



# REPENSAR O COMÉRCIO URBANO: OPEN MALLS PARA AS CIDADES DO SÉCULO XXI

*Rethinking Urban Commerce: Open Malls for 21st Century Cities*

*Repensar el comercio urbano: Centros comerciales abiertos para las ciudades del siglo XXI*

**COSTA, Monalisa Lima Macêdo**

Graduanda no Centro Universitário Paraíso

monalisa\_macedo@aluno.fapce.edu.br

**FREIRE, Giovanna Garcêz**

**PINTO, Igor Miranda**



## RESUMO

Este trabalho tem como principal objetivo investigar se os *open malls* podem ser considerados uma solução eficaz na promoção do setor de comércio urbano. Para fornecer uma avaliação abrangente dos prós e contras desses empreendimentos, foram considerados aspectos econômicos, sociais, culturais e urbanos. A pesquisa também se baseou em uma análise da literatura pertinente ao comércio urbano, abordando a evolução dos centros comerciais e o comportamento dos consumidores no mercado contemporâneo. Mais especificamente, o estudo oferece uma breve pesquisa do potencial dos *open malls* para impulsionar o crescimento econômico em nível local. Através do incentivo ao empreendedorismo, da criação de emprego e da actuação como factores de atracção do investimento, estas instalações comerciais ao ar livre podem ter um impacto notável no desenvolvimento da cidade. Além disso, também analisa como estas inovações podem ser utilizadas na regeneração de áreas urbanas anteriormente desoladas e transformá-las em espaços movimentados com vida social vibrante e instalações recreativas onde as pessoas podem encontrar muita diversão, muita conversa e uma sensação de fazer parte de uma comunidade. a comunidade maior. Ademais, o estudo visa reconhecer barreiras e preocupações como a viabilidade econômica dos shoppings a céu aberto, a influência no comércio ambulante tradicional e no pequeno comércio local, bem como questões relacionadas à acessibilidade aos transportes e à mobilidade urbana. A análise contribui assim para a administração pública, os urbanistas, entre outros atores do planejamento urbano, mostrando que é necessário repensar a função comercial das cidades como parte de uma estratégia mais ampla para garantir o desenvolvimento sustentável no século XXI.

**Palavras-chave:** Comércio urbano. Open Mall. Áreas Urbanas.

## ABSTRACT

*This work's main objective is to investigate whether open malls can be considered an effective solution in promoting the urban commerce sector. To provide a comprehensive assessment of the pros and cons of these developments, economic, social, cultural and urban aspects were considered. The research was also based on an analysis of literature relevant to urban commerce, addressing the evolution of shopping centers and consumer behavior in the contemporary market. More specifically, the study offers a brief survey of the potential of open malls to drive economic growth at the local level. By encouraging entrepreneurship, creating jobs and acting as investment attraction factors, these open-air commercial facilities can have a notable impact on the city's development. Furthermore, it also looks at how these innovations can be used to regenerate previously desolate urban areas and transform them into bustling spaces with vibrant social life and recreational facilities where people can find lots of fun, lots of conversation and a sense of being part of a community. the larger community. Furthermore, the study aims to recognize barriers and concerns such as the economic viability of open-air shopping malls, the influence on traditional street commerce and small local businesses, as well as issues related to accessibility to transport and urban mobility. The analysis thus contributes to public administration, urban planners, among other urban planning actors, showing that it is necessary to rethink the commercial function of cities as part of a broader strategy to guarantee sustainable development in the 21st century.*

**Keywords:** Urban commerce. Open Mall. Urban Areas.

## RESUMEN

*El principal objetivo de este trabajo es investigar si los centros comerciales abiertos pueden considerarse una solución eficaz para promover el sector del comercio urbano. Para proporcionar una evaluación integral de los pros y los contras de estos desarrollos, se consideraron aspectos económicos, sociales, culturales y*



urbanos. La investigación también se basó en un análisis de literatura relevante para el comercio urbano, abordando la evolución de los centros comerciales y el comportamiento del consumidor en el mercado contemporáneo. Más específicamente, el estudio ofrece un breve análisis del potencial de los centros comerciales abiertos para impulsar el crecimiento económico a nivel local. Al fomentar el emprendimiento, crear empleo y actuar como factores de atracción de inversiones, estas instalaciones comerciales al aire libre pueden tener un impacto notable en el desarrollo de la ciudad. Además, también analiza cómo estas innovaciones pueden usarse para regenerar áreas urbanas previamente desoladas y transformarlas en espacios bulliciosos con una vibrante vida social e instalaciones recreativas donde las personas pueden encontrar mucha diversión, mucha conversación y un sentido de ser parte de una comunidad. comunidad. la comunidad más grande. Además, el estudio pretende reconocer barreras y preocupaciones como la viabilidad económica de los centros comerciales al aire libre, la influencia sobre el comercio callejero tradicional y los pequeños negocios locales, así como cuestiones relacionadas con la accesibilidad al transporte y la movilidad urbana. El análisis contribuye así a la administración pública, a los urbanistas, entre otros actores urbanísticos, mostrando que es necesario repensar la función comercial de las ciudades como parte de una estrategia más amplia para garantizar el desarrollo sostenible en el siglo XXI.

**Palabras clave:** Comercio urbano. Centro comercial abierto. Areas urbanas.



# REPENSAR O COMÉRCIO URBANO: OPEN MALLS PARA AS CIDADES DO SÉCULO XXI

## 1. Introdução

O comércio, sendo uma das primeiras atividades econômicas da humanidade, impulsionou investimentos significativos em infraestrutura e desenvolvimento ao longo da história. Esses investimentos foram motivados por diversas inovações tecnológicas, enquanto as instituições financeiras e a criação da moeda surgiram em resposta às demandas e necessidades do comércio. O estilo de vida atual, aliado às mudanças demográficas de andamento, desempenha um papel importante na reconfiguração dos hábitos de consumo e dos espaços comerciais. Como resultado, há uma preferência crescente por centros de compras localizados próximos a áreas residenciais ou locais de trabalho. Nesse contexto, os shoppings abertos se destacam como uma tendência em ascensão no cenário brasileiro.

Conceito vindo dos Estados Unidos no ano de 1980, os *Open Malls* estão ganhando força no mercado brasileiro. A tendência mundial, que está recriando os shopping centers e transformando-os em centros comerciais a céu aberto, além de ser uma solução arquitetônica que viabiliza a redução de custos de manutenção, é uma opção que resulta em um espaço mais agradável ao público (ZAFFARI, 2012).

Atualmente, nas áreas urbanas, o comércio desempenha um papel vital na movimentação econômica, social e cultural. Sendo pontos centrais das atividades humanas, as cidades dependentes do comércio para fornecer produtos, serviços e locais de encontro. No entanto, os avanços tecnológicos, as mudanças nos hábitos de consumo e as transformações no ambiente urbano apresentam desafios consideráveis para o comércio tradicional. Nesse cenário, os *open malls* surgem como uma solução viável para compensar o comércio urbano e revitalizar os espaços públicos. Combinando características dos shopping centers tradicionais com elementos das áreas públicas, os shoppings abertos buscam criar ambientes acolhedores e sonoros para a comunidade.

Neste estudo, será realizada uma análise de diversos aspectos relacionados ao comércio urbano, incluindo sua evolução ao longo do tempo, a trajetória dos centros comerciais e as tendências de consumo atuais. Além disso, será examinada a previsão dos shoppings abertos como alternativa, considerando aspectos econômicos, sociais, culturais e urbanos, com o objetivo de oferecer uma avaliação completa dos potenciais benefícios e desafios associados a esse tipo de empreendimento comercial.

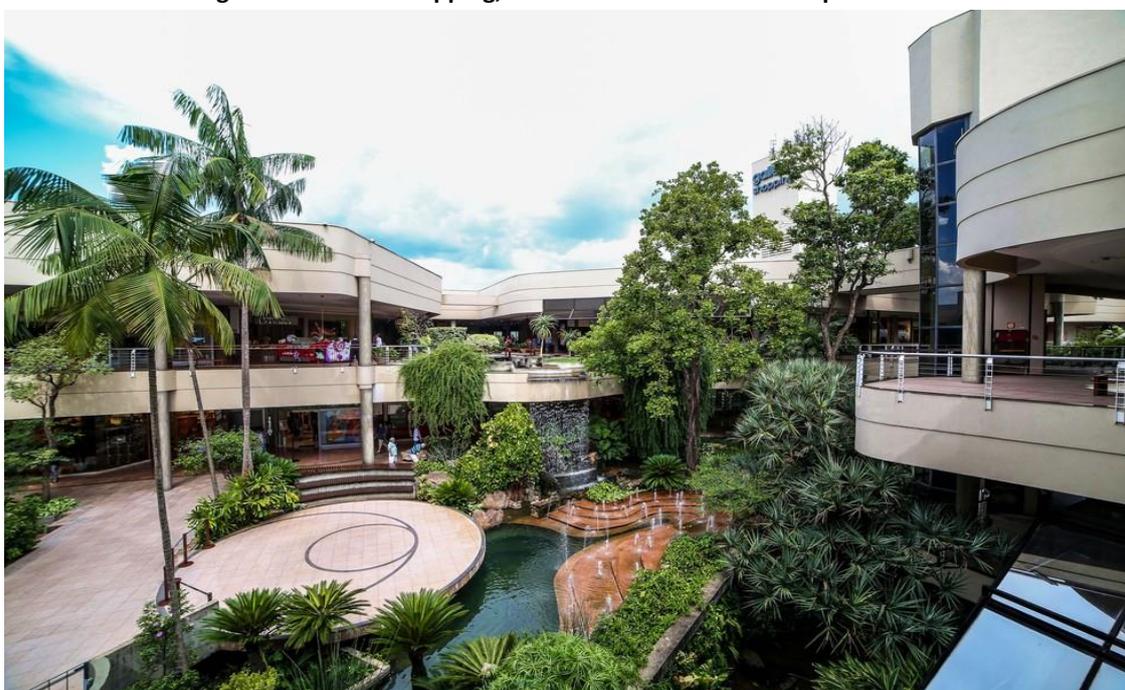
### 1.1. Problemática



É necessário analisar e compreender os desafios e oportunidades enfrentados pelas cidades na busca por soluções inovadoras para o desenvolvimento do comércio urbano. Em um contexto de rápidas transformações sociais, econômicas e tecnológicas, *os open malls* surgem como uma alternativa interessante para dinamizar o comércio e revitalizar áreas urbanas. No entanto, é crucial investigar questões como a perspectiva econômica e a sustentabilidade desses empreendimentos, seu impacto no comércio de rua tradicional e nas pequenas empresas locais, assim como sua capacidade de promover a inclusão social e o desenvolvimento urbano sustentável. Além disso, é importante considerar como os shoppings abertos podem influenciar a identidade cultural e o tecido social das comunidades, além de questões relacionadas à mobilidade urbana, segurança e acessibilidade.

Portanto, o problema central reside na necessidade de avaliar criticamente os benefícios e desafios dos shoppings abertos para as cidades do século XXI, identificando oportunidades de otimização e propondo estratégias que maximizem os impactos positivos desses empreendimentos, ao mesmo tempo que mitiguem efeitos potenciais adversos. Contudo, o shopping, enquanto elemento urbano, apresenta aspectos tanto positivos quanto negativos. Um ponto a ser observado é a exclusão do edifício em relação ao meio urbano, com o objetivo de concentrar-se no ato de comprar. No entanto, essa característica pode levar à perda de conexão com a realidade, criando uma nova atmosfera, muitas vezes isolada do contexto urbano.

**Figura 1: Galleria Shopping, localizado na cidade de Campinas – SP.**



Disponível em: <https://abrasce.com.br/shopping/galleria-shopping/>. Acesso em: 19 de mar. 2024.



Um exemplo de open mall no Brasil é o Galleria Shopping, localizado em Campinas, no interior do estado de São Paulo. A arquitetura do shopping é marcada por um grande vão central a céu aberto e um paisagismo diferenciado, com um jardim interno de mais de 7 mil m<sup>2</sup>, composto por plantas tropicais, cascatas e pedras decorativas que recriam o conceito de "rock garden".

O paisagismo é um dos grandes diferenciais dos *open malls*. Além de estar aliado à sustentabilidade, os espaços são agradáveis, geralmente, bem arborizados, com jardins e espelhos d'água. Assim, além de oferecer um espaço interessante ao público, esse empreendimento também reduz custos com manutenção, devido ao aproveitamento de ventilação e luz natural (ZAFFARI,2012).

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é analisar o potencial dos shoppings abertos como estratégia de revitalização e modernização do comércio urbano nas cidades contemporâneas. Serão investigados os impactos econômicos, sociais e urbanos desses empreendimentos, além de examinar sua adequação às demandas e tendências do mercado atual. A pesquisa buscará compreender como os shoppings abertos podem contribuir para a dinamização dos espaços comerciais urbanos, promovendo o desenvolvimento econômico local e melhorando a experiência de consumo dos habitantes.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

Analisar sobre o conceito *open mall*, observando as vantagens e desvantagens em relação ao conceito tradicional de Shopping Center.

Compreender a evolução dos shoppings, desde sua origem até os dias atuais, identificando as principais tendências e desafios enfrentados pelo setor atualmente. Avaliar os objetivos de uma arquitetura sustentável que preserve a integração com o entorno urbano.

## 1.3 Metodologia

Esta pesquisa apresenta uma abordagem ampla, que inclui uma revisão da literatura sobre comércio urbano, a evolução dos centros comerciais e as tendências contemporâneas de consumo. Em seguida, serão coletados dados por meio de pesquisas bibliográficas e da análise de estudos de caso de shoppings abertos ao redor do mundo. A análise dos dados será realizada com base em fontes acadêmicas, livros, artigos de periódicos, relatórios de pesquisa e outras publicações relevantes, transferência à obtenção de informações substanciais e atualizadas para embasar o desenvolvimento do estudo em questão. Por meio dessa



metodologia, esperamos obter uma compreensão abrangente dos benefícios dos shoppings abertos para as cidades do século XXI e sua contribuição para o repensar do comércio urbano.

## **2. Fundamentação Teórica**

A evolução dos centros comerciais ao longo do tempo reflete as mudanças nas demandas e expectativas dos consumidores, assim como as transformações urbanas. Desde os mercados antigos ao livre até os modernos shopping centers, o comércio urbano tem sido um elemento central na configuração da paisagem urbana. No contexto contemporâneo, esse comércio enfrenta desafios importantes, incluindo o crescimento do comércio online e a concorrência de grandes redes de varejo. Os open malls surgem como uma resposta inovadora a esses desafios, combinando características dos shopping centers tradicionais com elementos de espaços urbanos. Esses empreendimentos buscam não apenas oferecer uma ampla variedade de opções de compra, mas também criar ambientes acessíveis e inclusivos para a comunidade. Esta fundamentação teórica servirá como base para a análise crítica realizada neste trabalho, oferece contribuições importantes para a compreensão e o aprimoramento do comércio urbano.

### **2.1. Relação do comércio urbano com a cidade:**

O comércio urbano desempenha um papel fundamental na dinâmica e na estruturação das cidades em todo o mundo. Além de fornecer produtos e serviços essenciais para os habitantes urbanos, é crucial a definição da identidade e a configuração do cenário urbano. A relação entre o comércio urbano e a cidade é complexa e multifacetada, moldada e influenciada por diversos fatores sociais, econômicos e culturais. Ao longo da história, os centros urbanos sempre foram epicentros de intensa atividade comercial. Desde os mercados antigos ao livre até os modernos shopping centers, o comércio tem sido um componente vital na organização e evolução das cidades. As movimentadas ruas comerciais, os mercados tradicionais e os grandes centros de compras não atendem apenas às necessidades de consumo, mas também servem como locais de encontro, facilitando interações sociais e promovendo diversas expressões culturais. A relação entre o comércio urbano e a cidade transcende a mera transação de mercadorias, exercendo influência na configuração da paisagem urbana e impactando a arquitetura, o planejamento urbano e o uso do espaço público. Os distritos comerciais frequentemente tornam-se marcos e símbolos de identidade para as comunidades locais, refletindo a vivacidade e a diversidade.

O comércio, predominantemente urbano, mantém sua relevância mesmo diante do avanço do comércio eletrônico. Sua associação com os centros urbanos é impulsionada pela necessidade de centralidade e acessibilidade, além das economias de aglomeração. Em áreas com escassez de consumidores, o comércio se concentra em funções essenciais para o uso diário, enquanto bens e serviços de aquisição ocasional são



encontrados em vendedores ambulantes, feiras e mercados, que funcionam como centros comerciais temporários (SALGUEIRO et al.,2006).

**Figura 2: Feira de rua em Tepoztlán, localizada no México.**



Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/995713/das-ruas-a-internet-a-historia-do-comercio-e-sua-relacao-com-o-territorio>. Acesso em: 25 de mar. 2024.

Na realidade, as interações entre o meio urbano e as atividades comerciais são dinâmicas e essenciais em ambas as direções. Se a cidade é moldada pelas escolhas e pelas ações de diversos intervenientes, especialmente aquelas relacionadas ao consumo, tais ações também têm um impacto significativo no espaço urbano. Desde os primórdios da evolução, o comércio tem sido uma prática humana presente nas sociedades. Inicialmente, as trocas ocorriam entre produtos negociados por comunidades inteiras, mas ao longo do tempo evoluíram para transações baseadas em uma moeda comum, conduzidas de forma individual ou de família para família. Independentemente da forma, o comércio é uma característica intrínseca da civilização, exercendo influência em nossa organização territorial. (MARTINO,2023).

O comércio é essencial para a existência e organização da cidade, além de ser responsável por grande parte do movimento e da vitalidade urbana. Por meio das atividades comerciais e dos locais onde elas ocorrem, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, reúnem informações, difundem inovações e estabelecem relações sociais. Em resumo, o comércio é o cerne da vida urbana, proporcionando interação, trocas e inovação.



## 2.2. A arquitetura e sua influência no comércio:

A arquitetura é essencial para o comércio, impactando a atração visual, a experiência do cliente e a eficiência operacional. Um projeto arquitetônico bem elaborado pode ser crucial para o êxito de um estabelecimento comercial.

A arquitetura transcende a mera organização espacial e a criação de ambientes. Assim como o marketing e suas ramificações, ela tem o poder de impactar diretamente o comércio (compra e venda). Por ser um campo relativamente recente, em um dos escassos recursos disponíveis sobre a arquitetura e sua influência no comércio, Henrique Xavier explora como os seres humanos, dotados de pelo menos cinco sentidos, podem ser conduzidos a uma variedade de experiências e sensações (JUNIOR,2014).

No entanto, a arquitetura dos open malls desempenha um papel importante na criação de identidade e no sentido de lugar para a comunidade local. Um projeto inovador pode transformar o shopping em um ícone da cidade, contribuindo para sua simpatia e atraindo visitantes de outras localidades. Além disso, a integração de espaços públicos e áreas verdes no projeto inovador dos open malls pode promover o convívio social e fortalecer os laços comunitários.

Diante disso, é evidente que a arquitetura exerce uma influência significativa no comércio urbano, especialmente no contexto de shoppings abertos. Um projeto inovador bem concebido pode potencializar os benefícios desses empreendimentos, contribuindo para sua atratividade, eficiência operacional e integração com o ambiente urbano circundante. Assim, ao compensar o comércio urbano para as cidades do século XXI, é essencial considerar cuidadosamente o papel da arquitetura na criação de espaços comerciais eficientes, inclusivos e sustentáveis.

## 2.3. Shopping Centers e Open Malls:

Os *shopping centers* e os *open malls* representam duas abordagens distintas, porém complementares, para o comércio urbano no século XXI. Ambos têm como objetivo principal oferecer uma ampla variedade de opções de compra e entretenimento para os consumidores, mas relacionadas em termos de design, design e experiência fornecida aos visitantes. Os centros comerciais tradicionais, caracterizados pela sua estrutura fechada e equipamentos, foram populares durante grande parte do século XX. Geralmente, são compostos por uma ou mais grandes lojas âncoras, cercadas por uma variedade de lojas menores, restaurantes e espaços de lazer. Esses centros são projetados para oferecer conveniência e conforto aos consumidores, com estacionamento amplo, áreas de descanso e uma variedade de serviços agregados.



Em 1966, marcou-se a inauguração do primeiro *shopping* brasileiro, o *Shopping Iguatemi* (figura 3) na cidade de São Paulo. Erguido no terreno que outrora pertencia à chácara da família Matarazzo, situada em uma parte da Rua Iguatemi, o empreendimento surgiu em uma época em que o modelo comercial predominante era as boutiques de luxo em ruas movimentadas (OLIVEIRA, 2013).

**Figura 3: Shopping Center Iguatemi, localizado em São Paulo.**



Disponível em: <https://www.saopauloinfoco.com.br/shopping-iguatemi/>. Acesso em: 26 de mar. 2024.

Por outro lado, os open malls surgem como uma alternativa inovadora aos centros comerciais tradicionais. Inspirados na ideia de integração entre espaços comerciais e urbanos, os open malls combinam características dos shopping centers com elementos de espaços públicos. Geralmente, são particulares como áreas abertas, com ruas e calçadas ajardinadas, lojas externas para o exterior e espaços públicos de convivência. Os shoppings abertos buscam criar ambientes mais dinâmicos e inclusivos, onde os consumidores possam desfrutar de uma experiência de compra mais integrada ao tecido urbano circundante. Uma de suas principais vantagens é a capacidade de promover uma interação mais fluida entre o comércio e a cidade. Ao incorporar elementos de espaços públicos, como praças, parques e áreas de lazer, os open malls tornam-se mais do que simples centros comerciais; transformam-se em destinos de entretenimento e convívio social para toda a comunidade. Além disso, muitas vezes são mais adaptáveis a diferentes contextos urbanos, podendo ser facilmente integrados em áreas residenciais, comerciais ou de lazer.

Segundo Zaffari (2012), mais de 80% dos shopping centers construídos nos Estados Unidos após o ano de 2006 adotam o conceito de open malls. Esta tendência não apenas influenciou a construção de novos empreendimentos, mas também inspirou reformas em estruturas já existentes (GARREFA, 2010). No Brasil, essa tendência tem ganhado cada vez mais espaço, embora se manifeste em escalas menores e de forma



mais integrada à malha urbana, utilizando soluções arquitetônicas que se assemelham às praças urbanas (ZAFFARI, 2010).

Uma característica marcante desses shoppings ao ar livre é o cuidado com o paisagismo, que não só promove a sustentabilidade, mas também cria ambientes mais agradáveis. Eles geralmente são arborizados, com jardins e até mesmo áreas de água. Além disso, a presença dessas áreas verdes permite uma ventilação natural e iluminação, reduzindo os custos de climatização. Outro ponto positivo é que esses shoppings podem ser construídos mais rapidamente, já que têm uma escala menor em comparação aos shoppings tradicionais, muitas vezes resultando em uma única estrutura unificada (ALVARADO, 2023).

#### 2.4. Impactos de Interiorização em cidade pequena:

As compras ao ar livre podem causar uma gama diversificada de efeitos nas cidades de menor porte, abrangendo desde implicações econômicas e sociais até considerações ambientais e urbanísticas. O resultado desses efeitos dependerá de uma variedade de fatores, como uma planificação cuidadosa, a interação com os habitantes locais e uma gestão responsável do projeto.

A instalação de shoppings em áreas mais afastadas pode ter um impacto significativo no crescimento econômico e social da região, uma vez que amplia o alcance do consumidor público. A construção de um open mall pode resultar na criação de vários empregos, tanto diretamente quanto indiretos, que vão desde a fase de construção até a operação contínua do empreendimento. A presença de lojas e a gestão do shopping podem atrair novas empresas e empreendimentos para a área, oferecendo oportunidades de trabalhos adicionais.

Além do aspecto do emprego, a chegada de investimentos também pode impulsionar o desenvolvimento socioeconômico local. Isso, por sua vez, pode levar a um aumento da renda na comunidade, acompanhando o crescimento econômico da região. Esses fatores combinados contribuem para um impacto financeiro positivo e um avanço geral na qualidade de vida dos habitantes da região (HERMETO, 2023).

A interiorização pode promover o desenvolvimento econômico local, estimulando a criação de novos negócios e empregos na região. A presença de shoppings abertos pode atrair investimentos e incentivos ao empreendedorismo local, diversificando a oferta de produtos e serviços disponíveis para os residentes. Além disso, os shoppings abertos podem contribuir para a dinamização do espaço urbano, revitalizando áreas anteriormente subutilizadas ou degradadas. Ao criar novos pontos de encontro e lazer para a comunidade, esses empreendimentos não apenas fortalecem o comércio local, mas também melhoram a qualidade de vida dos habitantes.



No entanto, é importante considerar os desafios que acompanham a interiorização, como o impacto nas dinâmicas sociais e culturais das comunidades locais, a pressão sobre os recursos naturais e a necessidade de um planejamento urbano adequado para evitar problemas como congestionamentos e gestão ambiental. Assim, ao explorar os benefícios dos shoppings abertos, é essencial analisar de forma abrangente os impactos da interiorização em cidades pequenas, buscando maximizar os benefícios econômicos e sociais, ao mesmo tempo em que se mitiga os desafios potenciais.

#### 2.5. Desafios enfrentados:

Como mencionado anteriormente, a interiorização de compras oferece diversas vantagens e benefícios tanto para a comunidade receptora quanto para os empreendedores responsáveis pela execução e operação. No entanto, é importante destacar os desafios associados a esse processo. Um dos principais desafios enfrentados é a concorrência crescente com o comércio online. O avanço da tecnologia e a mudança nos hábitos de consumo levaram muitos consumidores a optar por compras pela internet, o que pode variar a atratividade e a previsão econômica dos shoppings abertos. Além disso, questões relacionadas à sustentabilidade e ao planejamento urbano adequado são cruciais.

A necessidade de mitigar os impactos ambientais, como o aumento do tráfego e a expansão descontrolada, requer medidas cuidadosas de planejamento e gestão para garantir que os shoppings abertos contribuam para o desenvolvimento urbano de forma sustentável. Outro desafio significativo é a adaptação dos modelos de negócios e das estratégias comerciais para atender às demandas e expectativas em constante mudança dos consumidores. Isso pode envolver a criação de experiências de compra personalizadas, a diversificação da oferta de produtos e serviços, e a incorporação de tecnologias inovadoras para aprimorar a experiência do cliente.

Um dos principais aspectos a serem considerados é a infraestrutura. É crucial que a região possua uma infraestrutura adequada para suportar a instalação de um shopping, seja ele um shopping center, strip mall ou open mall. Isso engloba a disponibilidade de acesso fácil e seguro para os consumidores, bem como a presença de transporte público, fornecimento de energia elétrica, água, esgoto e outros serviços básicos (HERMETO, 2023).

Portanto, é essencial também ponderar sobre a logística envolvida no transporte de mercadorias e serviços. A deslocação de produtos e serviços para uma região pode representar um desafio em áreas mais distantes dos grandes centros urbanos, seja devido aos custos ou à adequação da infraestrutura disponível. É



fundamental enfrentar esses desafios de forma proativa e estratégica, buscando soluções inovadoras e sustentáveis que contribuam para o desenvolvimento urbano e a melhoria da qualidade de vida nas cidades.

### **3. Resultados Esperados**

Foi conduzido um breve estudo sobre os efeitos dos shoppings abertos nas cidades modernas. Este estudo compreende uma investigação das características, progresso e impactos dos shoppings abertos no contexto urbano, abordando aspectos econômicos, sociais, ambientais e urbanísticos. Inclui uma avaliação dos benefícios trazidos pelos shoppings abertos, como o impulso econômico, a diversificação do comércio, a melhoria da qualidade de vida e a criação de espaços sociais. Além disso, o estudo ressalta os desafios e aspectos relevantes para o planejamento e desenvolvimento de shoppings abertos de maneira sustentável e integrada ao ambiente urbano.

### **4. Considerações Finais**

Conclui-se que esse empreendimento tem potencial para desenvolver um papel significativo no desenvolvimento urbano contemporâneo. Os benefícios identificados, como o estímulo ao comércio local, o aumento da oferta de empregos, a diversificação do espaço urbano e a criação de áreas de convívio social, destacam a importância dos shoppings abertos como elementos dinâmicos e integrados nas cidades.

No entanto, é crucial considerar cuidadosamente os desafios e questões associadas ao planejamento e desenvolvimento desses empreendimentos, incluindo a necessidade de uma abordagem sustentável, uma integração harmoniosa com o ambiente urbano existente e uma garantia de benefícios equitativos para toda a comunidade. Além disso, é fundamental realizar uma análise crítica do papel dos shoppings abertos na configuração do espaço público urbano e seu impacto na dinâmica social e cultural da cidade. Isso requer uma avaliação minuciosa dos efeitos possíveis, tanto positivos quanto negativos, na diversidade e vitalidade das áreas comerciais tradicionais, bem como na acessibilidade e inclusão de diferentes grupos populacionais.

Além disso, é necessário conduzir uma análise abrangente das perspectivas econômicas desses empreendimentos em um horizonte de longo prazo. Isso implica considerar uma série de fatores, como a dinâmica competitiva frente a outros modelos de comércio presentes no contexto urbano, a eficácia em atrair consumidores e a capacidade de adaptação diante das mudanças nas preferências e comportamentos de compra. Essa análise requer uma avaliação não apenas dos aspectos econômicos diretos, mas também das implicações mais amplas no tecido socioeconômico da cidade. Assim, é fundamental examinar os custos operacionais, as tendências do mercado local, a localização estratégica e o planejamento planejado dos shoppings abertos, além de considerar os efeitos potenciais sobre a infraestrutura existente e a distribuição



de renda na comunidade. Portanto, com base nas conclusões deste estudo, é possível sugerir que os shoppings abertos têm o potencial de desempenhar um papel significativo no fortalecimento do comércio urbano. Contudo, para que isso se concretize, é essencial que sua concepção e implementação sejam realizadas de maneira cuidadosa, estratégica e responsável, com vistas a promover não apenas o crescimento econômico, mas também a inclusão social e o desenvolvimento sustentável das cidades.

## 5. Recomendações

Tem-se como objetivo principal desta pesquisa, realizar uma análise sobre os benefícios dos shoppings abertos em comparação com o comércio urbano convencional e outros tipos de empreendimentos comerciais. Para isso, é essencial considerar diversas perspectivas, como as de consumidores, comerciantes, urbanistas, autoridades públicas e comunidades locais, a fim de obter uma compreensão abrangente do tema. Além disso, pretendemos fornecer diretrizes e políticas que possam orientar o desenvolvimento sustentável e integrado de shoppings abertos no contexto urbano, maximizando seus benefícios para as cidades contemporâneas.

## 6. Referências Bibliográficas

ABRAHÃO DE OLIVEIRA. **O primeiro shopping center de São Paulo: o Iguatemi**. SP In Foco. Disponível em: <https://www.saopauloinfoco.com.br/shopping-iguatemi/>. Acesso em: 27 mar. 2024.

ANA JÚLIA RAMOS. **O que é Identidade Visual e quais as diferenças para o Branding**. Rock Content - BR. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/identidade-visual/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

ANDRADE MARINHO LMF. **Open Mall: Tudo ao seu alcance com muito mais conforto**. Andrademarinholmf.com.br. Disponível em: <https://andrademarinholmf.com.br/blog/open-mall-tudo-ao-seu-alcance-com-muito-mais-conforto>. Acesso em: 02 mar. 2024.

ALMENDRA ARQUITETURA FUNCIONAL. **Os open malls ou strip malls, como também são conhecidos, nasceram nos Estados Unidos na década de 80, mas não poderiam deixar de ser mais atuais. Grande tendência ao redor do mundo, esses centros comerciais ao ar livre reúnem muito do que os consumidores buscam hoje em uma experiência que combina**. LinkedIn.com. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/open-mall-o-shopping-c%C3%A9u-aberto-que-caiu>. Acesso em: 6 abr. 2024.

ARCHATEAM. **Precisamos falar sobre a importância da arquitetura comercial** - Archademy. Archademy. Disponível em: <https://www.archademy.com.br/blog/arquitetura-comercial/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa; CACHINHO, Herculano. **As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos**. Repositorio.ul.pt, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/61564>. Acesso em: 25 mar. 2024.

DCLMANAGER. **Open Mall: por que esse conceito está tão em alta?** DCL Real Estate. Disponível em: <https://dclrealestate.com.br/open-mall-por-que-esse-conceito-esta-cao-em-alta/>. Acesso em: 6 abr. 2024.

HERMETO, Leonardo. **Interiorização de shoppings**. Blog Group Software. Disponível em: <https://www.groupsoftware.com.br/blog/interiorizacao-de-shoppings/#:~:text=Impacto%20socioecon%C3%B4mico%20da%20interioriza%C3%A7%C3%A3o%20de%20shoppings,->



A%20interioriza%C3%A7%C3%A3o%20de&text=A%20abertura%20de%20lojas%20e,gerando%20desenvolvimento%20socioecon%C3%B4mico%20na%20regi%C3%A3o. Acesso em: 30 mar. 2024.

MARTINO, Giovana. **Das ruas à internet: a história do comércio e sua relação com o território.** ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/995713/das-ruas-a-internet-a-historia-do-comercio-e-sua-relacao-com-o-territorio>. Acesso em: 25 mar. 2024.

POCKETSTOP. **6 Reasons Open-Air Shopping Mall Centers are Winning.** RedFlag. Disponível em: <https://pocketstop.com/blog/6-reasons-open-air-shopping-mall-centers-are-winning/>. Acesso em: 27 mar. 2024.

QUALITARE. **Shoppings no modelo “strip mall” têm crescido no Brasil; saiba como funciona.** - H-Station. H-Station. Disponível em: <https://hstationincorporacao.com.br/shoppings-no-modelo-strip-mall-tem-crescido-no-brasil-saiba-como-funciona/>. Acesso em: 6 abr. 2024.

RODRIGUES, Renata; DAISE, Geisa. O Comércio, A Cidade E A Expansão Da Socioeconomia Solidária Na Mesorregião Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba. **Para onde!?**, v. 3, n. 2, 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/paraonde/article/view/22099#:~:text=O%20com%C3%A9rcio%20pode%20ser%20entendido,o%20rural%20e%20o%20urbano>. Acesso em: 25 mar. 2024.

SARFARAZ ADAWADKAR  PMP®,ACP,CAPM,INT'L ASSOC. AIA. **Saudi Arabia is embracing open-air shopping malls Open-air shopping malls, also known as outdoor malls or lifestyle centers, are retail complexes that feature a mix of stores, restaurants, and entertainment venues in an open-air setting. Unlike traditional indoor shopping malls, open-air malls are d.** LinkedIn.com. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/saudi-arabia-embracing-open-air-shopping-malls-sarfazar->. Acesso em: 27 mar. 2024.

TNB.STUDIO. **Arquitetura comercial: o que é e qual a sua importância? | Tasselo.** Tasselo.com.br. Disponível em: <https://tasselo.com.br/arquitetura-comercial-o-que-e-e-qual-a-sua-importancia>. Acesso em: 5 abr. 2024.

ULISSES. **OPEN MALL: UMA TENDÊNCIA DE VAREJO NO BRASIL – Vera Zaffari & Co.** Vera Zaffari & Co. Disponível em: <https://www.verazaffari.com.br/mercado/open-mall-uma-tendencia-de-varejo-no-brasil/>. Acesso em: 02 mar. 2024.

VIEIRA, Rosa Maria. Shopping centers-espaco, cultura e modernidade nas cidades brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, p. 146-150, 1994.

