios comerciais (NOBRE, 2001).

Um aspecto inovador era que o edifício seria ocupado por apenas uma empresa e, com isso, o projeto dos edifícios seriam orientados pelas necessidades dos futuros ocupantes; além de serem alugados, com contratos de 10 anos (NOBRE, 2001). Os primeiros ocupantes foram Becton Dickinson Indústrias Cirúrgica Ltda., Arthur Andersen, Poliolefinas, Atlantis, Tudor Marsh, Paramoun Lansul, Sade, Deutsche Bank e Chase Manhattan (NOBRE, 2001).

---

<sup>90</sup> Fonte: Jones Lang LaSalle, 2004.

A qualidade do conjunto arquitetônico e paisagístico era diferenciada contando com a participação de nomes como Burle Marx, Rino Levi Arquitetos Associados, Ottoni Arquitetos Associados, entre outros (NOBRE, 2001).

A concentração de escritórios da região não apresenta forte tendência de evolução, uma vez que seu zoneamento não permite, sendo composta por 55 edifícios. Com isso, a região apresentou crescimento moderado em relação à Berrini. Na região estão localizadas 6 das maiores empresas levantadas.

Seu ambiente é o mais arborizado e menos verticalizado em relação às outras regiões. Um quarto de seu estoque tem menos de 10 anos.

A infra-estrutura urbana da região é a mais defasada: estão disponíveis três hotéis, mas nenhum restaurante entre os classificados<sup>91</sup>. (Tabela 2)

A estrutura dos transportes é ainda mais precária que a da região da Berrini, já que a região está um pouco mais afastada da centralidade da cidade. Os edifícios foram planejados para os usuários motorizados. Sua acessibilidade vêm sendo prejudicada, conforme cresce a ocupação da região da Marginal e da Berrini; seus principais acessos são a Marginal e a avenida Santo Amaro. A última tem grande oferta de linhas de ônibus e a primeira suporta grande volume de veículos, porém está saturada e apresenta fluxo deficiente. A estação de trem que serve a região, faz parte da mesma linha que serve a região da Berrini, e também é prejudicada com seu isolamento.

### ***Conclusões sobre o levantamento da qualidade da localização das regiões estudadas***

A **imagem** da região da Paulista pode ser qualificada primeiramente pela notoriedade dos ocupantes dos espaços de escritórios lá situados. Entretanto, no

---

<sup>91</sup> Como já comentado, levantamento baseado na publicação Guia Brasil 4 Rodas.

levantamento de 2004, as outras duas regiões apresentaram maior número de empresas.(gráfico1)

A qualidade, tecnologia e imponência da arquitetura dos edifícios também contribuem para a formação de uma boa **imagem**. Na avenida Paulista 50 % de seu estoque total atual tem mais de 20 anos. Porém a região que tem maior apelo em relação a seu conjunto edificado é a Berrini, devido a tecnologia e volume de seu novo estoque.

A infra-estrutura da região também influencia na **imagem**, na região da Paulista estão 5 dos 12 hotéis 5 estrelas<sup>92</sup> da cidade, também estão concentradas salas de cinema, além de escolas, centros culturais, o Masp (Museu de Arte de São Paulo), além de restaurantes e agências de viagem. Nas outras regiões, a estrutura é inferior, uma vez que o grande volume da demanda é composto pelas pessoas que lá trabalham, já que a concentração de seus bairros vizinhos é baixa.

Uma curiosidade é o número de empresas de entrega das regiões da Berrini e da Chácara Santo Antônio, os quais sugerem a necessidade de serviços que transponham as dificuldades de acessibilidade das duas regiões.

Ao observarmos as variáveis, oferta de correios e transportes, percebemos que, no caso da Berrini, estas primeiras **economias de escala**, foram criadas a partir da primeira ocupação da região, dos edifícios pequenos direcionados aos pequenos, como apresentado anteriormente, e a partir disso, com uma prévia estrutura (estação de trem, *shoppings centers*) a região começou a atrair os empreendimentos maiores<sup>93</sup>.

O problema da **acessibilidade**, tanto da região da Berrini quanto da Chácara Santo Antônio, estão relacionados, não apenas, à estrutura que o suporta, mas

---

<sup>92</sup> Segundo classificação Guia 4 Rodas, editora Abril, 2004.

<sup>93</sup> Este mesmo fenômeno pode ser observado na região da Faria Lima.

também à posição geográfica dentro da cidade. A Chácara Santo Antônio não tem a dimensão da Berrini, por isso, esta questão não é tão relevante, porém para a segunda, sua concentração atrai um grande volume de pessoas, o que é dificultado pela falta de centralidade, uma vez que a estrutura viária e de transportes está toda desenhada a partir do centro original da cidade.

A **acessibilidade entre as três regiões** é favorável ao **contato face a face**, uma vez, que pode ser considerado que elas integram uma rede de centros de escritórios, a qual é composta pelo eixo Paulista-Faria Lima e o eixo Faria Lima-Berrini. Por sua vez, a Chácara Santo Antônio está próxima a Berrini. O volume do estoque das duas últimas regiões juntas cria um ambiente propício ao contato face a face, o que também ocorre com o volume de empresas localizadas na região da Paulista. Porém, diferenças de escala são percebidas na dinâmica interna das regiões.

A **sinergia** criada com a concentração pode ser vista através do número de edifícios que compõem o estoque de cada região: A Paulista apresenta concentração expressivamente maior, com 190 edifícios, contra os 87 da Berrini e os 55 da Chácara Santo Antônio. Porém, a concentração a Paulista já foi bem frisada. O interessante é que, ao compararmos as regiões da Berrini e Chácara Santo Antônio, ambas apresentam áreas equivalentes em tamanho e mesmo com zoneamentos distintos, elas apresentam área útil média por edifício semelhantes.

Os gráficos dos **quocientes da taxa de vacância** (gráficos 8, 9, 10), foram construídos a partir da taxa de vacância da cidade<sup>94</sup>, com o objetivo de apresentar o desempenho do mercado de cada região, segundo sua vacância, independentemente das variações que afetam a cidade como um todo (aspectos macroeconômicos ou de mercado). Por isso, o quociente da taxa de vacância mostra a atratividade de uma região em relação às outras. Entretanto, este

---

<sup>94</sup> A amostra inclui as regiões do Centro, Paulista, Jardins, Faria Lima, Itaim, Vila Olímpia, Berrini, Verbo Divino (Chácara Santo Antônio) e Marginal.

indicador tem as mesmas limitações da taxa de vacância, como por exemplo, distorções de seus valores por consequência de grandes volumes de novo estoque.

Com os indicadores de desempenho do mercado, adicionados aos aspectos da localização expostos anteriormente, podemos avançar algumas conclusões.

A região da **Paulista** se mantém atrativa, talvez com um perfil de ocupação diferenciado, porém ainda ocupada. Os quocientes de taxa de vacância apresentam-se abaixo das demais regiões (gráfico 8), o que pode ser atribuído à sua estrutura urbana, a qual ainda é bem mais avançada do que das outras duas regiões. Percebemos que transformações tendem a ocorrer, como já ocorrem atualmente, porém de forma lenta.

Em relação à **Berrini**, vemos que o seu crescimento atrai fortemente a implantação de infra-estrutura urbana, desde as mais simples (ex.: agência de viagens) às mais complexas (ex.: ponte sobre o rio). Com isso, podemos deduzir que sua estrutura ainda pode avançar mais, conforme a consolidação da ocupação dos novos estoques inseridos recentemente e dos que estão a vir (o estoque previsto).

No gráfico 9, com a oscilação dos valores do quociente da taxa de vacância, pode ser observado o ritmo das transformações ocorridas recentemente, devido à renovação do estoque. Diante disso, o melhor indicador para se analisar a atratividade da região será a absorção líquida. O estoque padrão 'C' se mostra estável e abaixo da média da cidade; considerando que este estoque é mais antigo, podemos dizer que este mercado está consolidado.

A absorção da região é a mais expressiva da cidade, o que é justificado pelo volume de novo estoque introduzido nos últimos 10 anos. Porém, mais recentemente, o mercado de escritórios na cidade tem passado por período de altas taxas de vacância e queda na absorção líquida; o que prejudica a inserção dos novos empreendimentos.



A **Chácara Santo Antônio** apresentou no ano de 2003, absorção líquida positiva, após dois anos de perda na ocupação, acompanhando o que ocorreu no mercado da cidade. A região apresentou crescimento de 36% dentro do período estudado, o que ocasionou um crescimento proporcional à oferta de infra-estrutura. Ao observar a evolução da oferta de hotéis, vemos que em 2002 o estoque da região era de 294 mil m<sup>2</sup> e havia 3 hotéis na região, o mesmo número que foi apresentado na região da Berrini em 1995, quando seu estoque era de 291 mil m<sup>2</sup>. (tabela 5)

No gráfico 10, podemos observar que, para o estoque ‘AA’ o mercado apresentou-se favorável até 2000, ocorrendo um aumento no quociente da vacância a partir de 2001. Foram observados movimentos cíclicos, de períodos de 2 a 3 anos. Isto pode ser explicado pelo fato da região apresentar pequeno número de empresas ocupantes (porém, grandes empresas). Com isso, as flutuações podem significar a saída de uma ou outra empresa, o que não significa que falte atratividade à região. Apenas sugere que, pelo fato da região apresentar certa especialidade em relação ao uso (o perfil de ocupação do setor industrial representa 29,43% do estoque)<sup>95</sup>, a flexibilidade em relação às mudanças da demanda é mais limitada.

A região da Chácara Santo Antônio compartilhou economias e deseconomias externas com o crescimento da região da Berrini. Ganhou mais infra-estrutura de serviços, ficou mais próxima das concentrações de escritórios, contudo, compartilha os problemas de congestionamento. No entanto, podemos supor que além destas deseconomias, a região tenha perdido a imagem e o ambiente de um “*Office Park*”, o que pode ter prejudicado sua atratividade ao nicho de mercado que atendia.

Foram construídos alguns gráficos, com o objetivo de demonstrar ou sugerir algumas respostas do mercado em relação à escolha entre os três centros estudados.

---

<sup>95</sup> Fonte: Jones Lang LaSalle, 2004.

Os gráficos 5, 6 e 7 devem ser analisados em paralelo, uma vez que suas informações se complementam.

Por sua vez, os gráficos 8, 9 e 10 estão dispostos na mesma página, porque devem ser comparados.

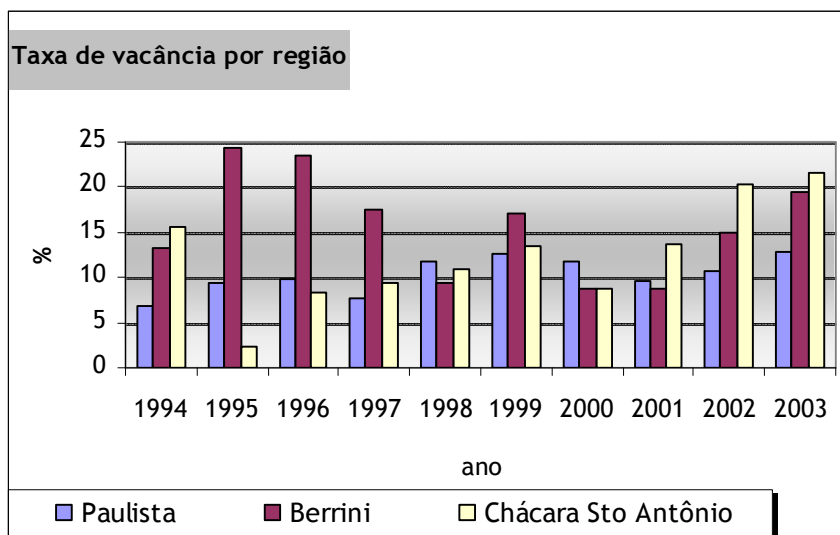


Gráfico 5

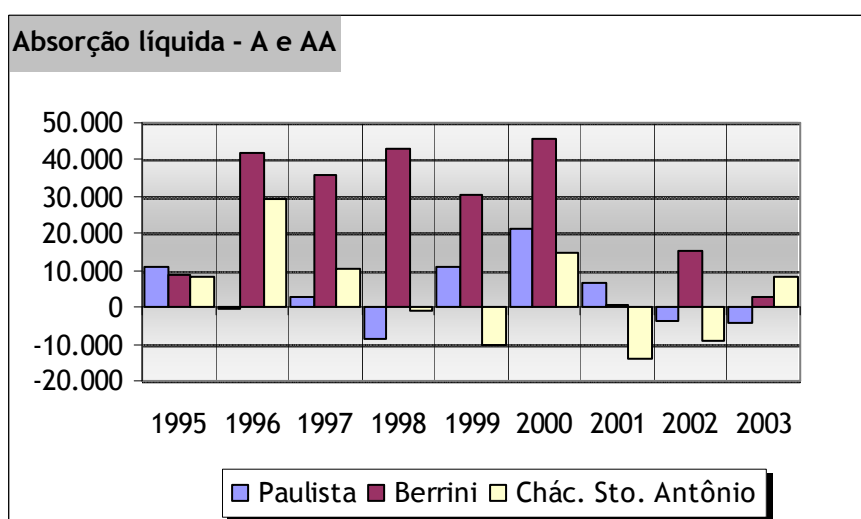


Gráfico 6

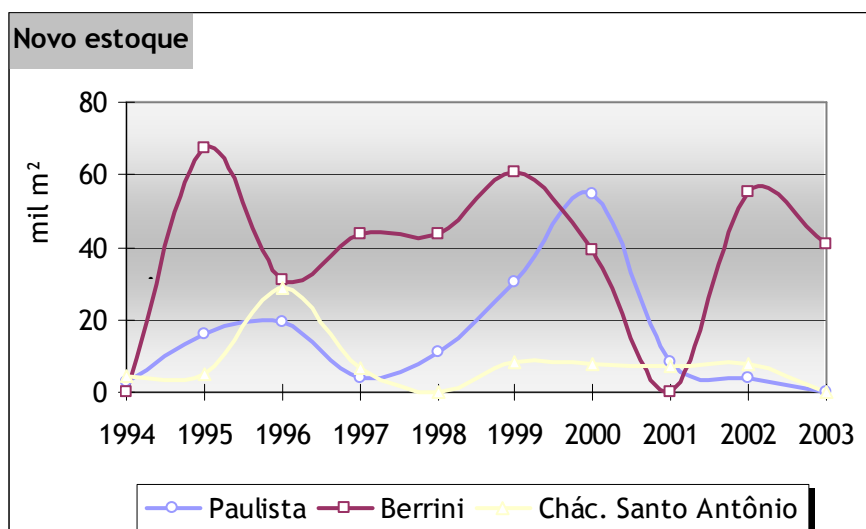


Gráfico 7

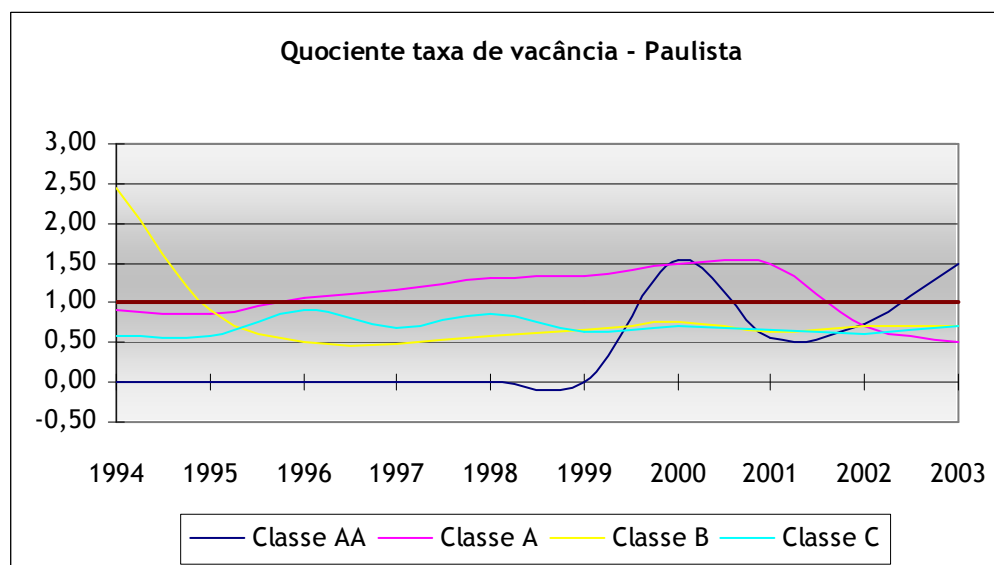


Gráfico 8

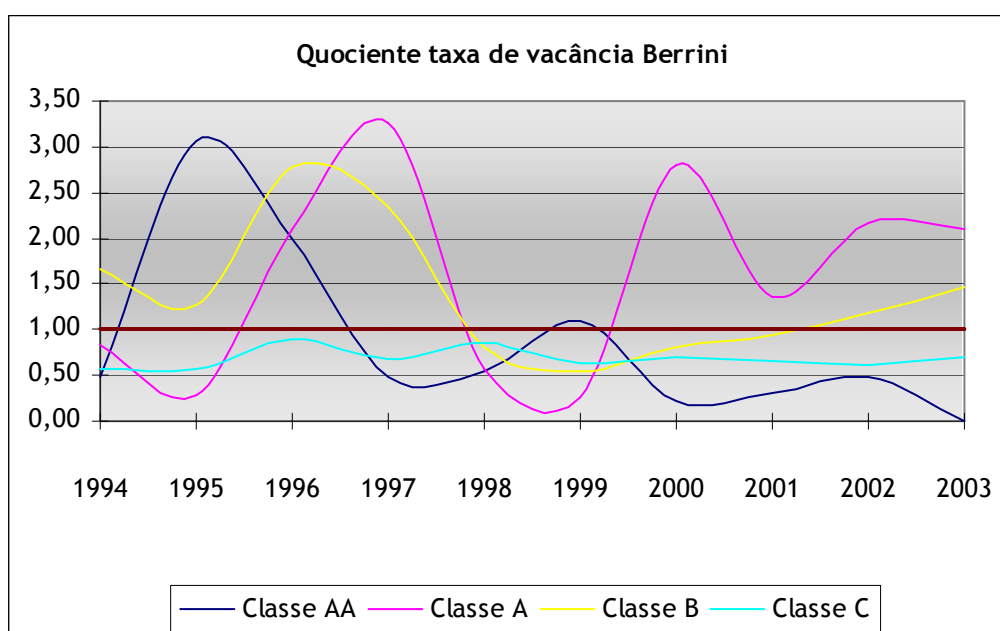


Gráfico 9

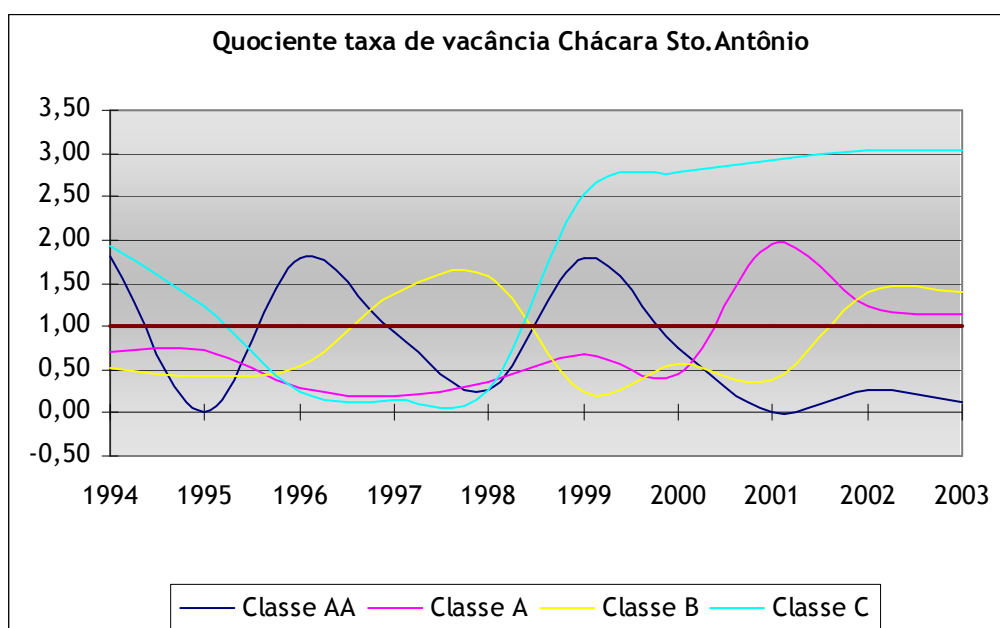


Gráfico 10

## **Tendências de migração e competição entre regiões**

Ao compararmos os gráficos 6 e 7 (absorção líquida do estoque classe “A” e “AA” e taxa de vacância por região) e confrontá-los com o levantamento da localização das maiores empresas selecionadas, podemos perceber alguns movimentos de migração entre regiões, principalmente nos anos de 2001 e 2002.

No ano de 2002, enquanto, na Chácara Santo Antônio foram desocupados 9 mil m<sup>2</sup>, os quais representam cerca de 5% de seu estoque total, na Berrini a absorção foi de 15 mil m<sup>2</sup>. Porém, estes movimentos não são significativos para concluirmos alguma tendência ou resposta em relação à escolha entre regiões. Uma vez que os novos ocupantes de uma região não necessariamente são os mesmos da outra.

Porém, segundo relatório da empresa Jones Lang LaSalle<sup>96</sup> “80% das locações em edifícios corporativos em 2003 se caracterizaram por empresas transferindo-se de espaços”. Então, podemos deduzir que a competitividade entre regiões está mais associada à atração das grandes empresas, o chamado mercado corporativo. Que por sua vez, migram em busca de melhor qualidade referente à edificação (os citados edifícios corporativos). Entretanto, nos outros mercados (“A”, “B” e “C”) os perfis dos usuários são mais flexíveis em relação às especificações técnicas dos edifícios, o que evidencia uma maior importância em relação aos atributos de localização.

Em vista disso, podemos concluir que a Paulista, contrariando as previsões de decadência, apresenta-se como uma região atrativa, apresentando as menores taxas de vacância da região. Mesmo que as grandes empresas migrem para edifícios mais modernos, novos ocupantes irão ocupar tal localização, qualificada devido à imagem de centro de negócios bem definida, com uma infra-estrutura urbana avançada e inserção no tecido urbano privilegiada.

---

<sup>96</sup> Perfil Imobiliário – Balanço 2003. disponível em: [www.joneslanglasalle.com.br](http://www.joneslanglasalle.com.br)

Com isso, podemos extrapolar os objetivos do trabalho e considerar que o cenário do mercado tende a passar por período de transformações mais lentas e presenciar o avanço gradual das estruturas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS DO TRABALHO

O presente trabalho objetivou apresentar os fatores que configuram qualitativamente uma região, em relação às necessidades das atividades desenvolvidas nos espaços de escritórios das metrópoles, tornando-a atrativa aos seus atuais e potenciais ocupantes.

Para isso, percorremos os principais fatores que influenciam na atratividade de uma localização.

A oferta representada pelos agentes de decisão do setor imobiliário apresentou-se ágil diante das mudanças das necessidades dos usuários, ofertando-lhe opções flexíveis (modernas edificações e lugares e preços alternativos).

Com a apresentação dos diferentes tipos de centro de negócios identificados na cidade de São Paulo, pudemos observar a influência da heterogeneidade do perfil dos usuários sobre a diversificação da composição e configuração destes centros.

Percebemos que os perfis dos principais usuários de escritórios, também mudam com o passar do tempo. E por sua vez, ocasionam mudanças em relação às necessidades de aglomeração. Os motivos que demandavam contato face a face, se transformaram com o passar do tempo: o que anteriormente se justificava pela falta de comunicação (necessidade da troca física), agora se justifica pela complexidade da mesma (a tecnologia de comunicação).

A tendência de dispersão ocorre, contudo, a necessidade de contato físico e as dificuldades de locomoção (congestionamentos) limitam esta conseqüente expansão. Tudo isso, adicionado à necessidade de conexão entre os centros, configura a tendência da dispersão em rede.

Em relação aos atributos que qualificam a localização, podemos afirmar que, alguns podem gerar forças atrativas para principiar a formação de um centro e outros

aparecem como resultado da aglomeração; eles se tornaram mais presentes na medida em que aumenta a concentração de escritórios na região.

O principal fator que pode ser identificado como propulsor da formação dos centros é a idéia de um pequeno centro que gera as primeiras economias de escala e funciona como um indutor para a formação dos grandes centros de negócios, dominando as qualidades de localização, que inclui a proximidade e acessibilidade aos bairros residenciais e a pontos estratégicos da cidade.

A imagem pode ser um atrativo prévio de uma nova localidade, que pode estar associada à aspectos sociais, culturais ou ambientais (proximidade a equipamentos como escolas, museus, parques, prédios históricos), porém ela pode ser também criada, através da arquitetura e das especificações técnicas modernas dos edifícios. Este é o apelo da região da Berrini; já a região da Paulista apresenta uma imagem relacionada à prosperidade industrial na década de 70, acompanhada pelo crescimento do setor financeiro. A imagem deve estar associada ao nicho de mercado que a região pretende atrair.

Os fatores que qualificam a localização, que são resultantes da aglomeração, são as economias de escala, representadas através da oferta de serviços de suporte e a infra-estrutura.

Ao observarmos o mercado de escritórios da cidade de São Paulo podemos perceber que as respostas das estruturas que contêm os fluxos avançam conforme sua escala. Isso quer dizer que, as estruturas mais complexas, caras e impactantes na dinâmica da cidade, dependem da dimensão dos beneficiados. Com isso, as respostas são mais lentas, resultando na contensão da velocidade do crescimento dos novos centros. Já as estruturas mais simples são introduzidas com certa velocidade, em resposta às novas demandas.

Estas afirmações foram validadas no estudo de caso, ao observarmos que a região da Berrini teve avanço expressivo em sua estrutura de serviços, acompanhando o



desenvolvimento do mercado de escritórios da região. Porém sua estrutura de transporte e equipamentos sociais avança lentamente.

Dentro do período estudado não foi possível observar períodos completos dos ciclos de vida das atratividades mais complexas do local. Porém pudemos perceber tendências de comportamento, que sugerem a atratividade do lugar, por períodos mais longos ou mais curtos. O que irá depender da complexidade da estrutura oferecida, a qual pode ser composta desde estruturas rígidas (ex.: sistema viário) até as mais subjetivas (ex.: imagem).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ABLAS, L. A. Q. **Teoria do lugar central :bases teóricas e evidências empíricas**. 1978. 199p. Tese (Doutorado) - Faculdade De Filosofia, Letras E Ciências Humanas – Universidade de São Paulo. São Paulo.
- ARCHER, W.R.; SMITH, M. T. **Explaining Location Patterns Of Suburban Offices**. Real State Economics. 2003. v.31, n.2, p.139-164.
- ARCHER, W. R. **Determinants of Location for General Purpose Office Firms Within Medium Size Cities**. Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1981. v.9, p.283-297.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTE PÚBLICO. Política Nacional de Trânsito: proposta preliminar. Versão para debate. S.d. Disponível em: [http://www.antp.org.br/telas/transito/cap\\_trans.htm](http://www.antp.org.br/telas/transito/cap_trans.htm). Acesso em 13 jan. 2004.
- AZZONI, C. R. **Teoria da localização: análise crítica a partir de evidências empíricas no estado de São Paulo**. 1982. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia e Administração-Universidade de São Paulo. São Paulo.
- \_\_\_\_ **Quão Grande É Exagerado? Dinâmica Populacional, Eficiência Econômica E Qualidade De Vida Na Cidade De São Paulo** . Informações FIPE, São Paulo,1999, n. 230, p. 14-17.
- BARAT, J. **Transporte e Mobilidade em São Paulo**. Revista dos Transportes Públicos, ano 24, quarto trimestre, 2001. p. 51-74.
- BLAIR, J. **Local Mechanisms For Locational Efficiency**. Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1976. p.85-92.
- BROADBENT, T. A. **Planning and Profit in the Urban Economy**. London: Methuen. 1977. 274p.
- BRUINSMA, F.; RODENBURG, C.; RIETVELD P. **On the interface between surface and underground transport networks**. Research Memorandum 2001-2 1June 2001Faculteit der Economische Wetenschappen en Bedrijfskunde. 12p.
- CASTELLS, M. **“Um mundo ligado”**[Depoimento]. In: Folha de São Paulo. Folha Mais. Maio 1999.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. V.1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COHEN, N. **Business Location Decision-Making and the Cities: Bringing Companies Back.** The Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy. Abr. 2000. 25p.

COLWELL, P.F.; MUNNEKE, H. J.; TREFZGER, J. W. **Chicago's Office Markets: Price Indices, Location And Time.** Real State Economics. 1998. v.26, n.1, p.83-106.

COMUNE, A.E. **A Cidade e o Crescimento Urbano.** in. **Economia Urbana – localização e relações intersetoriais.** Instituto de Pesquisas Econômicas. São Paulo. Nobel. 1982. p.17-62.

DANIELS, P. W., MOULAERT, F. **The Changing Geography of Advanced Producer Services: Theoretical and Empirical Perspectives.** Belhaven Press London and New York. 1991. 216p.

DEÀK. C. **O Mercado e o Estado na Organização Espacial da Produção Capitalista.** Espaço & Debates. São Paulo, n.28, 1989, p.18-31.

DM – Departamento de Planejamento e Expansão dos Transportes Metropolitanos. **Aferição da Pesquisa Origem e Destino na Região Metropolitana de São Paulo – RMSP em 2002.** Síntese das Informações. Outubro de 2003.

FERREIRA, J. S. W. **São Paulo O Mito da Cidade Global.** Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, USP. Tese de Doutorado. Março 2003.

FRÚGOLI JR., H. **O centro, a Avenida Paulista e a Avenida Luiz Carlos Berrini na perspectiva de suas associações: Centralidade Urbana e Exclusão Social.** 1998. 305p. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo.

FRÚGOLI, H. J. **O Questão da Centralidade em São Paulo: O Papel das Associações de Caráter Empresarial.** Revis. Sociol. Polít., Curitiba, 16, p.51-66, jun. 2001.

GALLAGHER, M.; WOOD, A.P. **Fear Of Overbuilding In The Office Sector: How Real Is The Risk And Can We Predict It?** Journal of Real Estate Research. 1999. v.17, n.1/2, p.3-32.

GAT, D. **Urban Focal Points and Design Quality Influence Rents: The Case of the Tel Aviv Market.** Journal of Real State Research. 1998. v.16, n.2. p.229-247.

GODDARD, J. B. **Office Location in Urban and Regional Development.** Oxford University Press. 1975. 59p.

GOHN, M. G. “Entrevista: a socióloga Maria da Glória Gohn fala sobre diversidade, ONGs e movimentos sociais em São Paulo” [Depoimento]. Disponível em: <http://www.setor3.com.br/senac2/calandra.nsf/0/7E34FE12A2C5303183256E210067A896?OpenDocument&pub=T&proj=Setor3&sec=Entrevista>. Acesso em 05 jan. 2004.

GONG, H.; WHEELER, J. O. **The Location And Suburbanization Of Business And Professional Services In The Atlanta Metropolitan Area.** Growth and Change. 2002. v.33, n.3, p.341-369.

IHLANFELDT, K. R., RAPER, M. D. **The Intrametropolitan Location of New Office Firms.** Land Economics. 1990. v.66, n.2, 14p.

INFOJONES. junho de 2003, ed.nº11, Departamento de Pesquisa Jones Lang LaSalle Brasil.

IPEA (Texto para discussão nº 549) lista de autores: MELO, H. P., ROCHA, F., FERRAZ, G., SABBATO, A., DWECK, R. **O Setor de Serviços no Brasil: Uma Visão Global – 1985/95.** Rio de Janeiro, 1998.

KLIER, T., TESTA W. **Location Trends of Large Company Headquarters during the 1990s.** Economic Perspectives. 2002. p.12-26

KOULIOUMBA, S. **São Paulo: cidade mundial ? Evidências e respostas de uma metrópole em transformação.** 2002. 260p. Tese (Doutorado) -Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo.

KUMMEROW, M. **A System Dynamics Model Of Cyclical Office Oversupply.** Journal of Real Estate Research. 1999. v.18, n.1, p.233-255.

LOGAN, J. R.; MOLOTCH, H. **Urban Fortunes - The Political Economy of Place.** Berkeley: University of California Press. 1987. p1-98.

LUNDMARK, M. **Computer Services in Sweden: Markets, Labour Qualifications and Patterns of Location.** Geografiska Annaler, Series B, Human Geography. 1995. v.77, n.2, p.125-139.

MARTINELLI, F. **Producer services' location and regional development.** In: DANIELS, P. W., MOULAERT, F. The Changing Geography of Advanced Producer Services: Theoretical and Empirical Perspectives. Belhaven Press London and New York. 1991. p.70-90.

- MILLS, E.S. **Office Rents Determinants In The Chicago Area.** Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1992. v.20, n.1, p.273-287.
- NAHN, K.B. **Downtown Office Location Dynamics and Transformation of Central Seoul.** Korea, GeoJournal. 1999. v.49, p.289-299.
- NOBRE, E. A. C. **Reestruturação econômica e território: expansão econômica recente do terciário na marginal do rio Pinheiros.** 2000. 309p. Tese (Doutorado) -Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo.
- O'HARA, D. J. **Location of Firms within a Square Central Business District.** The Journal of Political Economy. Dez. 1975. v.85, n.6, p.1189-1208.
- O'SULIVAN, Arthur. **Urban Economics** Homewood III, Irwin, 3a Ed. 1996. pág. 251 - 281. (tradução Prof. Paul Mandell UnB)
- OMMEREN, J.; RIETVELD, P.; NIJKAMP, P. **Job mobility, residential mobility and commuting: A theoretical analysis using search theory.** The Annals of Regional Science. 2000 Issue: vol. 34, n° 2, p. 213-232.
- PERFIL IMOBILIÁRIO JONES LANG LASALLE. São Paulo, 3º trimestre de 2002. Disponível em :<http://www.joneslanglasalle.com.br>. Acesso em :20 nov.2003.
- POLÈSE, M. **Economia Urbana y Regional- Introdução a la Relación entre território y desarrollo.** Cartago, LUR/BUAP/GIM, 1998. p.88
- PRITCHARD, G. **A Model of Professional Office Location.** Geografiska Annaler, Series B, Human Geography. 1975. v.57, n.2, p.100-108.
- PYHRR, S.A.; ROULAC, S.E; BORN, W.L. **Real State Cycles and Their Strategic Implications for Investors and Portfolio Managers in the Global Economy.** Journal of Real Estate Research. V.18, n. 1, 1999.
- RIENSTRA, S.A.; RIETVELD, P. **Spatial Economic Impacts Of Developing International Top Office Location: A Case Study For Amsterdam South.** Faculteit der Economische Wetenschappen en Econometrie, Vrije Universiteit, Amsterdã. 1997. 18p.
- ROSE, D. **Servicing The Global City.** Real State Issues, Fall/winter 2002.

SASSEN, Saskia. **Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos.** . *EURE (Santiago)*. [online]. mar. 1998, vol.24, no.71 [citado 31 Março 2004], p.5-25.

\_\_\_\_\_. **Localizando ciudades en circuitos globales.** . *EURE (Santiago)*. [online]. dez. 2003, vol.29, no.88 [citado 31 Março 2004], p.5-27.

\_\_\_\_\_. **O renascimento das cidades na era da nova economia** [Depoimento a Jorge Nascimento Rodrigues]. Disponível em :  
<http://www.janelanaweb.com/manageme/saskia.html>. Acesso em: 26 mar. 2004.

SCARINGELLA, R. S. **A Crise da Mobilidade Urbana em São Paulo.** São Paulo em Perspectiva, 15(1) 2001.

SHARKAWY, M. A. **Evaluating Spatiotemporal Consistency of Secondary Office Market Data.** The Journal of Real Estate Research. 1990. v.5, n.3, p.341-354.

SHILTON, L., WEBB, J.R. **Office Employment Growth And The Changing Function Of Cities.** The Journal of Real Estate Research. v.7, n.1, p.73-90.1991.

SHILTON, L.; STANLEY, C. **Spatial Patterns of Headquarters.** Journal of Real Estate Research, 1999, vol. 17, issue 3, pages 341-364

SIVITANIDOU, **Do Office-Commercial Firms Value Access To Service Employment Centers? A Hedonic Value Analysis within Polycentric Los Angeles.** Journal of Urban Economics. 1996. v.40. art.0026. p.125-149.

SIVITANIDOU, R., SIVITANIDES, P. **The Intrametropolitan Distribution of R&D Activities: Theory and Empirical Evidence.** Journal of Regional Science. 1995. v.35, n.3, p.391-415.

VARGAS, H. C. **A Lógica do Espaço Terciário: o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio.** Tese de livre docência apresentada à USP. São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_. **Espaço Terciário: o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio.** SP: Senac, 2001. p. 49-90

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil.** São Paulo : Studio Nobel, 1998. 373 p.

WHEATON, W.C. **The Cyclic Behavior Of The National Office Market.** Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. V.15, n.4, 1987.

YI, H. **Regional Linkage of Producer Services: A research Proposal.** Centre of Urban Planning & Environmental Management, University of Hong Kong. Hong Kong. 2003. 21p.

ZMITROWICZ, W. **Análise de Fluxos: sua Importância na Análise e Planejamento Territorial. 2003 (texto não publicado)**

#### **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA:**

ANAS, A.; KIM, I. **General Equilibrium Models of Polycentric Urban Land Use with Endogenous Congestion and Job Agglomeration.** Journal of Urban Economics. 1996. v.40, n.31, p.232-256.

ARAUJO, M.F.I., **Reestruturação Produtiva e Transformações Econômicas – Região Metropolitana de São Paulo.** São Paulo em Perspectiva, 15(1) , Fundação Seade, 2001, p.20-29.

BALCHIN P.N., KIEVE J.L. **Urban Land Economics.** Thames Polytechnic; London and Basingstoke, The Macmillan Press Ltd, 1979, 278p.

CLAPP, J.; POLLAKOWSKI, H.O.; LYNFORD, L. **Intrametropolitan Location And Office Market Dynamics.** Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association. 1992. v.20, n.1, p.229-257.

DUNSE, N., LEISHMAN, C., WATKINS, C. **Testing the existence of Office Submarkets: a Comparison of Evidence from Two Cities.** Aberdeen Papers in Land Economy. Nov. 2000.

FREW, J.; JUD, G.D. **The Vacancy Rate And The Levels In The Commercial Office Market.** The Journal of Real Estate Research. 1988. v.3, n.1, p.1-8.

GLASCOCK, J.L.; MINBO, K.; SIRMANS, C.F. **An Analysis Of Office Market Rents: Parameter Constancy And Unobservable Variables.** The Journal of Real Estate Research. V.8, n.4, p.625-637. 1993.

HAMBURGER, D.S. **Medidas de separação espacial nas redes de utilidades como indicadores de estrutura espacial do sistema urbano.** São Paulo, 2001. 201p. Tese (Doutorado), Universidade de São Paulo. Escola Politécnica.

HANINK, D.M. **How Local Are Local Office Markets?** Real Estate Economics. 1996. v.24, n.3, p.341-358.

- HODGE, D. C. **Accessibility-Related Issues.** Journal of Transport Geography. 1997. v.5, n.1, p.33-34.
- HOWARTH, R.A.; MALIZIA, E.E. **Office Market Analysis: Improving Best-Practice Techniques.** Journal of Real Estate Research. V.16, n.1, p.15-34.
- HOWLAND, M., WESSEL, S. D. **Projecting Suburban Office Space Demand: Alternative Estimates of Employment in Offices.** The Journal of Real Estate Research. V.9, n.3, p.369-389.
- HUTTON, T., LEY, D. **Location, Linkages, and Labor: The Downtown Complex of Corporate Activities in a Medium Size City.** Vancouver, British Columbia, Economic Geography. Abr. 1987. v.63, n.2, p.126-141.
- JAYANTHA, W. M.; LAU, S.S.Y.; GANESAN, S. **The Impact Of Rapidly Expanding Service Sector On Private Office Property: The Case Of Hong Kong.** RURDS. 2001. v.13, n.3. p.222-242.
- KAMER, P. **The Changing Spatial Relationship Between Residences and Worksites in the New York Metropolitan Region: Implications for Public Policy.** Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1977. v.5. p.434-454.
- KON, A. **Transformações na Indústria de Serviços: Implicações sobre o Trabalho.** Associação Brasileira de Estudos do Trabalho, V Encontro Nacional.
- MARSHAL, J.N. **Business Reorganization and the Development of Corporate Services in Metropolitan Areas.** Geographical Journal. Mar. 1994. v.160, n.1, p.41-49.
- MCGOUGH, T.; TSOLACOS, S. **Interaction Within The Office Market Cycle In Great Britain.** Journal of Real Estate Research. 1999. v.18, n.1, p.219-231.
- MITCHELSON, R.L., WHEELER, J. O. **The Flow of Information in a Global Economy: The Role of the American Urban System in 1990.** Annals of the Association of American Geographers. Mar. 1994. v. 84, n.1, p.87-107.
- POLLAKOWSKI, H. O., WACHTER, S. M., LYNFORD, L. **Did Office Market Size Matter in the 1980s? A Time-Series Cross-Sectional Analysis of Metropolitan Area Offices Markets.** Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1992. v. 20, n.1, p.303-324.
- POLLAKOWSKI, H.O. **Research On Office Markets.** Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association. 1992, v.20, n.1, p.155-160.



PRED, A. **Sistemas de cidades em economias adiantadas**. Universidade da Califórnia. Rio de Janeiro; Zahar Editores, 1979, 96-207p.

RABIANSKI, J. S.; DELISLE, J.R., CARN, N.G. **Corporate Real Estate Site Selection: A Community-Specific Information Framework**. Journal of Real Estate Research. 2001. v.22, n.1/2, p. 165-197.

RATCLIFF, R.U. **Urban Land Economics**. University of Wisconsin. New York, Toronto e Londres, McGraw-Hill Book Company, Inc., 1949. 123-145p.

RAUCH, J. E. **Does History Matter Only When it Matters Little? The Case of City-Industry Location**. Quarterly Journal of Economics. 1993. v.108, n.3, 12p.

ROSEN, K. T. **Toward A Model Of The Office Building Sector**. Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. 1984. v.12, n.3, p.261-264.

SINGER, P. **Curso de Introdução à Economia Urbana**. Florense, Rio de Janeiro, 1975. p.11-41

SIVITANIDOU, R. **Urban Spatial Variations in Office-Commercial Rents: The Role of Spatial Amenities and Commercial Zoning**. Journal of Urban Economics. 1995. v. 38, p.23-49.

SOHN, J. **Information Technology in the 1990s: More Footloose or More Location-bound?** Faculty Research Associate, National Center for Smart Growth Research and Education. Jul. 2002. 27p.

TSE, R. Y. C., FISCHER, D. **Estimating Natural Vacancy Rates In Office Markets Using A Time-Varying Model**. Journal of Real Estate Literature. v.11, n.1. 2003

WHEELER, J. O. **Corporate Spatial Links with Financial Institutions: The Role of the Metropolitan Hierarchy**. Annals of the Association of American Geographers. Jun. 1986. v.76, n.2, p.262-274.

WHEELER, J. O. **Fortune Firms and the Fortunes of Their Headquarters Metropolises**. Geografiska Annaler, Series B, Human Geography. 1987. v.69, n.1, p.65-71.

WYATT, P. **Can A Geographical Analysis Of Property Values Aid Business Location Planning?** RICS Cutting Edge Property Research Conference, University of Cambridge. Set. 1999. 17p.

ZMITROWICZ, W., ANGELIS NETO, G. **Infra-Estrutura Urbana**. São Paulo: EPUSP, 1997. (Texto Técnico da Escola Politécnica da USP, Departamento de Engenharia de Construção Civil, TT/PCC/ 17).

## ANEXO 1

LISTAGEM DAS EMPRESAS SELECIONADAS E LOCALIZAÇÃO DE SUAS SEDES

Indústrias	endereço em 1975	endereço em 1985	endereço em 1998	endereço em 2004
1 Ford	Faria Lima	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio	fábrica
2 Gessy Lever	-	Marginal	Marginal	Marginal
3 Nestlé	Centro	Centro	Berrini	Berrini
4 IBM	Centro	Jardins	Jardins	Jardins
5 Siemens	zona oeste	zona oeste	zona oeste	Faria Lima
6 Cargil	Centro	-	-	-
7 Ericson	zona norte	zona norte	zona norte	Barra Funda
8 Multibrás	Centro	ne	Marginal	Marginal
9 NEC	Paulista	Jardins	Jardins	Barra Funda
10 Perdigão	Centro	ne	Marginal	Marginal
11 Santista	Centro	Marginal	Marginal	Marginal
12 Camargo Corrêa	Vila Olímpia	Vila Olímpia	Vila Olímpia	Vila Olímpia
13 Goodyear	Centro	Paulista	Paulista	Paulista
14 Açúcar União	Cambuci	Cambuci	Cambuci	-
15 Antartica (AMBEV)	zona leste	zona leste	zona leste	-
16 Avon	zona sul	zona sul	zona sul	zona sul
17 Bayer	zona sul	zona sul	zona sul	zona sul
18 Kodak	Jardins	zona sul	Marginal	Marginal
19 Johnson & Johnson	Centro	zona leste	zona leste	zona leste
20 Rhodia	Itaim	Marginal	Marginal	Marginal
21 Votorantim	Centro	Centro	Centro	Berrini/Faria Lima e Paulista
22 Suzano	Paulista	Paulista	Faria Lima	Faria Lima
23 Klabin	Centro	Centro	Centro	Vila Olímpia
24 Hoechst	Centro	Marginal	Marginal	Marginal
25 CBPO (Odebrecht)	Paulista	zona leste	Marginal	Marginal
26 Bristol Myers	Sto. Amaro	Sto. Amaro	Sto. Amaro	Berrini
27 Quaker	Centro	Centro	Centro	Centro
28 Dow Química	Paulista	Faria Lima	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio

Serviços				
29 Telesp (Telefônica)	Centro	Centro	Centro	Faria Lima
30 Eletropaulo Metr.	Centro	Centro	zona sul	Berrini
31 CESP	Paulista	Paulista	Paulista	Paulista
32 SABESP	Marginal	Marginal	Marginal	Marginal
33 VASP	zona sul	zona sul	zona sul	zona sul
34 Abril	zona oeste	zona oeste	Marginal	Marginal
35 Folha da Manhã	centro	centro	centro	Centro
Comércio				
36 Pão de Açúcar	Jardins	Jardins	Jardins	Jardins
37 Pernambucanas SP	Centro	Centro	Centro	Centro
38 Agipliquigás	Paulista	Paulista	Paulista	Paulista
39 Ultragaz	Centro	Centro	Centro	Centro
Bancos				
40 Banespa (Santander)	Centro	Centro	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio
41 Itaú	Centro	Centro	zona sul	zona sul
42 Unibanco	Centro	Marginal	Marginal	Marginal
43 Real (ABN)	Centro	Paulista	Paulista	Paulista
44 Safra	Centro	Paulista	Paulista	Paulista
45 Mercantil Finasa ( Bradesco)	Paulista	Paulista	Paulista	Paulista
46 BCN (Bradesco)	Centro	Centro	Centro	fora
47 Citibank	-	Centro	Paulista	Paulista
48 Bosto	Centro	Centro	centro	Berrini
49 Noroeste (Santander)	Centro	Centro	zona sul	zona sul
50 BFB (Itaú)	Centro	Paulista	Paulista	zona sul
51 Lloyds Bank (HSBC)	Centro	Faria Lima	Berrini	Berrini
52 Bandeirantes (Unibanco)	Centro	-	centro	Marginal
53 América do Sul (Yasuda)	Paulista	Paulista	Paulista	Marginal
54 Tokyo Mitsubishi	Centro	Centro	Paulista	Paulista

Serviços Especializados				
55 Cetenco	Centro	Centro	Centro	Centro
56 Jaakko Pöyry	Centro	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio
57 Hidroservice	zona sul	zona sul	zona sul	zona sul
58 Hochtief	Centro	zona sul	zona sul	zona sul
59 Promon	Itaim	Itaim	Itaim	Itaim
60 Themag	Centro	Jardins	Jardins	Jardins
61 Adams & Porter	Centro	Centro	Centro	Centro
62 Arthur Andersen (-)	Marginal	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio
63 Arthur Young (Ernst Young)	Centro	Centro	Itaim	Itaim
64 Mackenzie Hill	Jardins	Centro	Berrini	zona sul
65 McCann - Erickson Publicidade Ltda	Centro	Jardins/zona sul	Jardins/zona sul	Jardins/zona sul
66 Merrill Lynch	Centro	Centro	Paulista	Paulista
67 Price Waterhouse (Price Waterhouse Coopers)	Centro	Centro	centro	Centro
68 Richard Ellis	-	Paulista	Chác. Sto Antônio	Chác. Sto Antônio
69 Ogilvy & Mater	Faria Lima	Jardins	Marginal	Marginal

Fonte: levantamento feito a partir de NOBRE (2001) e listas oesp.

## 1 ANEXO 2

<b>Classe</b>	<b>Classificação de edifícios - Jones Lang LaSalle</b>
<b>AA</b>	<i>Edifícios com lajes superiores a 800 m<sup>2</sup>, planta regular e flexível, pé direito do piso ao teto mínimo de 2,70 m, piso elevado, hall com pé direito duplo e com acabamento nobre, relação de 1 vaga para cada 35 m<sup>2</sup> útil<sup>(1)</sup> e ar condicionado central.. Além de elevadas especificações tecnológicas, sistema completo de gerenciamento e controle dos sistemas prediais (ar condicionado, elétrica, hidráulica, segurança patrimonial e incêndio, elevadores e controle de acesso) e heliponto.</i>
<b>A</b>	<i>Edifícios com planta regular e flexível, pé direito do piso ao teto mínimo de 2,70 m, piso elevado, hall com pé direito duplo e acabamento nobre, gerenciamento de sistemas, fibra ótica, 1 vaga para cada 35 m<sup>2</sup> útil e ar condicionado central.</i>
<b>B</b>	<i>Edifícios com regulares características e sistema de ar condicionado central.</i>
<b>C</b>	<i>Edifícios sem sistema de ACC.</i>
	<i><sup>(1)</sup> Área útil engloba áreas de carpete, sanitários, copas, depósitos e outras áreas efetivamente usadas para trabalho.</i>