

SHOPPING CENTER NA CIDADE DE XANXERÊ – SC

Caribe Egidio Parise

Tháiris de Sena Granzotto

Erlí Raquel Zortea Andretta

Eduardo Roberto Batiston

Resumo

Esta pesquisa refere-se ao embasamento teórico para elaboração de um anteprojeto de um Shopping Center para a cidade de Xanxerê (SC), visto a carência de um local atrativo voltado a compras e com variedade de produtos e preços, além de diversidade gastronômica. Evidencia-se a necessidade de opções de lazer e entretenimento aliados à segurança, conforto e comodidade. Por ser um local que atende todos os tipos de público e supre as necessidades diárias, buscaram-se os aspectos específicos e gerais sobre o empreendimento, entendendo o processo histórico do comércio. Após, analisaram-se alguns estudos de caso para entender melhor o funcionamento de um Shopping Center, bem como seus materiais e métodos construtivos. Foram realizados dois estudos de caso além da pesquisa bibliográfica como metodologia de pesquisa: um in loco e outro pesquisa na web. Por fim, elabora-se uma proposta para suprir com o propósito da pesquisa, criando um programa de necessidades visando uma melhor organização arquitetônica, demonstrando a total possibilidade do desenvolvimento de um projeto de maneira a alcançar os objetivos, sendo amplamente viável sua implantação no local escolhido.

Palavras-chave: Shopping Center. Modernidade. Atrativo. Arquitetura.

1 INTRODUÇÃO

O tema da pesquisa era desenvolver um estudo voltado as necessidades de um shopping center, seu histórico e sua arquitetura. O

objetivo da presente pesquisa é a elaboração de um anteprojeto de um Shopping Center na cidade de Xanxerê (SC). A problemática surge diante da falta, em toda região da AMAI, de um local que contemple cinema, passeio, refeições e diversão com segurança e conforto. Neste sentido, a disposição de lojas de variados segmentos e marcas, com espaços apropriados para entretenimento, com diversas opções de gastronomia, aliados ao estacionamento amplo e seguro são altamente atrativos.

Destaca-se, ainda, que o setor de Shopping Center fomentam a cultura e a economia local, revelando significativo crescimento urbano, valorização imobiliária e geração de empregos. Xanxerê (SC) é um município que apresenta evolução em todos os segmentos, além de favorecer o comércio com o MERCOSUL e ser o município sede Associação dos Municípios do Alto Irani (AMAI).

Utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e os estudos de caso, sendo realizado via pesquisas na web e outro in loco. Denotou-se que o ambiente de um Shopping Center possui como principal característica ser um espaço permanentemente monitorado e que visa recriar no seu interior a cidade idealizada, com centros de consumo, lazer e serviços, destituídos de toda a negatividade do urbano. Quando se adentra o espaço de um Shopping Center, os vestígios do mundo profano se apagam num micro-clima perfeitamente controlado, onde o usuário circula isolado do mundo externo. (RIMKUS, 1998).

Para o desenvolvimento do Shopping Center no município de Xanxerê (SC), percebeu-se a necessidade da pesquisa histórica deste empreendimento, e o levantamento de dados e pesquisas voltadas aos conceitos e materiais utilizados em sua construção, além da criação de um programa de necessidades compatível com a proposta.

2 DESENVOLVIMENTO

No referencial teórico serão apresentados assuntos relacionados ao comércio, história do Shopping Center e dados estatísticos no Brasil. Precisar o início das atividades comerciais é tarefa praticamente impossível, contudo,

é possível projetar que deu-se com a importância reconhecida ao trabalhador e a necessidade de troca de produtos, uma vez que as atividades eram especializadas. (RAINER SOUSA, 2016).

Pela complexidade eminente nas negociações, surgiram as primeiras moedas, como um meio de dinamizar as atividades comerciais entre os povos. Os Shoppings Centers, especificamente, surgiram nos Estados Unidos na década de 50, como resultado de estratégias de comércio visando atrair e atender o crescente número de consumidores que se expandia para os subúrbios das grandes cidades (BNDS 2015).

Os fatores resultantes do crescimento urbano, como a necessidade de mais segurança e maior conforto incentivaram o crescimento do segmento. A entrada da mulher na força de trabalho, o desenvolvimento dos transportes indicavam a oportunidade da criação de sistemas de compras mais rápidos e eficazes. O formato dos primeiros Shopping Centers se assemelhava aos modelos mais conhecidos no Brasil: projeto de grandes dimensões, com lojas âncoras e lojas satélites. Atualmente, os Estados Unidos vivenciam uma fase de reavaliação dessa indústria motivada pela constatação de uma oferta excessiva de unidades em relação ao crescimento populacional (BNDS 2015).

De acordo com Associação Brasileira de Centros Comerciais (ABRASCE) a história dos centros comerciais no Brasil se deu pela instalação do Shopping Iguatemi e do Shopping do Méier. O maior grupo de centros comerciais do país é a BRMalls Participações S/A, uma holding e a maior empresa integrada de centros comerciais do Brasil, composto por participação em cinquenta destes centros. Destaca-se que os centros comerciais brasileiros foram criados nos mesmos moldes e pelos mesmos fatores que os estadunidenses.

O conceito de Shopping Center é dado por diversos doutrinadores, buscando definir a grandeza estrutural deste centro. Exemplo disso, Wanderson Lima (2002, p. 108) destaca que “[...] são prédios e locais especialmente destinados a tipos de negócios em que há um complexo de atividades que centralizam o comércio de vários ramos, proporcionando

certo conforto e facilidades à clientela". Na mesma linha de pensamento, Cerveira Filho (1999, p. 2) aduz que o Shopping Centers pode ser identificado como "templo de consumo".

As características que diferenciam um Shopping Center podem ser elencadas como: localização; presença de lojas âncoras; planejamento técnico de variedades de ramos de lojistas; sistema de locação das lojas; estacionamento compatível com a área bruta; idoneidade e capacidade empresarial do grupo empreendedor. Podem ser classificados, ainda, de acordo com o tamanho e estilo que apresentam, adequando-se a uma das categorias elencadas pela ABRASCE: tradicional, outlet, temático, rotativo ou de atacado.

A indústria de shopping centers continua em desenvolvimento no Brasil. É o que mostra o Censo Abrasce 2015-2016, que aponta que 67% dos centros de compras inaugurados em 2015 estão concentrados no interior e em regiões metropolitanas. De acordo com o estudo, estima-se que atualmente há mais de um milhão de empregos diretos nos shoppings brasileiros, o que corresponde a um aumento de 5,5% com relação a 2014. O número de frequentadores também saltou 3,2% com relação ao ano anterior. Outro fator que contribui para o aumento da visitação nos Shoppings Centers é o crescimento urbano, aliado a necessidade de maior segurança e conforto e o ingresso da mulher no mercado de trabalho, além das características climáticas do local.

Outros dados que são de extrema importância para a elaboração do anteprojeto diz respeito ao perfil deste empreendimento no Brasil, sendo destacado que o faturamento no país, em 2015, representou mais de R\$150 bilhões, sendo o sudeste a região que maior obteve faturamento. Ademais, 89% dos Shoppings brasileiros representam empreendimentos do tipo tradicional, e 48% estão localizados em capitais.

A publicação do PLANO DE MIX 2009 é o resultado de pesquisas e trabalhos realizados com diversos profissionais do setor que contém a classificação dos diversos ramos de varejo em Shopping Centers, sugerida pela ABASCE. Sua aplicação é recomendada a todos os Shoppings, como

instrumento de aferição, estatística e apoio gerencial, que será brevemente explanada (PLANO DE MIX 2009 – ABREASCE).

O enquadramento de uma operação na categoria de lojas âncoras se deve à área locada (normalmente mais de 1.000 m²) e ao fluxo de pessoas que ela atrai para o Shopping Center. As Megalojas, por sua vez, podem ser assim consideradas aquelas especializadas em determinada linha de mercadoria, em grande escala, com ampla variedade de produtos. A categoria de Lojas Satélites engloba todas aquelas que vendem itens do vestuário e acessórios.

A praça de alimentação é de suma importância em um Shopping Center, pois é nela que reúne o maior número de pessoas, onde buscam muitas vezes comidas rápidas e grande variedade de alimentos. A praça engloba as lojas que concedem o consumo imediato do produto, a exemplo de restaurantes, fast-food, sorvetes e café. Para atividade de lazer, os centros comerciais contam com cinemas, parques de jogos, boliche e outras atividades que atraia um grande fluxo de consumidores.

Os principais métodos construtivos de um Shopping Center também teve sua importância no presente estudo. Por ser uma obra de grande porte que requer agilidade este o método mais eficaz para este tipo de construção, o que faz com que o método de pré-moldados seja a melhor escolha para estruturar um Shopping Center. Não é apenas essa a benesse da escolha: a execução de uma obra de forma rápida e eficaz, com custo fixo acaba agradando muito o cliente final, assim, a utilização de estruturas pré-moldadas e pré-fabricadas em concreto é uma solução que atende a muitas exigências do mercado.

Para grande parte das fachadas, será utilizado o método de estrutural glazing, o qual proporcionará grande incidência de luz natural, bem como visibilidade para a parte externa do empreendimento. Este sistema é uma fachada-cortina em que o vidro é colado com fita dupla face nos perfis dos quadros de alumínio, ficando a estrutura oculta, na face interna. O selante torna-se elemento estrutural, aderindo aos suportes e transferindo à estrutura metálica as cargas aplicadas sobre a fachada. Também assegura

estanqueidade, e sua elasticidade permite a dilatação e a contração do vidro, sem consequências negativas.

O revestimento será de ACM nas fachadas, o que inspira uma estética moderna e bem elaborada, enquanto a estrutura metálica será de grande importância na cobertura pelo seu baixo peso e resistência, além da relação entre custo e benefício. Ainda, por ser uma obra de grande porte, a iluminação zenital – técnica bastante utilizada com a intenção de fazer com que a luz natural penetre no ambiente através de pequenas ou grandes aberturas criadas na cobertura de uma edificação – proporcionará iluminação natural, o que trará grande redução no consumo energético do empreendimento, oferecendo ainda maior uniformidade e iluminação sobre o local e uma ventilação natural.

Foram realizados dois estudos de caso para aprimorar os conhecimentos acerca dos métodos construtivos, materiais utilizados e disposições de cômodos e funcionamento dos Shoppings Centers: no Shopping Pátio Chapecó em Chapecó (SC) e no Shopping Bosque de Ipês em Campo Grande (MS).

Inaugurado em outubro de 2011, o Shopping Pátio Chapecó é considerado um marco em todo o oeste catarinense, sendo o primeiro e único shopping da região. Sua chegada trouxe inovação e hoje é consolidado como a primeira opção de compras e lazer, implantado em local estratégico, uma vez que o terreno é de maior movimentação da cidade, e o bairro de amplo potencial de crescimento, possuindo acessos pelas duas principais avenidas de Chapeco (AV. Getúlio Vargas; AV. Fernando Machado), e fica próximo a saída da cidade.

Na análise arquitetônica, denota-se que foi construído com solução pré-moldada em concreto. Todo o projeto conta com elementos que valorizam sua arquitetura, bem como detalhes que demonstram a preocupação com o meio ambiente. Sobre a cobertura o Shopping possui claraboias, que permitem a entrada de luminosidade solar, reduzindo assim o consumo de energia elétrica do empreendimento.

A praça de alimentação é um dos locais de maior movimentação, determinada por um local amplo, com disposição de 908 lugares bem distribuídos, além da diversidade de opções. O abastecimento de insumos das operações é feito antes do horário de atendimento ao público (10h). O Shopping ainda conta com materiais arquitetônicos modernos, que dão ênfase e beleza à obra: internamente vislumbra-se a utilização maciça de granito e madeira, linhas retas e grandes blocos de concreto, que remetem a beleza e requinte.

O Shopping Pátio Chapecó, possui uma planta convencional: obra ampla, moderna e horizontal, além de grande circulação dada entre inúmeras lojas dos mais diversos segmentos, bem como salas de cinema, lazer, e praça de alimentação. Sua fachada possui um jardim simples, entretanto muito bem elaborado, o mesmo faz sintonia com a obra, trazendo ainda mais beleza e sofisticação. Seu estacionamento é coberto, e no segundo pavimento, possuindo acesso de carros por uma rampa, e de pessoas por elevadores e escadas (tanto convencionais quanto rolantes).

O segundo estudo de caso foi realizado no Shopping Bosque dos Ipês, situado na Zona Norte de Campo Grande, possui fácil acesso, sendo que três avenidas circundam o terreno que abriga o shopping, além de estar em um dos principais pontos de entrada e saída (BR-163) do município, possuindo características modernas, grande utilização de vidro e pilares em forma de forquilhas.

Em um primeiro momento, quando se realiza a análise arquitetônica, o edifício é composto de quatro blocos retangulares e um circular que são unidos em uma única forma ondulada, garantindo a percepção de unidade. A iluminação natural é advinda das enormes aberturas envidraçadas abaixo da cobertura, o que propicia a ventilação cruzada. Os pilares são em forma de "Y" para lembrar o tronco do Ipê. Com uma estrutura convencional de concreto armado e metal, o empreendimento recebe revestimentos externos, laminais de materiais amadeirados com elementos arquitetônicos moldados em metal, formando a cobertura, hall e sistemas de iluminação natural.

A grande laje do pórtico é sustentada por pilares em V. A praça de alimentação é ampla e moderna, com uma perspectiva com mais vida natural, agregando assim conforto e naturalidade ao público. Uma parte da praça de alimentação conta também com uma parte externa, pela demanda no local. O Shopping também conta com uma praça central, espaço social para conversa e descanso, com arquitetura arrojada e bem elaborada para que público possa utilizar o máximo da beleza e imensidão do local.

No quesito observação se observa um amplo espaço entre as lojas, com bastante vegetação e uma grande claraboia iluminando o mesmo durante o dia, transmitindo uma sensação de liberdade. Elevadores panorâmicos e escadas rolantes dão acesso ao pavimento superior, além de possuir um estacionamento exclusivamente externo. As formas do Shopping não seguem padrão, possuindo formas e linhas retas e orgânicas, sendo a ousadia uma característica propiciada pela horizontalidade. O empreendimento é rodeado por ipês, e o revestimento externo imita a textura e a cor de madeira.

As plantas baixas são muito bem distribuídas, buscando facilitar a localização e a circulação, uma vez que conta com três entradas, cinco acessos para o primeiro pavimento. No pavimento superior se observa o mesmo traçado da circulação, sendo fácil e rápido, com lojas satélites, ancoras e a administração do Shopping Bosque dos Ipês. É onde se encontra a praça de alimentação que possui uma ótima distribuição e um amplo espaço, além de contar com uma circulação por traz das lojas, para o abastecimento dos insumos. Diferente do Shopping Pátio Chapeco, que só é possível antes do atendimento ao público.

A cidade escolhida para implantação do Shopping Center foi Xanxerê/SC. De acordo com a história, os primeiros passos para que a vila tomasse independência foram dados em 1952, ideia que foi aprovada no ano seguinte pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, em sessão plenária, e a instalação oficial deu-se em fevereiro de 1954. Possui clima mesotérmico úmido, com temperatura média anual de 18,2° C.

A base da economia está constituída no setor primário, principalmente no plantio de milho, soja, feijão e trigo. Essa região é bastante favorável a plantações, pois um modelo fundiário de milhares de pequenas propriedades integradas com a agroindústria. Isso favorece o surgimento de pequenas indústrias e empresas prestadoras de serviços, que resulta em elevados níveis de produtividade.

O sistema viário ligado ao terreno é composto por várias vias de acesso, sendo que possui ligação direta à BR 282. Outra via importante intercepta a BR 282 próximo ao terreno, que leva ao caminho a demais cidades que circundam o município. Além disso, é próximo à Avenida Brasil, uma das principais de Xanxerê/SC.

A topografia do terreno é plana, sem obras de grande porte nas suas redondezas, garantindo uma boa iluminação e ventilação ao local, contando, também, com rede de água canalizada. O terreno está localizado em um ponto estratégico para vendas, por estar nas margens de uma Rodovia Federal, que possui um grande movimento diário de veículos, além de possuir acesso por dentro do município.

Em um raio de 40KM, Xanxerê – SC, abrange um grande número de cidades, cuja população desloca-se diariamente ao município pela completa infraestrutura que possui. Além disso, de acordo com a e Plano Diretor do município e a Lei de Zoneamento e Uso de Solo, o terreno se localiza na Zona Industrial, podendo construir até 03 pavimentos.

O entorno do terreno em estudo existe grande quantidade de comércio e indústrias que possuem um horário de funcionamento comercial. Destarte, a implantação de um Shopping Center não causará ruídos, sendo que também é um empreendimento comercial. Além disso, fará coleta e destinação correta de lixo o que não causará poluição por conta da obra. Outro ponto positivo é que não há residências próximas, entretanto, causará uma valorização imobiliária no entorno.

O terreno estudado foi escolhido para a implantação de um Shopping Center, por ser um local com uma boa visibilidade, as margens de uma rodovia federal movimentada. Isso facilita o acesso ao estabelecimento.

Além disso, fica próximo à Avenida Brasil, uma das principais vias de Xanxerê - SC, possuindo uma ótima infraestrutura urbana com equipamentos e acessibilidade. Optou-se por um terreno plano, pela possibilidade de estar trabalhando melhor com blocos mais horizontalizados, e pela possibilidade de estacionamento na parte externa.

A partir do exposto, pode-se compreender que o conceito de Shopping Center abrange uma série de questões importantes para sua idealização, buscando cada vez mais inovações e formas de atração do consumidor. Neste contexto, é preciso que o projeto do empreendimento conte com uma arquitetura bela e funcional, porquanto o escopo do projeto é a elaboração de um Shopping Center que transmita sensação de robustez originada pelos grandes blocos geométricos, aliada a utilização de materiais e técnicas atuais, que enfatizam a forma de maneira moderna.

Hodiernamente a busca por um Shopping Center pode ir além do centro comercial, abarcando um conceito atrativo, de modo agradável e acolhedor. Para a elaboração do projeto, as principais inspirações foram à utilização de formas geométricas retilíneas, expressando grandiosidade e modernidade à obra. A criação de uma praça com elementos naturais e a grande utilização de vidro nas fachadas e cobertura trará um conceito de sustentabilidade, devido ao grande aproveitamento da iluminação natural diminuirá a demanda energética, fazendo com que além deste benefício as pessoas tenham maior interação com o entorno e com a natureza.

Uma grande inspiração foi a arquitetura construtivista já que uma das principais características é uso de materiais industriais, o que torna um ambiente mais agradável. Segundo os construtivistas, cada material tem seu valor estético, e cada método de trabalho é definido pelos materiais. A ideia da utilização do lego é a possibilidade de trabalhar com diferentes opções de traçados e formas, além de ser constituído de formas geométricas retilíneas, de forma simples, sem exageros ornamentais.

Por fim, trabalhando com o encaixe dos blocos e sempre buscando harmonia, funcionalidade e identidade, foi possível chegar a uma forma arquitetônica moderna, com uma estética agradável, conservando a ideia

de arquitetura construtivista, trazendo afinidade ao entorno e alcançando o objetivo requerido pelo autor.

O Shopping Center será utilizado por toda população de Xanxerê/SC, de sua região e de quem trafega pelas rodovias próximas a ele. É um estabelecimento comercial, logo não é designado a uma faixa etária predominante, e nem para uma classe social específica. É de grande importância uma arquitetura moderna e grandiosa, para que o Shopping Center, possa receber todos os tipos de pessoas, sendo que elas devem sentir-se bem e retornar ao local sempre que possível, tornando assim o empreendimento um ponto de referência na região.

3 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como tema relatar os principais fatores necessários para a implantação de um Shopping Center na cidade de Xanxerê/SC, explorando o grande crescimento do setor. Seu objetivo era a viabilidade da construção do shopping center em um terreno localizado na avenida principal do município, sendo respondido de forma positiva na íntegra. Constatou-se que o Brasil vem ganhando cada vez mais força no ramo de empreendimentos comerciais, em que as pessoas buscam locais com conforto e segurança, onde possam suprir as necessidades de forma mais rápida e cômoda possível.

A proposta busca contemplar uma arquitetura contemporânea e utilização de materiais tecnológicos e eficientes que agregarão na estética do empreendimento. Assim, proporcionará uma nova opção de comércio, lazer e entretenimento para a cidade e região, fomentando novos empregos, valorização imobiliária no local, com a consequente contribuição na economia do município. Para o estudo não teve maiores limitações.

Frequentar o Shopping Center é uma prática comum aos indivíduos da sociedade. É neste local que sensações de prazer são estimuladas, o consumo, lazer e entretenimento estão presentes, por isso o projeto contribuirá para a população da AMAI, atendendo as necessidades das

peçoas, que terão um novo local para realizarem suas tarefas e desfrutarem de seu lazer, com segurança, conforto e comodidade.

REFERÊNCIAS

ABRASCE. Censo ABRASCE Aponta Consolidação Dos Shopping Fora Das Capitais. Publicado em 28/01/2016. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/noticia/1558>>. Acesso em abr. de 2016.

ABRASCE. Definições e Convenções. Atualizado em 05/02/2016. Disponível em: <<http://portaldoshopping.com.br/monitoramento/definicoes-e-convencoes>>. Acesso em mai. de 2016.

ABRASCE 2012. Evolução do Setor. Atualizado em 05/02/2016. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/monitoramento/evolucao-do-setor>>. Acesso em mai. 2016.

ABRASCE. Plano de Mix. Publicado em dez. 2009. Disponível em: <http://www.portaldoshopping.com.br/uploads/temp/PlanodeMix_FinalDez2009_NOVO.pdf>. Acesso em mai. De 2016.

BNDS. O Crescimento dos Shopping Centers no Brasil. Publicado em 20/02/2015. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/shopping.pdf>. Acesso em abr. de 2016.

BRSHOPPINGS. Shopping Bosque dos Ipês. Publicado em 01/04/2013. Disponível em: <<http://www.brshoppings.com.br/shoppings/604-shopping-bosque-dos-ipes.html>>. Acesso em mai. 2016.

CERVEIRA FILHO, Mario. Shoppings centers. Direitos dos lojistas. São Paulo: Saraiva, 1999.

IBGE Cidades - Xanxerê. Censo Populacional 2014. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 1º de julho de 2014. Consultado em 8 de maio de 2016.

Shopping Pátio Chapecó. Disponível em: <http://shoppingpatiochapeco.com.br/>>. Acesso em abr. 2016.

SLAIBI FILHO, Nagib. Comentários à Nova Lei do Inquilinato. Editora Forense, 9ª edição/1986. 86

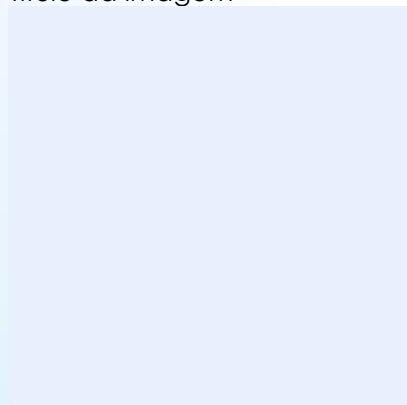
SOUSA, Rainer Gonçalves. "História do Comércio"; Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/historia/historia-do-comercio.htm>>. Acesso em 29 de junho de 2016.

LIMA, Wanderson Marcello Moreira de. "Aluguel em shopping centers: abusos e legalidades". Em Revista Síntese de Direito Civil e Processual. Ano III, nº 17, p. 108-121, mai/jun de 2002.

Sobre o(s) autor(es)

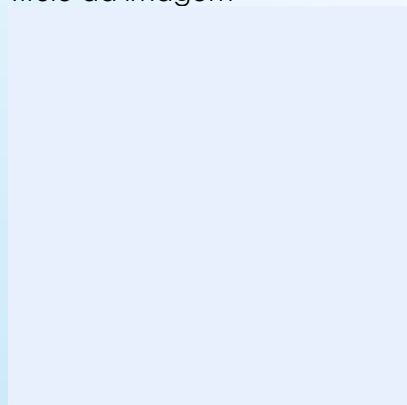
Graduação, estudante, caribeparise@gmail.com
Especialista, professora, thairisgranzotto@hotmail.com
Especialista, professora, eng.erliandretta@gmail.com
Doutor, Professor, erbatiston@yahoo.com.br

Título da imagem



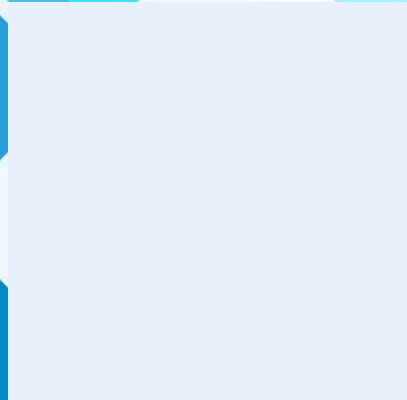
Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



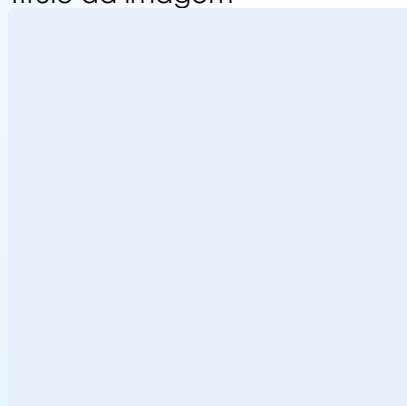
Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



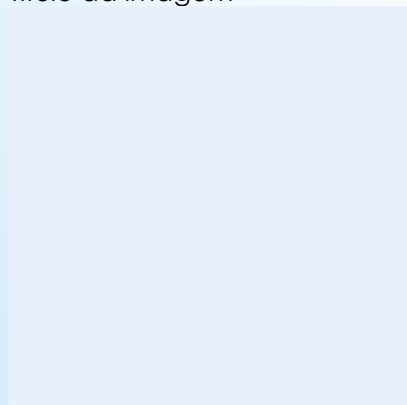
Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem

Fonte: