Uni-ANHANGUERA – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE GOIÁS
CURSO DE ENGENHARIA CIVIL

INFLUÊNCIA DO APARECIDA SHOPPING NA CIDADANIA E MOBILIDADE URBANA EM APARECIDA DE GOIÂNIA

GISELIA DOS SANTOS CORTEZ
JAMYLLE IRYS SILVA DUARTE

GOIÂNIA
Maio/2018

FOLHA DE APROVAÇÃO

GISELIA DOS SANTOS CORTEZ

JAMYLLE IRYS SILVA DUARTE

INFLUÊNCIA DO APARECIDA SHOPPING NA CIDADANIA E MOBILIDADE URBANA EM APARECIDA DE GOIÂNIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora como requisito parcial para obtenção do Bacharelado em Engenharia Civil do Centro Universitário de Goiás - Uni-ANHANGUERA, defendido e aprovado em 21 de maio de 2018 pela banca examinadora constituída por:

Profa. Dra. Cristiane Rachel de Paiva Felipe (Orientadora)

Profa. Esp. Helena Bernardes Cortez

Profa. Me. Leandra de Brito Rodrigues

Dedicamos este artigo primeiramente a Deus, pela a força e coragem durante toda essa caminhada, autor do nosso destino e nosso guia. Aos filhos da Giselia, Eduardo e Murillo que foram o seu maior incentivo para que este sonho tornasse realidade.

AGRADECIMENTO

Agradecemos a nossa família que foram a nossa maior inspiração e força, por acreditarem e apoiarem em nosso sonho. Nosso agradecimento também a professora e orientadora Dra. Cristiane Rachel de Paiva Felipe pelo apoio, incentivo e amizade, por repassar seu conhecimento, que tornaram possível a conclusão deste projeto. Gratidão a todos nossos mestres e amigos, que de alguma maneira contribuiu ao nosso aprendizado durante esses anos de estudos. A todos o nosso muito obrigada!

Resumo

Um dos problemas enfrentados pelas metrópoles é a falta de planejamento urbano, resultado do crescimento desordenado das cidades. Aparecida de Goiânia, localizada na região metropolitana de Goiânia, tem como um dos objetivos de seus planos diretores a solução de problemas relacionados à mobilidade. O objetivo do presente trabalho é analisar o impacto do Aparecida Shopping na cidadania e mobilidade urbana, logo que o empreendimento foi projetado para atender à comunidade, oferecendo oportunidades de empregos, negócios, segurança, lazer e cultura. O estudo foi realizado por meio de questionários aplicados aos moradores do entorno do empreendimento, usuários e funcionários do Shopping, utilizando também mapas e documentos, para análise descritiva e exploratória do espaço. Todos os seguimentos classificam como muito alta a satisfação na escolha da localização para implantar o Shopping, proporcionando um aumento considerado muito alto na implantação e valorização dos estabelecimentos comerciais, valorização dos lotes, residências conforme os moradores. O aumento dos assaltos e furto na região foi considerado alto para os moradores, já os usuários e funcionários o consideraram como médio. Considerando o carro particular o meio de transporte mais utilizado, os moradores da região perceberam um aumento muito alto nos congestionamentos na região, os usuários consideraram alto e apenas os funcionários consideraram baixo o efeito do Shopping no trânsito. O shopping teve efeito significativo no desenvolvimento da região, por proporcionar melhorias na qualidade de vida e por oferecer maior opção de produtos e serviços à população da cidade. Entre as melhorias propostas está a implantação de uma faixa de pedestre em frente a porta principal do Shopping na Avenida Independência, dando acesso ao Parque da Família, e a implantação de torres das operadoras de telefonia nas proximidades. Estas medidas podem facilitar a comunicação dentro do empreendimento além de melhorar a segurança de moradores, usuários e funcionários do Shopping.

PALAVRAS-CHAVE: Plano diretor. Planejamento urbano. Centro comercial. PGV.

1 INTRODUÇÃO

A ampliação horizontal de uma cidade pode ajudá-la a se juntar a outro espaço urbano, no qual seus alcances demográficos mal possam ser distinguidos. Este fenômeno se chama conurbação. A metropolização completa a conurbação dos núcleos urbanos, a união de várias cidades que funcionam, como uma única cidade. Forma-se então um território composto por diversas urbanizações, com características distintas de tempo, espaço e processo culturais (ROMANELLI; ABIKO, 2011).

O municipio de Aparecida de Goiânia teve a sua fundação pela doação de terras feitas por um grupo de fazendeiros da região onde hoje está o municipio de Hidrolândia. Atualmente ela é a décima maior aglomeração urbana do Brasil, sendo a segunda maior da região metropolitana de Goiânia e também do estado. Sua população é formada por 99,75% de população urbana e de 0,25% de população rural, somando 542.090 habitantes em 2017 (PREFEITURA DE APARECIDA DE GOIÂNIA, 2017).

O município não conta com uma área geografica extensa que possibilite que o setor primário (pecuária e agricultura) se intensifique, A cidade procurou sua estabilidade financeira a área industrial, que teve início na década de 1990 de forma mais intensa, que contou com este processo basicamente de forma expontânea. A sua econômia vem se consolidando com a construção do Polo Industrial, hoje está sendo considerado como um dos mais dinâmicos do Estado. Com isso vem ganhando sua independência financeira e perde seu titulo de cidade dormitório, ou periferia (PREFEITURA DE APARECIDA DE GOIÂNIA, 2017).

O planejamento urbano é baseado na elaboração e execução do plano diretor da cidade. Seu objetivo é desenvolver diretrizes com a participação da população, para minimizar problemas existentes, e proporcionar desenvolvimento e crescimento ordenado no espaço urbano em harmonia com o meio ambiente (FERNANDES et al., 2012).

Para Fernandes (2008), após a promulgação da Constituição Federal de 1988 e a aprovação da Lei Federal n° 10.257 - Estatuto das Cidades, em 10 de julho de 2001, houve melhorias nos meios urbanos, uma vez que a necessidade de planejamento urbano estava visível nas cidades, devido aos seus crescimentos acelerados e desordenados. Proporcionou também, diversos benefícios como retorno, pois, incentivou as cidades a executarem seus planos diretores, que é um instrumento do Estatuto das Cidades.

De acordo com Estatuto da Cidade (2001), o plano diretor municipal deve ser obrigatório para municípios com mais de 20 mil habitantes, incluindo a obrigatoriedade aos

municípios pertencentes de regiões metropolitanas brasileiras. Seu descumprimento está sujeito a penalização criminal, devendo ser refeito a cada 10 anos. O plano diretor deve abranger toda área municipal, estabelecendo diretrizes que possibilitam o desenvolvimento da cidade, e para isso é importante analisar o zoneamento do município, o uso e ocupação do solo, mobilidade e acessibilidade da cidade, podendo assim solucionar problemas de infraestrutura, ordenamento e crescimento, além de preparar o município para receber investimentos de pequeno, médio e grande porte (FERNADES, 2008).

Aparecida de Goiânia, já possui obrigatoriedade de elaboração de plano diretor por possuir mais de vinte mil habitantes, e também por fazer parte da região metropolitana de Goiânia. Sendo o segundo município com maior número de habitantes de Goiás, ficando atrás apenas da capital. Em 2010, de acordo com IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estudo), Aparecida de Goiânia contava com 455.657 habitantes, e sua população estimada para 2017 é de 542.090 habitantes (SOUZA; FRATTARI, 2009).

Em 17 de fevereiro de 2017, teve início o segundo Plano Diretor (PD2017/2027) de Aparecida de Goiânia, aprovado exatamente no dia 15 de dezembro de 2016, por Maguito Vilela ex-prefeito. O plano foi projetado para dez anos e teve a participação de toda população em sua elaboração. As propostas da sociedade foram iniciadas em 2014, por meio de audiências públicas e, passaram a ser executadas pela equipe do governo atual o prefeito Gustavo Mendanha Melo.

Segundo Mendanha – prefeito de Aparecida de Goiânia – em entrevista ao Jornal Opção em julho de 2017, um plano diretor tecnológico, independentemente do prefeito que esteja na administração, precisa-se seguir as diretrizes de acordo com a lei. Para ele, o processo de elaboração do plano diretor de Aparecida de Goiânia foi inteiramente repensado, atendendo as exigências da legislação. Com preocupação com o futuro da cidade, fortalecimento econômico, projeto de mobilidade, e outros projetos que já eram considerados no plano anterior, de 2002. Lembrando que pontos positivos do anterior foram mantidos no novo plano diretor, sendo que o atual se destaca por questões pouco faladas na versão anterior, tais como: mobilidade urbana e sustentabilidade, destacando o transporte coletivo (JORNAL OPÇÃO, 2017).

Segundo Marrara (2014), o transporte público coletivo é definido como serviço público de transporte de passageiros acessível a toda a população mediante pagamento individualizado, com itinerários e preços fixados pelo poder público.

De acordo com o site The City Fix Brasil (2016), macroacessibilidade é definindo como acessibilidade territorial; é ser acessível em relação a todos os outros meios de acesso. De forma mais clara, macroacessibilidade é poder cruzar o espaço com facilidade de acesso às construções urbanas, sistema viário ou outro sistema de transporte em geral. A macroacessibilidade está diretamente relacionada com a abrangência espacial do sistema viário e dos sistemas de transporte em função das possibilidades de acesso à cidade em si (associada ao planejamento urbano e dos transportes).

De acordo com Avelino - diretor executivo da Rede Metropolitana de Transporte Coletivo (RMTC) – o município apresentou dados do Novo Plano Operacional (NPO 2017). A pesquisa, realizada em novembro de 2016, ouviu 98.826 usuários em 21 terminais da região metropolitana de Goiânia. A partir dos dados apresentados, o atual prefeito de Aparecida de Goiânia, Gustavo Mendanha comunicou que a comissão irá traçar novas metas com objetivos a médio e curto prazo, para melhorar a rede de transporte público do município. "Atualmente a demanda da cidade mudou e é grande a quantidade de usuários que se movimentam apenas dentro do território municipal", enfatizou o prefeito garantindo as estratégicas serão criadas a partir desta nova realidade, (PREFEITURA DE APARECIDA DE GOIÂNIA, 2017).

A construção de empreendimentos de grande porte, que são classificados como Polos Geradores de Viagens (PGVs), estão relacionados a existência de outros PGVs, ao desenvolvimento da cidade e à acessibilidade do local (GRIGOLON, 2007). De acordo com Soares (2016), shopping centers podem ser classificados como PGV por se enquadrarem nos critérios de análise, que são: tipo, porte e número de viagens geradas. Logo torna-se imprescindível a análise das transformações que o empreendimento causa, assim como projeções futuras. A implantação de um shopping center gera impactos diretos no sistema viário, no uso e ocupação do solo do seu entorno afetando os fatores socioeconômicos da região.

O Aparecida Shopping está localizado no centro de Aparecida de Goiânia exatamente na Avenida Independência, a principal do Município. Teve sua inauguração em junho de 2017 e tem 48 mil m² de área construída. Tem como empreendedor o grupo Saga Malls, que é uma empresa com experiência em planejamento, desenvolvimento, comercialização e gestão de Shopping Centers (APARECIDA SHOPPING, 2017).

Ele conta com 1000 vagas de estacionamento, 125 lojas e sua inauguração teve previsão de gerar cerca de dois mil empregos. Foram investidos na construção do Shopping 250 milhões e ele é o primeiro construido no centro de Aparecida de Goiânia. Voltado para seus moradores, é um grande influenciador que ajuda no desenvolvimento da cidade, gerando

empregos formais e incentivando a economia, pois aumenta o consumo dos moradores e visitantes. Tem como endereço a Avenida Independência, Área 1, Setor Serra Dourada, Aparecida de Goiânia, Cep: 74973-340 (APARECIDA SHOPPING, 2017).

O presente estudo tem por objetivo a análise da influência do Aparecida Shopping na mobilidade urbana, economia, segurança e cidadania dos usuários e moradores do município de Aparecida de Goiânia, com ênfase na caracterização da região e nas alterações no trânsito.

2 MATERIAL E MÉTODOS

Foi analisada a influência do empreendimento Aparecida Shopping localizado na Avenida Independência, Área 1, Setor Serra Dourada, no município de Aparecida de Goiânia-GO (Figura 2). Buscando a caracterização da região do entorno do shopping, mediante análise descritiva e exploratória do espaço em um raio de 500 metros do empreendimento (Figura 1), em uma escala macro e micro (regional e específica) do local no qual está inserido o empreendimento estudado, incluindo a análise de mapas e pesquisa de campo que foram realizadas em fevereiro de 2018. Foi realizado o estudo do trânsito e uso e ocupação do solo (tipos de construções e atividades oferecidas) nas proximidades do empreendimento, podendo assim identificar as dificuldades ocorridas no acesso do Shopping.

Figura 1. Área de estudo com raio de 500 m em torno do Aparecida Shopping (Latitude 16°49'24,87"S e Longitude 49°15'4,84"O), em Aparecida de Goiânia- GO.
Fonte: Google Maps (2107).

Foram aplicados questionários para os seguimentos: moradores do entorno do empreendimento, usuários e funcionários do shopping. A quantidade de questionários foi definida após uma pré-amostragem com 10 entrevistados de cada segmento analisado, obtendo a variância de cada questão, identificando assim a questão de maior importância (com maior variância). A amostra foi definida com 99% de confiança e um erro de um ponto para as respostas objetivas, de acordo com a seguinte equação:

$$n = (Z^2 * S^2) / e^2$$

Onde:

n = Número de questionários

Z = Referente ao valor tabelado para probabilidade de 99%

S = Variância

e = Erro

Dessa forma, foram analisados 30 questionários para cada um dos segmentos analisados (moradores, funcionários e usuários do shopping). Foi utilizado para a comparação de questões idênticas nos diferentes segmentos, o teste de t ao nível de 5% de probabilidade.

As perguntas objetivas tiveram respostas padronizadas de um a dez, em que (um) não representava alterações perceptíveis pelos entrevistados, e (dez) significava uma alteração altamente perceptível pelo entrevistado, ou seja, uma diferença altamente percebida após a implantação do Aparecida Shopping.

As respostas – obtidas por meio de notas – atribuídas pelos participantes foram agrupadas da seguinte forma:

- Nota de 0 a 3: Insignificante;
- Nota de 4 a 5: Baixo;
- Nota de 6 a 7: Médio;
- Nota de 8 a 9: Alto;
- Nota 10: Muito Alto.

Figura 2. Aparecida Shopping, localizado na Avenida Independência, Área 1, Setor Serra Dourada no município de Aparecida de Goiânia-GO.
Fonte: Aparecida Shopping Center (2017).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O município de Aparecida de Goiânia se localiza da região metropolitana de Goiânia, somando 542.090 habitantes em 2017. Cidade que vem ganhado destaque por seu desenvolvimento e crescimento. É uma cidade que sofre conurbação com Goiânia (Figura 3), estando relacionada à duas administrações a planejamentos distintos (SOARES, 2016).

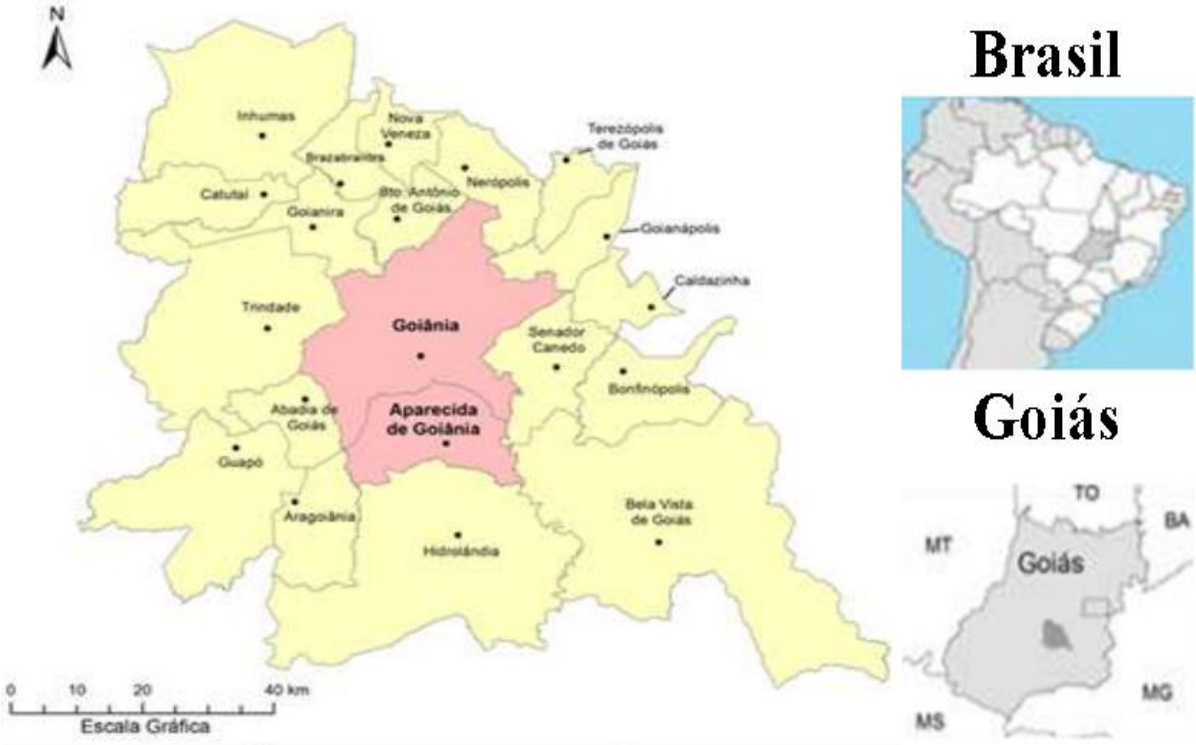

Figura 3. Região Metropolitana de Goiania – GO, 2000
Fonte: Soares (2016).

Em análise as suas centralidades, já que todas têm sua importância e influência no planejamento e desenvolvimento da região (Figura 4), está o cenário das atividades de Aparecida de Goiânia. Na região norte do município, localizado na área de conurbação com Goiânia, na Avenida Rio Verde, se localiza o Shopping Buriti, Atacadista Assai e a Cidade Empresarial. Próximo ao Anel Viário se encontra o Polo Industrial de Aparecida, e logo abaixo o Centro Histórico e empreendimentos como o Instituto Federal de Goiás, a Universidade Estadual de Goiás, o Hospital de Urgência de Aparecida de Goiânia, o Rodeio Show e o Aparecida Shopping.

Figura 4. Aparecida de Goiânia, principais equipamentos de produtos e serviços
Fonte: Soares (2016).

Soares (2016) define o zoneamento como um instrumento do planejamento urbano. Caracterizado pela função de dividir o espaço urbano em distintas zonas, essas divisões são estabelecidas de acordo com sua ocupação, adequando a determinada atividade oferecida, limitando e selecionando conforme a construção do empreendimento, função, tamanho e estrutura viária da região em seu entorno. Com o zoneamento, há uma melhor organização da estrutura urbana, e garantindo assim condições mínimas de habitação e suporte as diversas necessidades básicas.

Segundo o Plano Diretor (2017), o macrozoneamento corresponde à divisão da área do município em grandes macrozonas, que são denominadas por regiões administrativas. Essas áreas são organizadas de acordo com as suas características (território, população, socioeconômica e características ambientais), assim é possível estabelecer prioridades e estratégias para atender cada macrozona, e com isso há regulamentações diferenciadas de uso e ocupação do solo. Na Figura 5, constam as macrozonas do município de Aparecida de Goiânia, sendo o Aparecida Shopping localizado na Macrozona 08 – Centro.

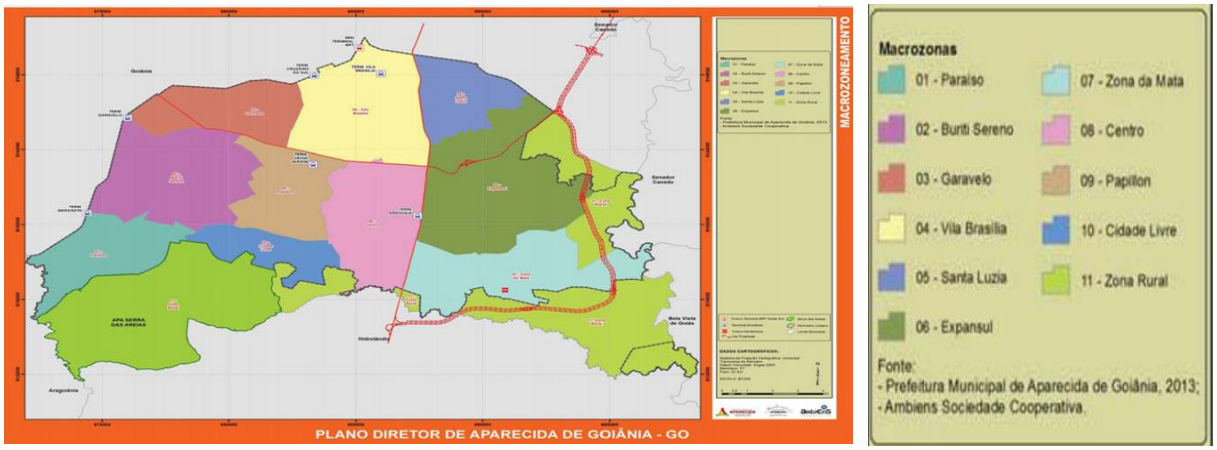

Figura 5. Mapa do Macrozoneamento de Aparecida de Goiânia
Fonte: Plano Diretor (2017).

De acordo com o atual Plano Diretor (2017) de Aparecida de Goiânia, a hierarquização viária da cidade tem como objetivo melhorar a integração das diversas zonas urbanas e setores, tornando assim o fluxo mais acessível. As Vias Estruturais (VE) tem a função de conduzir, de forma expressa, o tráfego com origem ou destino fora do território municipal. As Vias Arteriais (VA), são para tráfego entre zonas urbanas, e conectam-se com vias estruturais para facilitar os fluxos. Vias Coletoras (VC), são responsáveis pela condução do trafego entre as vias locais e as vias hierarquicamente superiores. Já as Vias Locais (VL), possibilitam o acesso à atividades locais, pequenos fluxos, permitindo o acesso aos lotes. O Aparecida Shopping está localizado na Avenida Independência, considerada uma Via Arterial, proporcionando fácil acesso do centro da cidade a BR 153 (Figura 6).

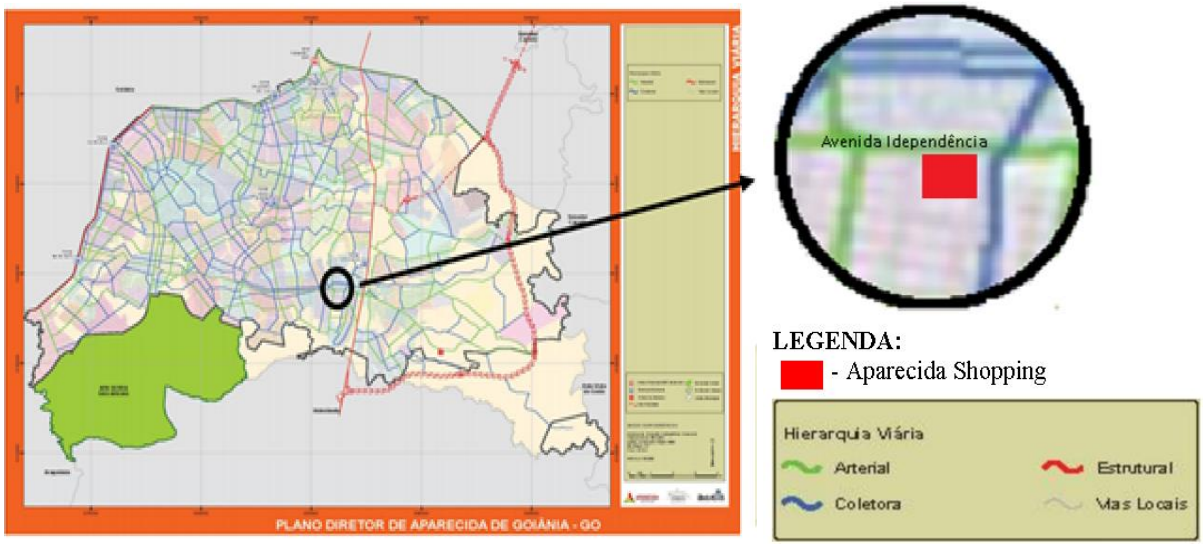

Figura 6. Mapa do Sistema Viário de Aparecida de Goiânia
Fonte: Plano Diretor (2017).

De acordo com o estudo do entorno do Aparecida Shopping que se localiza na Avenida Idependência, a região conta com os pontos de transporte coletivo localizados de acordo com o mapa, (Figura 7), e as seguintes linhas atende a região:

- Linha 031 - Eixo Independência: com parada no ponto localizado na Avenida Independência e Avenida Perimetral, com acesso ao Terminal Garavelo e Terminal Araguaia;

- Linha 507: com parada no ponto localizado na Rua Padre Marcelino Champagnata, com acesso ao terminal Terminal Araguaia e Village Garavelo;

- Linha 550: com parada no ponto localizado na Rua São Bento, com acesso ao Terminal Araguaia e Tangará;

- Linha 569: com ponto localizado na Avenida Perimetral e Avenida Copacabana com acesso ao Terminal Araguaia e setor Serra Dourada;

- Linha 650 – Eixo T-63: com ponto localizado na Avenida Independência e Avenida Perimetral, linha Circular Sul com acesso a BR-153, com acesso ao Terminal Araguaia, Terminal Isidória, Terminal Villa Brasília, Terminal Veiga Jardim e Terminal Cruzeiro;

- Linha 651 – Eixo T-63: com ponto localizado na Avenida Independência, linha Circular Sul, com acesso ao Terminal Araguaia, Terminal Isidória, Terminal Villa Brasília, Terminal Veiga Jardim e Terminal Cruzeiro;

- Linha 970 – Eixo Jataí: com ponto localizado na Rua João Batista de Tolêdo, com acesso ao terminal Araguaia, Praça Trindade.

Conforme a Prefeitura de Aparecida de Goiânia (2017), o NPO 2017 é um estudo técnico da RMTC que através dele avaliou a demanda de viagens de transporte coletivo e as necessidades da população; essa estrutura de rede de transporte coletivo e oferta de serviços; e

os fatores que incidem na qualidade, desempenho, produtividade e economia. Tem como principais objetivos ampliar a demanda, não esquecendo de atender as necessidades locais de desenvolvimento urbano, melhorar a qualidade dos serviços ofertados ao cidadão e fortalecer o transporte coletivo da região metropolitana. Mas apesar da região ter bastantes opções de linhas de transporte coletivo dando acesso a importantes terminais de toda capital e região metropolitana de Goiânia, esse meio de locomoção não é predominante entre a população, como veremos nos resultados e discursões dos questionários aplicados aos seguimentos (moradores do entorno, funcionários e usuários do shopping).

Figura 7. Mapa de Localização dos Pontos de Transporte Coletivo nas Proximidades do Aparecida Shopping.
Fonte: Google Maps (2107).

3.1 Moradores do Entorno do Shopping

Para 57% dos moradores entrevistados, o aumento dos números de acidentes nas vias do entorno do Shopping após sua implantação foi considerado alto, e o aumento no nível de congestionamento em horários de pico foi avaliada como alto para 57% dos entrevistados desse seguimento, já que antes da construção do empreendimento havia no terreno apenas uma fábrica de transformadores de energia elétrica abandonada, que não causava nenhum fluxo no trânsito.

Em relação à quantidade de sinalizações horizontais e verticais voltadas para a melhoria da mobilidade no entorno do shopping (Figura 8), 63% dos moradores consideram como alta o nível de satisfação. Apesar do alto contentamento com a sinalização, foi apontado a falta de uma faixa de pedestre em frente a porta principal do shopping na Avenida Independência, para dar acesso ao Parque da Família, e assim tornar a travessia mais segura.

A implantação de polos geradores de viagens (PGV), causa profundos impactos no espaço urbano, relacionando o trânsito e o sistema viário, assim também como uso e ocupação do solo. Visto isso, também é responsável pela formação de subcentros na cidade, fazendo com que esse espaço adquira características marcantes, promovendo maior integração e acessibilidade as diversas atividades oferecidas no local, e, contudo, agrega maior valor ao solo (SOARES, 2016).

Figura 8. Congestionamento em frente ao Aparecida Shopping na Avenida Independência (a). Sinalização horizontal e vertical em torno do shopping, cruzamento da Rua Tener de Melo com a Avenida Independência (b).

A quantidade de furtos e assaltos na região após a construção do Shopping, foi considerado alta para 33% dos moradores. Neste caso a estatística não inclui apenas assaltos a estabelecimentos comerciais, mas qualquer tipo de roubo e furto. Mas a violência não afetou a geração de estabelecimentos comerciais implantados com a chegada do Aparecida Shopping, classificada como muito alta segundo a percepção de 77% dos moradores da região.

A implantação do PGV provocou crescimento e desenvolvimento na região central de Aparecida de Goiânia, considerado como muito alto na visão de 73% dos moradores, por proporcionar valorização dos lotes, residências e nos estabelecimentos comerciais. Também houve um crescimento considerado muito alto para 60% dos entrevistados nas opções de produtos e serviços oferecidos na região. Proporcionando maior agilidade e facilidade para

resolver assuntos do cotidiano, como bancos, supermercados e farmácias, tornando a satisfação com a escolha do local para construção do empreendimento muito alto, de acordo com 67% dos moradores da região (Figura 9).

Segundo Grigolon (2007), é aceitável realizar uma relação entre o PGV e as características de uso e ocupação do solo, de acordo com a atividade exercida pelo empreendimento, assim também como relacionar fatores socioeconômicos da população que o empreendimento atende, como números de viagens e mudanças no trânsito que ele provoca. Uma vez que os impactos provocados por um PGV, independente do porte da cidade, em curto prazo não está relacionado apenas a sua implantação. Mas a médio e longo prazo, os seus impactos estarão relacionados ao uso e ocupação do solo do seu entorno, ao sistema viário e transporte, incluindo público e privado.

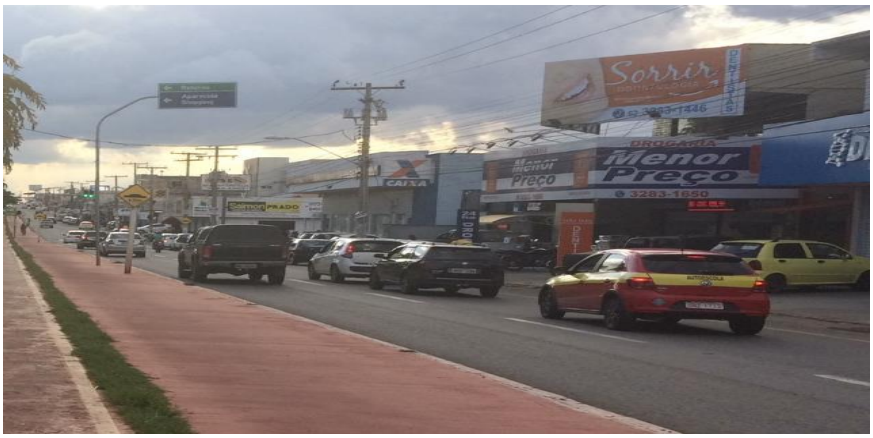

Figura 9. Vista da Avenida Independência em frente ao Aparecida Shopping.

Em análise aos meios de locomoção dos moradores do entorno do empreendimento, tanto para a ida ao shopping, quanto para outros destinos mais distantes, o carro particular é predominante (Figura 10). Conforme Lobo et al. (2013), um desenvolvimento urbano acelerado, junto com processo de planejamento econômico e estimulo à industrialização, associado à precariedade dos transportes público e ao aumento da utilização de modelos de transportes individual, tem colaborado para o avanço de problemas relacionados à acidentes de trânsito, à congestionamentos e aos autos níveis de poluição.

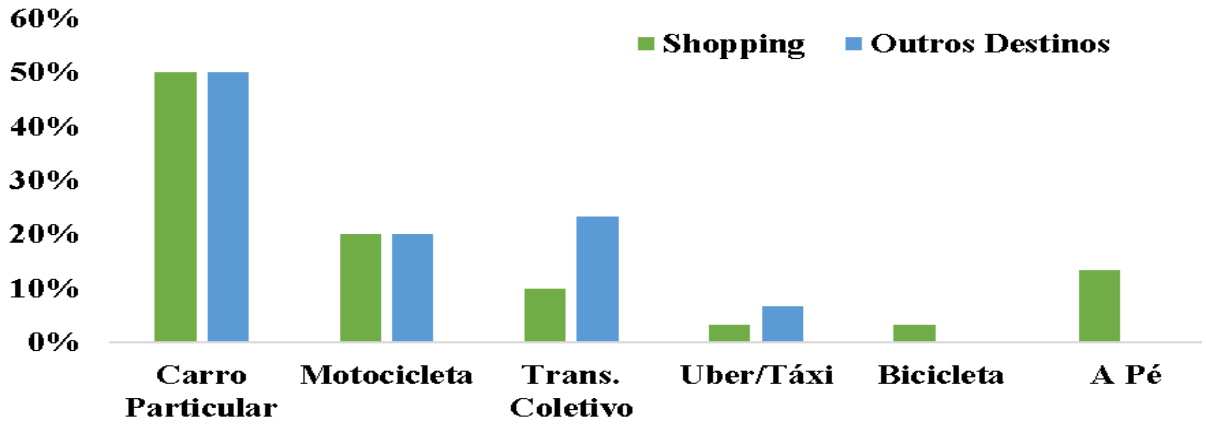

Figura 10. Meio de locomoção dos moradores do entorno do empreendimento. Para ida ao Shopping. Para ida a outros destinos com maior distância.

O perfil dos moradores da região do entorno do Shopping, em termos no nível de escolaridade, se constitui de 20% das pessoas com ensino fundamental completo, 10% ensino fundamental incompleto, 33% ensino médio completo, 13% ensino médio incompleto. Apenas 13% dos moradores têm graduação completa e 10% possuem graduação incompleta.

Já em relação com a ocupação dos cidadãos moradores da região, 7% das pessoas trabalham em empresas familiares, 37% são funcionários de empresas privadas, 47% são autônomos e 10% das pessoas são aposentados. Em termos de renda familiar, 13% das pessoas recebem até R$ 1.624,00, 53% possui renda familiar entre R$ 1.625,00 a R$2.700,00, 30% se enquadra com renda familiar entre R$ 2.701,00 a R$ 4.852,00. Somente 3% tem renda familiar entre R$ 4.853,00 a R$ 9.254,00.

3.2 Funcionários do Shopping

O Shopping conta atualmente com mais de mil funcionários, considerando a geração de mais mil oportunidades de emprego nos próximos meses. E avaliando os resultados obtidos nos questionários aplicados a esse seguimento, foi possível verificar o perfil das pessoas que trabalham nesse empreendimento e ter uma visão de como esses funcionários caracterizam o shopping. A grande maioria dos funcionários reside na cidade de Aparecida de Goiânia, totalizando 87%, outros 13% residem em Goiânia. Normalmente empreendimentos de tal porte, concentram várias lojas de diversos ramos atraindo desenvolvimento para a região e oferecendo grande número de empregos.

Analisando a distância da residência ao local de trabalho e o meio de locomoção dos funcionários, nota-se que o empreendimento atendeu a expectativa de proporcionar emprego a pessoas de distintos lugares, porém a maioria reside nas proximidades. A maior parte dos funcionários (53%) reside a uma distância de até 5 km de shopping, e usa predominantemente (47%) como meio de locomoção o carro particular (Figura 11). Quando comparadas as médias dos meios de locomoção entre os funcionários e moradores, não foi verificada diferença significativa pelo teste de t, ao nível de 5% de probabilidade. Com efeito, ambas populações utilizam predominantemente o mesmo tipo de locomoção.

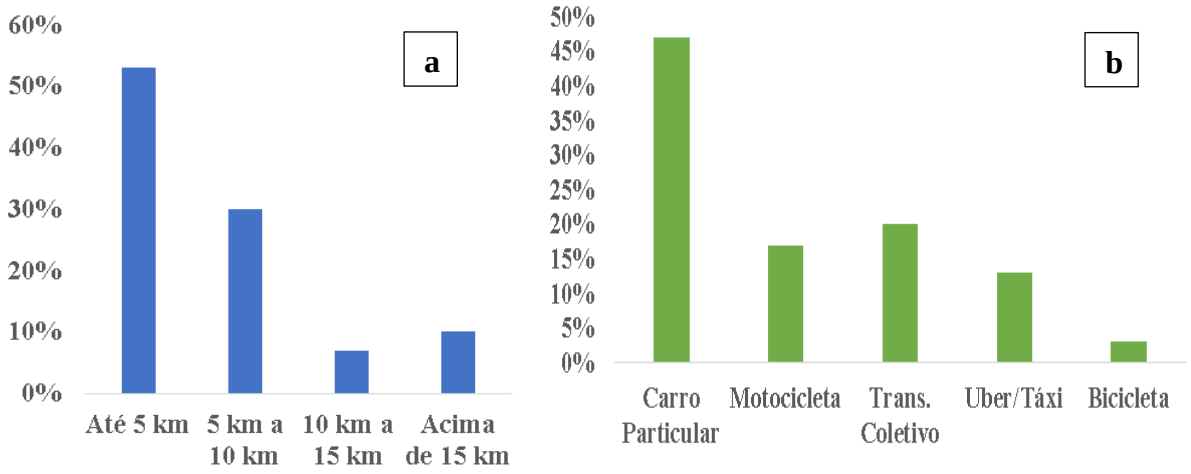

Figura 11. Distância da residência dos funcionários até o shopping (a). Meio de locomoção utilizado pelos funcionários para ir ao shopping (b).

Segundo Pero e Stefanelli (2015), o tempo de deslocamento no meio urbano está relacionado com a distância a ser percorrida, o modal utilizado e o fluxo do trânsito, afetando de forma significativa a qualidade de vida da população. Para compreender a mobilidade urbana é necessário o envolvimento de diversos fatores, como o desenvolvimento regional urbano, as características socioeconômicas, o planejamento urbano e as políticas públicas. Assim, melhorias na mobilidade dos centros urbanos refletem benefícios relevantes, como, redução do tempo de deslocamento e, ou, seus custos de acordo com cada região, bem-estar e segurança da população.

O estudo do tráfego, resultou em um cenário em que 50% dos funcionários do shopping consideram como insignificantes os congestionamentos nas vias próximas ao empreendimento. Pelo teste de t, foi verificada uma diferença significativa (5%), entre as médias obtidas sobre a percepção dos congestionamentos entre funcionários do shopping e

moradores do entorno. Enquanto os moradores consideraram os congestionamentos na região como de nível alto, os funcionários os consideraram como insignificantes.

Em relação aos funcionários, 40% caracterizam como alta a existência de sinalização vertical e horizontal em torno do empreendimento para orientar na mobilidade (Figura 12). Essa percepção não se diferenciou significativamente da obtida pelos moradores de acordo com o teste de t (5%).

O acesso à parte interior do shopping foi percebido como médio em termos de acessibilidade e segurança para 33% dos funcionários. Nesta população, a percepção em relação à segurança contra assaltos e furtos, também foi considerada como média nas proximidades do shopping para 40% dos entrevistados. Quando relacionado com a média dos moradores, não foi constatada diferença significativa (5%) pelo teste de t.

Dentre os funcionários, 67% classificam como muito alta a escolha da localização para implantação do shopping. Assim, pelo teste de t (5%), não foi verificada uma diferença significativa entre as médias desta variável obtida por funcionários e moradores. Sobre o bem-estar em trabalhar no shopping, 37% dos funcionários avaliam como médio e 20% avaliam como muito alto o bem-estar. Uns dos pontos de insatisfação manifestados foi a ausência de bebedouros públicos, e má qualidade do sinal de telefone na região, agravado no interior do shopping.

Figura 12. Entrada principal do Aparecida Shopping na Avenida Independência (a). Sinalização em torno do Shopping para orientar o seu acesso, vista da Rua dos Andrades (b).

Em termos de renda bruta, 90% dos funcionários ganham de um a três salários mínimos e 10% ganham entre três e cinco salários mínimos. Considerando que 7% dos funcionários possuem apenas ensino fundamental completo, 47% possuem ensino médio completo, 13% possuem ensino médio incompleto. Apenas 17% tem graduação completa e

outros 17% não concluíram a graduação. Não foi verificada diferença significativa, quando comparada com as médias dos moradores de acordo com o teste de t. Segundo Sousa (2005), existe um conjunto de fatores que interferem na mobilidade urbana, são eles: idade, gênero e nível educacional. São as distinções que determinam as condições de cada pessoa ou grupo social de se relacionar e de mobilizar no espaço urbano.

3.3 Usuários do Shopping

A influência que o Shopping exerce na região está diretamente ligada aos usuários que frequentam o empreendimento, pois são os maiores envolvidos. Com projeção de fluxo de aproximadamente 600 mil pessoas por mês, haja vista que o empreendimento tem influência não somente na população de Aparecida de Goiânia, como de outros municípios vizinhos. De acordo com os questionários, em torno de 77% desses usuários que são de Aparecida de Goiânia, 13% são de Hidrolândia, 7% de Goiânia e 3% de Senador Canedo. Conforme o teste t, não foi apresentada diferença significativa (5%) comparando as médias dos funcionários.

Na Figura 13, constam a distância da residência e o tipo de transporte dos usuários do shopping, que ali buscam produtos, serviços e lazer. A maioria dos frequentadores reside nas proximidades, em torno de 57%. O meio de transporte para ir até o Shopping mais utilizado é o carro particular, com 63% dos usuários. Tanto em relação ao meio de locomoção quanto à distância entre o empreendimento até a residência, de funcionários e moradores não foi verificada diferença significativa (5%), de acordo com o teste de t.

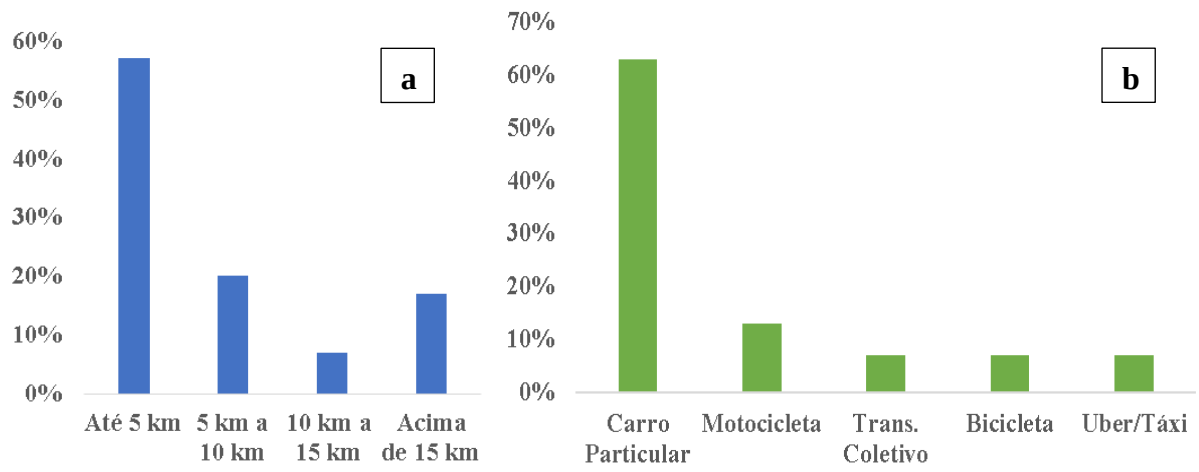

Figura 13. Distância da residência dos usuários até o shopping (a). Meio de locomoção utilizado pelos usuários para ir ao shopping (b).

A distribuição espacial da maioria das cidades brasileiras torna os locais de serviços, equipamentos e atividades, distantes das residências de grande parte da população. A mobilidade urbana vem, cada vez mais, ganhando relevância, se tornando tema nos debates sobre o futuro dos centros urbanos, sendo caracterizada não somente como uma área de estudo da engenharia, mas também como uma função social (SILVA, 2016).

A satisfação com a escolha dessa região para implantação do Shopping, foi considerada muito alta para 57% dos usuários. De acordo com o teste de t, não foi apresentada diferença significativa (5%) entre as médias obtidas dos moradores e funcionários. A construção do empreendimento proporcionou maior oferta de produtos e serviços na região, considerando esse aumento como muito alto para 80% dos frequentadores do empreendimento.

Com relação a acessibilidade e segurança no acesso ao empreendimento 50% dos usuários avaliam como alto. Para o teste de t, foi verificada uma diferença significativa (5%) quando comparada as médias obtidas dos funcionários que avaliaram como médio. Já a segurança na parte interna do shopping foi considerada muito alta por 50% dos usuários, o que caracteriza confiabilidade no empreendimento. A segurança nas vias próximas ao shopping relacionada à ocorrência de furtos e assalto, foi avaliada como alta por 43% dos usuários. Verificando com as médias obtidas pelos funcionários e moradores não foi apresentado diferença significativa, conforme o teste de t (5%).

A sinalização vertical e horizontal da região do entorno foi readequada após implantação do shopping para torna-lo acessível e seguro, sendo classificada como alta a satisfação de 53% dos usuários (Figura 14). Comparando com as médias obtidas pelos funcionários não foi verificado diferença significativa, mas realizando a comparação com as médias dos moradores foi verificado uma diferença significativa, de acordo com o teste de t. Para 50% dos usuários o shopping teve efeito significativo no trânsito da região, por provocar maior números de congestionamentos, avaliado como alto, quando comparado com antes da implantação do empreendimento, quando apenas 40% considerava alto. Com relação ao trânsito após a implantação do shopping, quando comparada com as médias dos funcionários que consideraram como insignificante e moradores, que consideraram como alto o número de congestionamento no trânsito após construção do shopping, foi possível verificar uma diferença significativa, conforme o teste de t (5%).

Figura 14. Sinalização horizontal e vertical em torno do Aparecida Shopping. Cruzamento da Rua Tener de Melo com a Avenida Independência (a). Travessia arriscada de pedestre na Avenida Independência por falta de faixa de pedestre em frente a porta principal do Shopping (b).

Entre a população que frequenta a Aparecida Shopping 7% possui apenas ensino fundamental completo, 3% tem o ensino fundamental incompleto, 50% possui ensino médio completo, 13% o ensino médio incompleto. Apenas 13% tem graduação completa e outros 13% possui graduação incompleta. Avaliando a ocupação de acordo com os questionários tem-se que 33% trabalha como funcionário de empresas privadas, 33% são autônomos, 20% dos usuários trabalham em seu próprio lar e 13% são aposentados. Em termos de renda familiar, 60% dos usuários admitiram ter entre R$1.625,00 a R$2.700,00, 33 % com renda familiar de R$2.701,00 a R$4.852,00 e 7% possui renda familiar entre R$4.853,00 a R$9.254,00. Em relação a escolaridade, não foi apresentado diferença significativa quando comparada as médias obtidas pelos seguimentos funcionários e usuários, já relacionado ao tipo de ocupação e renda familiar, quando comparado com as médias dos moradores não foi verificado uma diferença significativa (5%) pelo teste de t.

4 CONCLUSÕES

O Aparecida Shopping provocou aspectos da cidadania e mobilidade da região, tendo efeito significativo no desenvolvimento da região. O empreendimento aumentou a implantação de estabelecimentos comerciais, valorizando lotes, residências e estabelecimentos na vizinhança, além de oferecer maior opção de oportunidades de empregos, produtos, negócios, segurança, lazer e cultura na região.

Entre as melhorias propostas, está a implantação de uma faixa de pedestre em frente a porta principal do Shopping na Avenida Independência, dando acesso ao Parque da Família, para tornar a travessia mais segura. A implantação de torres das operadoras de telefonia nas proximidades, devido à má qualidade do sinal de telefone na região, agravado no interior do Shopping, já que meios de comunicação se tornou essencial na atualidade. Destaca-se também a implantação de bebedouros dentro empreendimento. Estas medidas podem facilitar a comunicação, além de melhorar a segurança e bem-estar dos moradores, usuários e funcionários do Shopping.

REFERÊNCIAS

APARECIDA SHOPPING. **O Shopping.** Disponível em: <https://www.aparecidashoppingcenter.com.br/shopping.asp>. Acesso em 22 nov. 2017.

BRASIL, Lei n° 10.57. de julho de 2001. **Estatuto da cidade**. Guia para implementação pelos municípios e cidadãos. Ed. 2, Brasília, 2004.

FERNANDES, D. L.; RUIZ, T. C. D.; GÂNDARA, J. M. G. O impacto do planejamento urbano na imagem da cidade. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 7., 2012, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: UCS, 2012. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/gt05/arquivos/05/01_40_46_Fernandes_Ruiz_Gandara>. Acesso em: 05 set. 2017.

FERNANDES, J. L. D. R. **As interfaces entre o Plano Diretor (PD) Municipal e o planejamento de arranjo Produtivo Local (APL): o caso de Tambaú no Estado de São Paulo (2003-2008).** 2008, 232 f. Dissertação (Mestrado em Área de Concentração: Planejamento Urbano e Regional) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-19012010-151451/pt-br.php>. Acesso em: 01 nov. 2017.

GRIGOLON, A. B. **Impactos dos padrões de crescimento espacial e de transportes no entorno de polos geradores de viagens.** 2007, 91 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento e Operação de Sistemas de Transportes) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18144/tde-04052007-152736/pt-br.php>. Acesso em 18 out. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRÁFIA E ESTUDO. **Conheça cidades e estudos do Brasil**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: < https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/aparecida-de-goiania/panorama>. Acesso em out de 2017.

JORNAL OPÇÃO. Em meio ao investimento na infraestrutura, o jovem prefeito peemedebista inicia também ações para que o município chegue à era digital. Goiânia, 15 de jul. 2017. Ed. 2192. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/entrevistas/vamos-transformar-aparecida-de-goiania-em-uma-cidade-inteligente-100007/>. Acesso em 23 de out. 2017.

LOBO, C.; CARDOSO, L.; MAGALHÃES, D. J. A.V. Acessibilidade e mobilidade espaciais da população na região metropolitana de Belo Horizonte: análise com base no censo demográfico de 2010. **Revista Cadernos Metrópole**. São Paulo, v. 15, n. 30, p. 513-533, dez 2013. Disponível em: < http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2013-3007>. Acesso em 22 out. 2017.

MARRARA, T. Transporte público e desenvolvimento urbano: Aspectos jurídicos da política nacional de mobilidade. **Revista digital de direito administrativo**. São Paulo, v. 2, n. 1, p. 120-136, 2015. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/84691-127318-2-pb-3.pdf>. Acesso em 10 jun. 2018.

PERO, V.; STEFANELLI, V. A questão da mobilidade urbana nas metrópoles brasileiras. **Revista de Economia Contemporânea.** Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 366-402, 2015. Disponível em: < http://dx.doi.org/10.1590/198055271932>. Acesso em: 30 ago. 2017.

PREFEITURA MUNICIPAL DE APARECIDA DE GOIÂNIA. Secretaria Municipal de Planejamento da Prefeitura de Aparecida de Goiânia. **Plano Diretor de Aparecida de Goiânia**, nov. 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE APARECIDA DE GOIÂNIA. **A Cidade**. Disponível em: <http://www.aparecida.go.gov.br/a-cidade/>. Acesso em 22 nov.2017.

PREFEITURA MUNICIPAL DE APARECIDA DE GOIÂNIA. **Notícias**. Disponível em: <http://www.aparecida.go.gov.br/prefeitura-debate-melhorias-no-transporte-publico-de-aparecida/>. Acesso em 10 jun.2018.

REDE METROPOLITANA DE TRANSPORTES COLETIVOS. **Visualize sua linha.** Disponível em: <http://www.rmtcgoiania.com.br/>. Acesso em 10 jun. 2018.

ROMANELLI, C.; ABIKO, A. K. **Processo de metropolização no Brasil**. São Paulo, p. 34, 2011. Texto Técnico da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, Departamento de Engenharia de Construção Civil. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiFy5i4z7LXAhUFQ5AKHew8CuEQFghEMAU&url=http%3A%2F%2Fwww.pcc.usp.br%2Ffiles%2Ftext%2Fpublications%2FTT_00028.pdf&usg=AOvVaw1qrXvl9R-xpS4ZdJYK97Qd>. Acesso em 22 out. 2017.

SILVA, A. da. Mobilidade urbana e equidade social: possibilidades a partir das recentes políticas de transporte público na metrópole do Rio de Janeiro. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**. Rio de Janeiro, n.10, p. 293-317, dez. 2016. Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Disponível em: < http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-12672016000200015&lang=pt>. Acesso em: 30 ago. 2017.

SOARES, E. C. M. **Centralidades e transformações na avenida Rio Verde em Aparecida de Goiânia.** 2016, 209 f. Dissertação (Mestrado em Projeto e Cidade) - Programa de Pós-Graduação Projeto e Cidade da Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016. Disponível em: < http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/6388>. Acesso em 05 set. 2017.

SOUZA, D. M. B. L. D.; FRATTARI, N. F. **Relatório de pesquisa estudo de caso - Aparecida de Goiânia.** Goiânia: Rede de avaliação e capacitação para a implementação dos Planos Diretores Participativos. jun. 2009. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact

=8&ved=0ahUKEwjX_c_zgrTXAhWHjpAKHUWDAIIQFggnMAA&url=https%3A%2F%2Fcipgeo.iesa.ufg.br%2Fup%2F195%2Fo%2FRelatorio_Final__Aparecida_de_Goiania.PDF&usg=AOvVaw0-Jhz135an8p1ocRDSxbN7>. Acesso em 20 out. 2017.

THE CITY FIX BRASIL. **Entenda o que é microacessibilidade e como ela incentiva modos de transporte mais sustentáveis.** Produzido por Wri Brasil – Ross Center. Disponível em: <http://thecityfixbrasil.com/2016/07/21/entenda-o-que-e-microacessibilidade-e-como-ela-incentiva-modos-de-transporte-mais-sustentaveis/>. Acesso em: 25 mar. 2018.

APÊNDICE A. Questionário a ser aplicado ao segmento moradores do entorno do Aparecida Shopping para identificar a influência do empreendimento na região de implantação, a ser aplicado em janeiro de 2017.

1) Aumentou a quantidade de acidentes nas vias do entorno do Shopping após a sua construção?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

2) Aumentou a quantidade de furtos e assaltos na região após construção do Aparecida Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

3) Em horários de pico, qual nível de congestionamentos das vias próximas ao Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

4) Aumentou a quantidade de comércios na região após implantação do Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

5) Qual o nível de valorização comercial dos lotes e residências após implantação do Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

6) Qual seu meio de locomoção para ir até o Shopping?

( ) Carro Particular ( ) Moto Particular ( ) Transporte Coletivo
( ) Uber/ Táxi ( ) A Pé ( ) Bicicleta

7) Qual seu meio de locomoção para ir a outros destinos?

( ) Carro Particular ( ) Moto Particular ( ) Transporte Coletivo
( ) Uber/ Táxi ( ) A Pé ( ) Bicicleta

8) Como você avalia a sinalização vertical e horizontal em entorno do empreendimento?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

9) Classifique a escolha e o processo de implantação do Shopping nessa região da cidade de Aparecida de Goiânia?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

10) Aumentou a opção de produtos e serviços consumidos após construção do shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

11) Qual seu nível de escolaridade?

( ) Ens. Fundamental Completo ( ) Ens. Fundamental Incompleto

( ) Ens. Médio Completo ( ) Ens. Médio Incompleto

( ) Graduação Completo ( ) Graduação Incompleto

( ) Especialização ( ) Mestrado ( ) Doutorado

12) Característica do morador do entorno do Shopping:

( ) Trabalha em Empresa Familiar ( ) Funcionário Privado

( ) Funcionário Público ( ) Autônomo

( ) Empregador ( ) Do Lar ( ) Aposentado

13) Em média, qual sua renda familiar?

( ) Até R$ 1.624,00 ( ) R$ 1.625,00 a R$ 2.700,00

( )R$ 2.701,00 a R$ 4.852,00 ( ) R$ 4.853,00 a R$ 9.254,00

( ) R$ 9.255,00 a R$20.888,00 ( ) Acima de R$ 20.888,00

( ) Não Declarar

APÊNDICE B. Questionário a ser aplicado ao segmento funcionários do Aparecida Shopping para identificar a influência do empreendimento na região de implantação, a ser aplicado em janeiro de 2017.

1) Onde você reside? _____

2) Em média, sua residência fica a qual distância do Aparecida Shopping?

( ) Até 5 Km ( ) 5 Km a 10 Km ( ) 10km a 15 Km ( ) Acima de 15 Km

3) Qual seu meio de locomoção para vim ao Shopping?

( ) Carro Particular ( ) Moto Particular ( ) Transporte Coletivo

( ) Uber/ Táxi ( ) A Pé ( ) Bicicleta

4) Enfrenta congestionamento nas vias próximas ao Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

5) O acesso a parte interior do Shopping é considerado acessível e seguro?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

6) Como você avalia a área do entorno do shopping, a sinalização vertical e horizontal para orientar o seu acesso.

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

7) Como classifica a escolha da localização do Shopping na cidade de Aparecida de Goiânia?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

8) De modo geral, como você avalia a segurança relacionados a assaltos e furtos nas proximidades do Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

9) Como você avalia seu bem-estar subjetivo ao trabalhar no shopping

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

10) Em média, qual seu salário bruto do seu trabalho no Shopping?

( ) Até 1 salário mín. ( ) 1 a 3 salários mín.

( ) 3 a 5 salários mín. ( ) 5 a 10 salários min.

( ) Acima de 10 salários mín.

11) Qual seu nível de escolaridade?

( ) Ens. Fundamental Completo ( ) Ens. Fundamental Incompleto

( ) Ens. Médio Completo ( ) Ens. Médio Incompleto

( ) Graduação Completo ( ) Graduação Incompleto

( ) Especialização ( ) Mestrado ( ) Doutorado

APÊNDICE C. Questionário a ser aplicado ao segmento usuários do Aparecida Shopping para identificar a influência do empreendimento na região de implantação, a ser aplicado em janeiro de 2017.

1) Onde você reside? _____

2) Em média, sua residência fica a qual distância do Aparecida Shopping?

( ) Até 5 Km ( ) 5 Km a 10 Km ( ) 10km a 15 Km ( ) Acima de 15 Km

3) Qual seu meio de locomoção para vim até o Shopping?

( ) Carro Particular ( ) Moto Particular ( ) Transporte Coletivo

( ) Uber/ Táxi ( ) A Pé ( ) Bicicleta

4) Que nota você dá para a escolha e a construção do Aparecida Shopping nesta região da cidade?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

5) O acesso a parte interior do empreendimento e considerado acessível e seguro?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

6) Como você avalia a sinalização vertical e horizontal para orientar o acesso ao Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

7) Como avalia o trânsito relacionado a quantidade de congestionamento nas proximidades do shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

8) Como você avaliava o trânsito relacionado a quantidade de congestionamento na região antes da construção do shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

9) De modo geral, como você avalia a segurança relacionado a assaltos e furtos nas proximidades do Shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

10) De modo geral como você avalia a segurança no interior do shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

11) Aumentou a opção de produtos e serviços oferecidos após construção do shopping?

( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) 7 ( ) 8 ( ) 9 ( ) 10

12) Qual seu nível de escolaridade?

( ) Ens. Fundamental Completo ( ) Ens. Fundamental Incompleto

( ) Ens. Médio Completo ( ) Ens. Médio Incompleto

( ) Graduação Completo ( ) Graduação Incompleto

( ) Especialização ( ) Mestrado ( ) Doutorado

13) Característica do usuário do Shopping:

( ) Trabalha em Empresa Familiar ( ) Funcionário Privado

( ) Funcionário Público ( ) Autônomo

( ) Empregador ( ) Do Lar ( ) Aposentado

14) Em média, qual sua renda familiar?

( ) Até R$ 1.624,00 ( ) R$ 1.625,00 a R$ 2.700,00

( )R$ 2.701,00 a R$ 4.852,00 ( ) R$ 4.853,00 a R$ 9.254,00

( ) R$ 9.255,00 a R$20.888,00 ( ) Acima de R$ 20.888,00

( ) Não Declarar

INFLUÊNCIA DO APARECIDA SHOPPING NA CIDADANIA E MOBILIDADE URBANA EM APARECIDA DE GOIÂNIA

CORTEZ, Giselia dos Santos[1]; DUARTE, Jamylle Irys Silva[1] e FELIPE, Cristiane Rachel de Paiva[2]

[1]Aluno do curso de Engenharia Civil do Centro Universitário de Goiás – Uni-ANHANGUERA.
[2]Professora orientadora Dra. do Curso de Engenharia Civil do Centro Universitário de Goiás – Uni-ANHANGUERA.

Um dos problemas enfrentados pelas metrópoles é a falta de planejamento urbano, resultado do crescimento desordenado das cidades. Aparecida de Goiânia, localizada na região metropolitana de Goiânia, com um dos objetivos de seus planos diretores a solução de problemas relacionados à mobilidade. O objetivo do presente trabalho é analisar o impacto do Aparecida Shopping na cidadania e mobilidade urbana, logo que o empreendimento foi projetado para atender à comunidade, oferecendo oportunidades de empregos, negócios, segurança, lazer e cultura. O estudo foi realizado por meio de questionários aplicados aos moradores do entorno do empreendimento, usuários e funcionários do Shopping, utilizando também mapas e documentos, para análise descritiva e exploratória do espaço. Todos os seguimentos classificam como muito alto a satisfação na escolha da localização para implantar o Shopping, proporcionando um aumento considerado muito alto na implantação e valorização dos estabelecimentos comerciais, valorização dos lotes, residências conforme os moradores. O aumento dos assaltos e furto na região foi considerado alto para os moradores, já os usuários e funcionários o consideraram como médio. Considerando o carro particular o meio de transporte mais utilizado, os moradores da região perceberam um aumento muito alto nos congestionamentos na região, os usuários consideraram alto e apenas os funcionários consideraram baixo o efeito do Shopping no trânsito. O shopping teve efeito significativo no desenvolvimento da região, por proporcionar melhorias na qualidade de vida e por oferecer maior opção de produtos e serviços à população da cidade. Entre as melhorias propostas está a implantação de uma faixa de pedestre em frente a porta principal do Shopping na Avenida Independência, dando acesso ao Parque da Família, e a implantação de torres das operadoras de telefonia nas proximidades. Estas medidas podem facilitar a comunicação dentro do empreendimento além de melhorar a segurança de moradores, usuários e funcionários do Shopping.

PALAVRAS-CHAVE: Plano diretor. Planejamento urbano. Centro comercial. PGV.