

17 a 21
de setembro
de 2018

siepe 2018

ISSN 2237-6593

ÉTICA E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

**ARQUITETURA COMERCIAL: ESTÍMULO E CRESCIMENTO
PARA EMPREENDIMENTOS DE VAREJO**

Pesquisador(es): BÜRGIN, Letícia de Cássia; SCHWENGBER, Eduardo Cipriani; TAUBE, Jaqueline.

Curso: Pós Grad. em Gestão e Projetos.

Área: Ciências Exatas e Tecnológicas

Resumo: Os espaços urbanos, sejam eles abertos ou fechados, influenciam o dia-dia das pessoas e são meios de interação e trocas. As experiências de vivência são ainda mais relevantes quando se fala de ambientes comerciais, e a arquitetura se torna uma aliada no processo de planejamento desses espaços, pois além do cuidado com o conceito estético há a preocupação com a obtenção de resultados. Na referida pós-graduação, houve uma pesquisa realizada por meio de revisão teórica e, a partir dela, elaborado um artigo sobre o que é arquitetura comercial, como forma avaliativa do componente. Os estabelecimentos iniciam o contato com o cliente muito antes dele adentrar ao espaço físico, e isto acontece por meio do passeio, da fachada ou da vitrine. Um exemplo do que incomoda e desvaloriza um espaço comercial na borda da rua é o prolongamento da área de vendas para a calçada. Ao passo que o espaço externo atrai clientes e potencializa a marca, o ambiente interno precisa envolver e estar em sintonia com o cliente final. O profissional da arquitetura estará preocupado em desenvolver uma proposta que favoreça aspectos visuais, táteis, sonoros e olfativos, permitindo assim que o ambiente se torne uma referência em experiência de uso. Sendo assim, um espaço comercial bem elaborado, que receba o cliente de maneira confortável e que o permita viver uma experiência diferenciada, o motiva a comprar e a retornar ao estabelecimento.

Palavras-chave: Arquitetura. Varejo. Design de Interiores.

E-mails: leti_burgin@hotmail.com; eduardo.schwengber@unoesc.edu.br;