

A Importância de Critérios de Avaliação do Sucesso do Centro Comercial Aberto em Loulé do Ponto de Vista dos Comerciantes

Viviane Grunert da Fonseca

&

Lurdes Silva

Instituto Superior Dom Afonso III (INUAF)



2ª Seminário Luso-Brasileiro de Ciências do Ambiente
e Empresariais, Loulé, 13-15 de Outubro de 2011

Resumo

1. Definição e objectivos de um CCA
 - ↪ *habitabilidade* do centro de uma cidade
2. Medidas para avaliar um CCA
 - ↪ indicadores económicos
 - ↪ **indicadores de atitude**
3. Estudo com os comerciantes do CCA de Loulé
4. Notas finais

1. Definição e objectivos de um CCA

- Um problema preocupante em muitas cidades ocidentais é ... a **desertificação** dos centros das cidades.



Definição e objetivos de um CCA (cont.)

- Como combater a desertificação e melhorar
... a **habitabilidade** dos centros das cidades?

$$\boxed{\text{habitabilidade}} = \left\{ \begin{array}{l} \text{vitalidade ("elevado n}^\circ \text{ de peões ...")} \\ + \\ \text{viabilidade ("capacidade de ter comércio")} \end{array} \right.$$

(Balsas, 2004)

Definição e objectivos de um CCA (cont.)

- Para revitalizar os centros das cidades, o **governo português** incentivou projectos de

urbanismo comercial.

- Foram criados os chamados **Centros Comerciais Abertos** (CCAs), organizando e dinamizando os comerciantes por parcerias público-privadas.

Centros urbanos intervencionados (até 2009):

* programa PROCOM (1994-1999): cerca 150

* programa URBCOM (2000-2006): cerca 50

2. Medidas para avaliar um CCA

- Como avaliar a eficácia da iniciativa de criar um CCA?
... ou seja, **como medir o sucesso** de um CCA?



⇒ Buscar ideias do contexto mais geral da ...

avaliação da *habitabilidade* de um centro de cidade .

Medidas para avaliar um CCA (cont.)

- Há geralmente dois tipos de *medidas/indicadores* para avaliar a habitabilidade de um centro de cidade:

→ Indicadores económicos (“*key performance indicators*”)

desempenho do retalho, vendas a retalho, número de empregados, etc.

- * mais utilizados
- * têm origem em várias fontes
- * frequentemente, falta de orientação na sua interpretação e determinação
- * análises estatísticas de tipo série temporal

Medidas para avaliar um CCA (cont.)

→ Indicadores de atitude

- menos utilizados
- usam questionários
- observam-se numa população de stakeholders

↪ *comerciantes, empregados, clientes, residentes, turistas, funcionários, ...*

- analisa-se a distribuição de frequências dos seus valores, de modo transversal ou longitudinal



Medidas para avaliar um CCA (cont.)

Como obter indicadores de atidute?

1. Definir diferentes **dimensões/critérios** que possam representar a habitabilidade ou o sucesso.

Por exemplo:

Os “Quatro As” = {
acessibilidade
atraccões
amenidades
accão

(British Department of Environment, 1994)

Medidas para avaliar um CCA (cont.)

2. Formular **questões/itens** que possam ser avaliados de acordo com uma escala de tipo Likert.

Por exemplo: **Acessibilidade**

	<i> muito pouco importante</i>	...	<i> muito importante</i>		
	①	②	③	④	⑤
- Localização no centro da cidade.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Existência de estacionamento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ruas pedonais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Acesso em transporte público.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medidas para avaliar um CCA (cont.)

3. Calcular o **score/valor** do indicador ...

- somando as cotações de cada item
- padronizando a soma com a fórmula

$$score = \frac{\text{soma cotação} - d}{4 \cdot d}$$

onde d é o número de itens do critério.

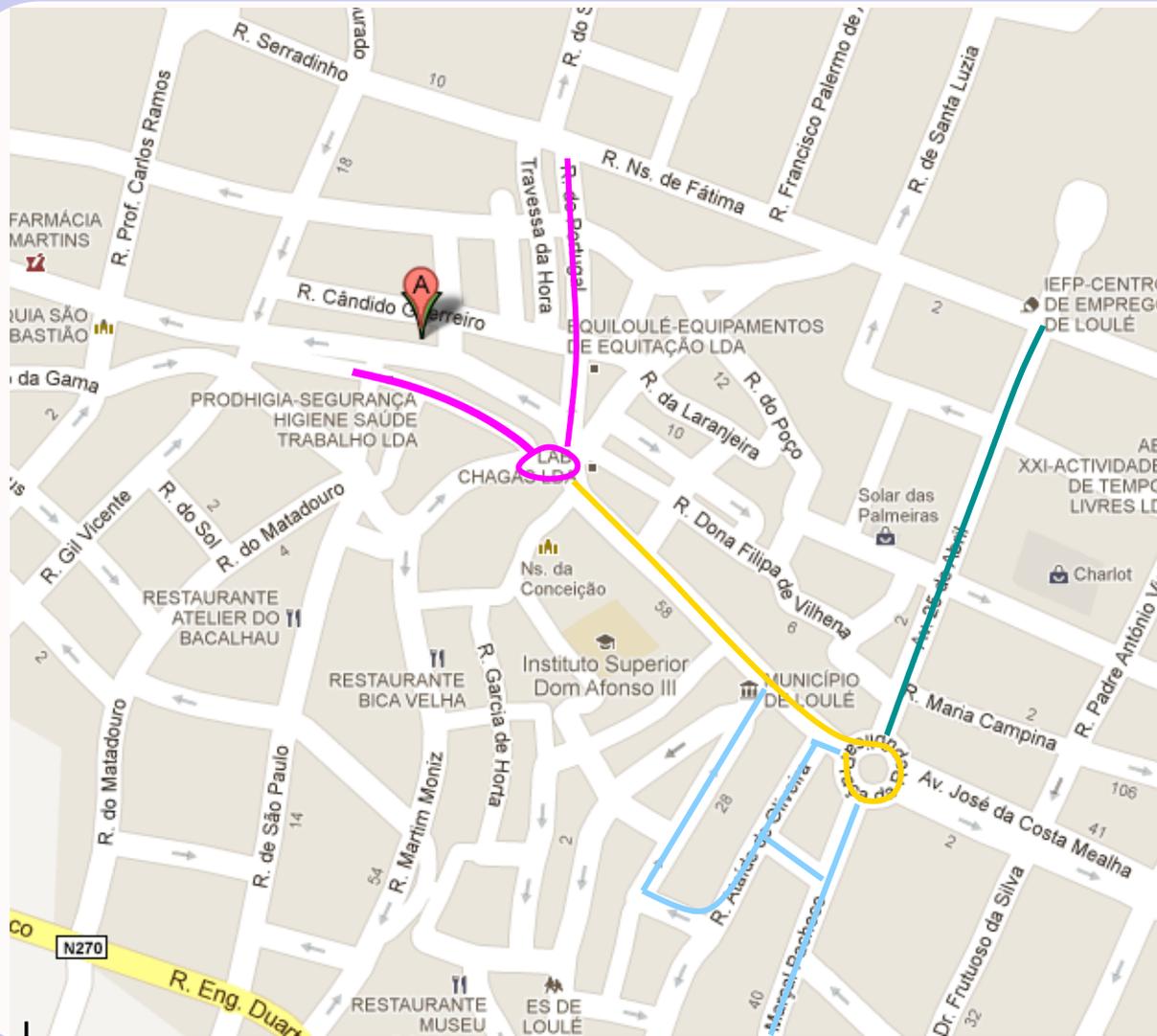
Assim, ...



→ todos os scores são entre 0 e 1 e
→ os critérios podem ser comparados!

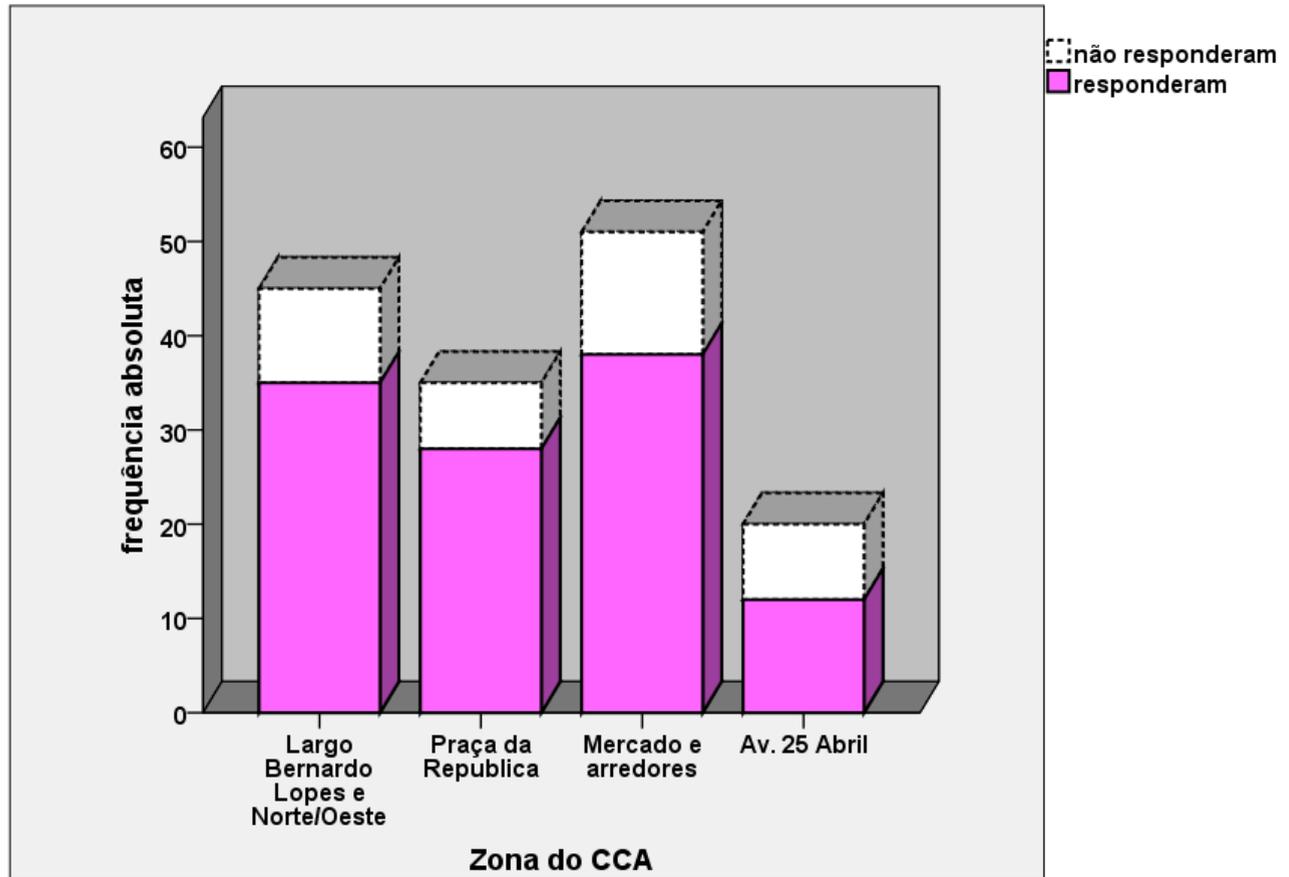
3. Estudo com os comerciantes do CCA de Loulé

- Foram contactados 152 comerciantes.
[Comerciante = gerente, proprietário ou encarregado do estabelecimento]
- 114 comerciantes deram resposta, 38 recusaram-se a responder.
(taxa de não-resposta: 25%)
- Entrevistadores: Alunos do 2º ano dos cursos de Licenciatura em *Gestão de Marketing e Publicidade* e *Gestão Turística*, INUAF, Ano Lectivo 2009/2010.

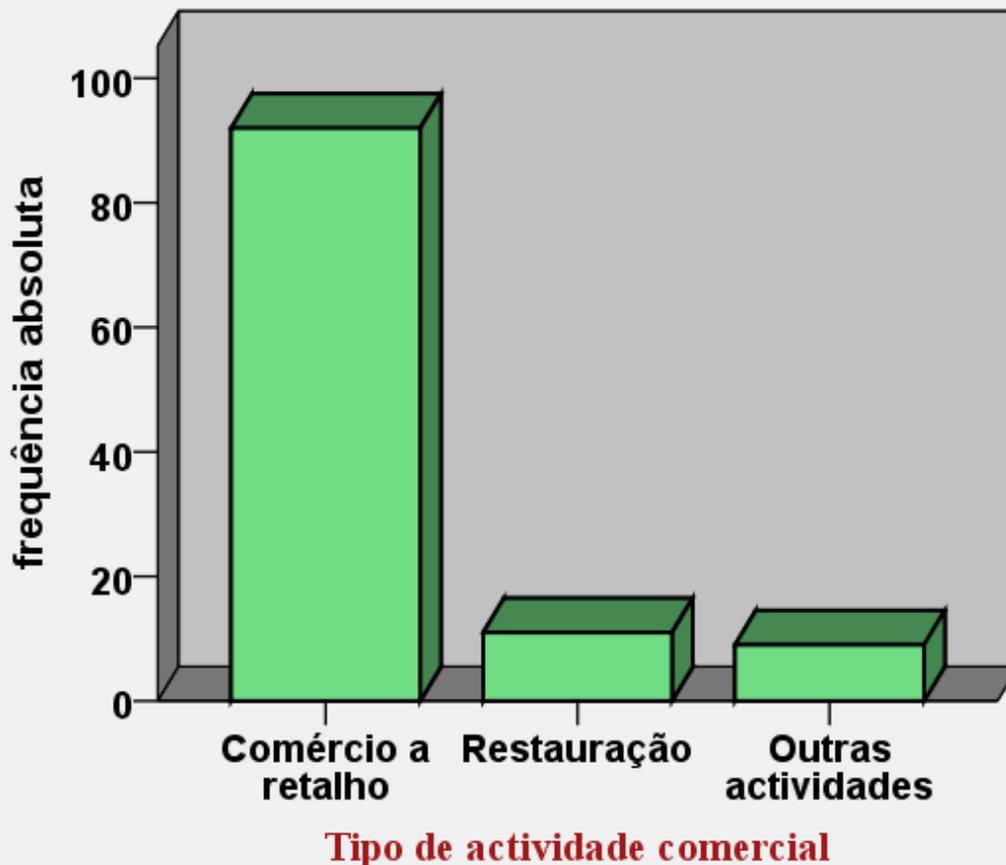


- Zona 1
- Zona 2
- Zona 3
- Zona 4

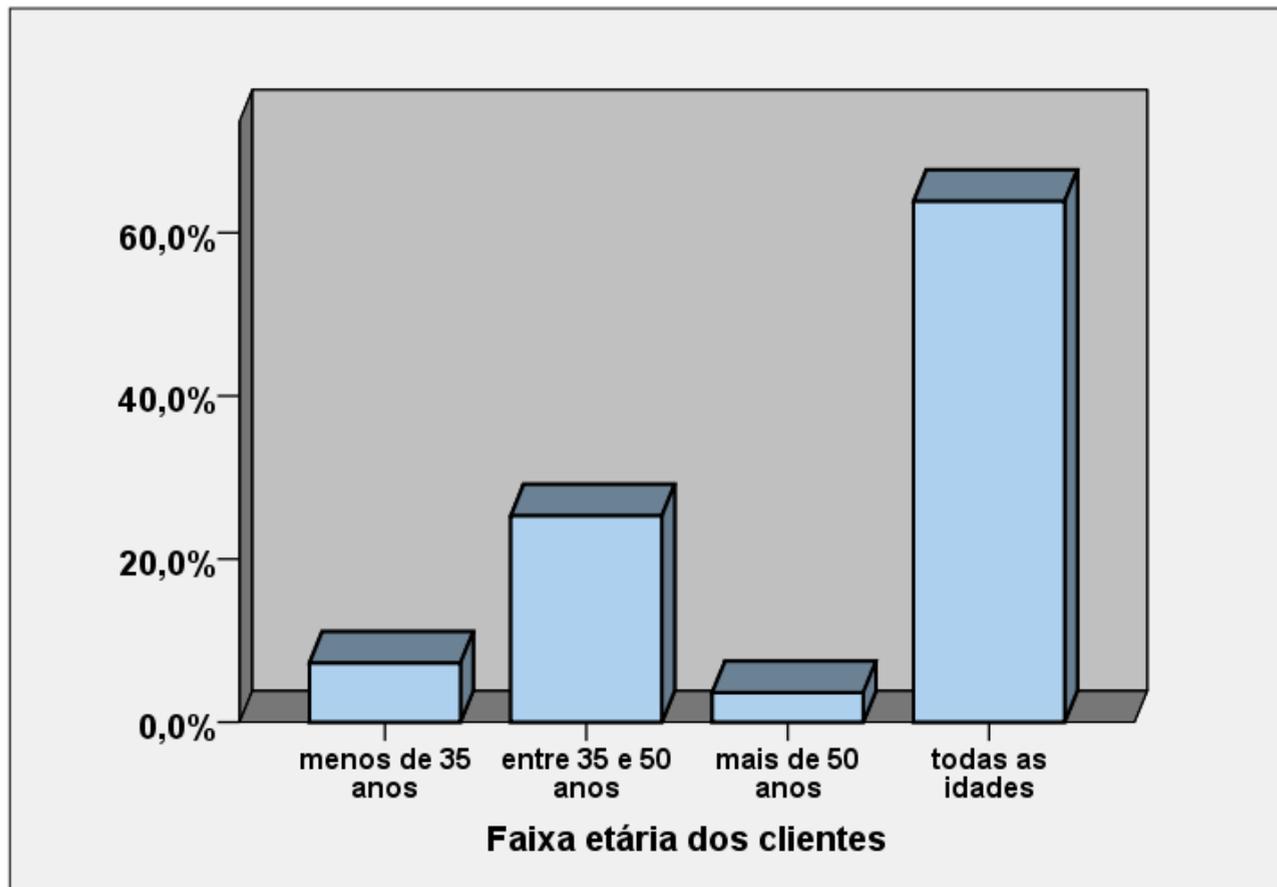
Estudo com os comerciantes do CCA de Loulé (cont.)



Estudo com os comerciantes do CCA de Loulé (cont.)

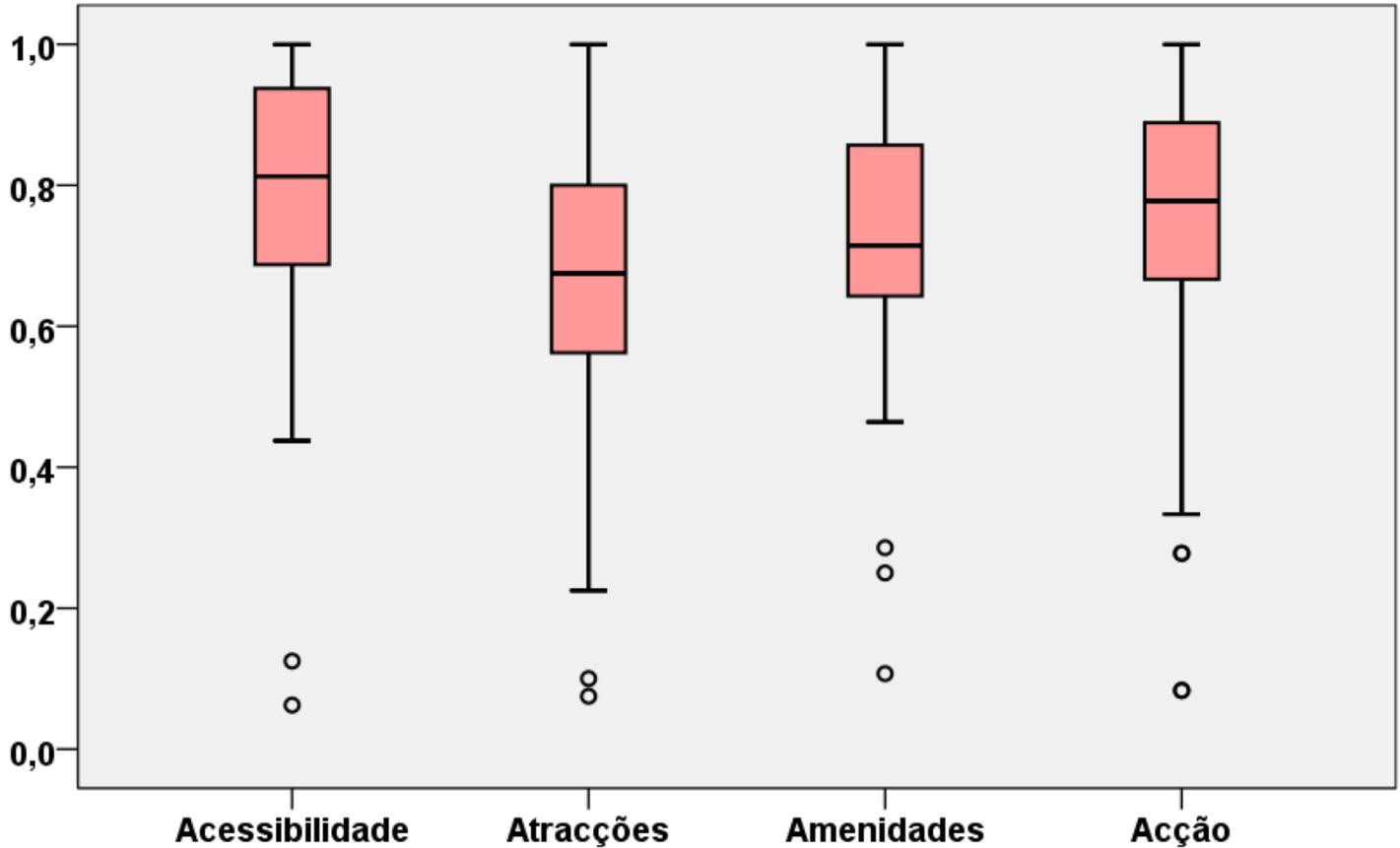


Estudo com os comerciantes do CCA de Loulé (cont.)



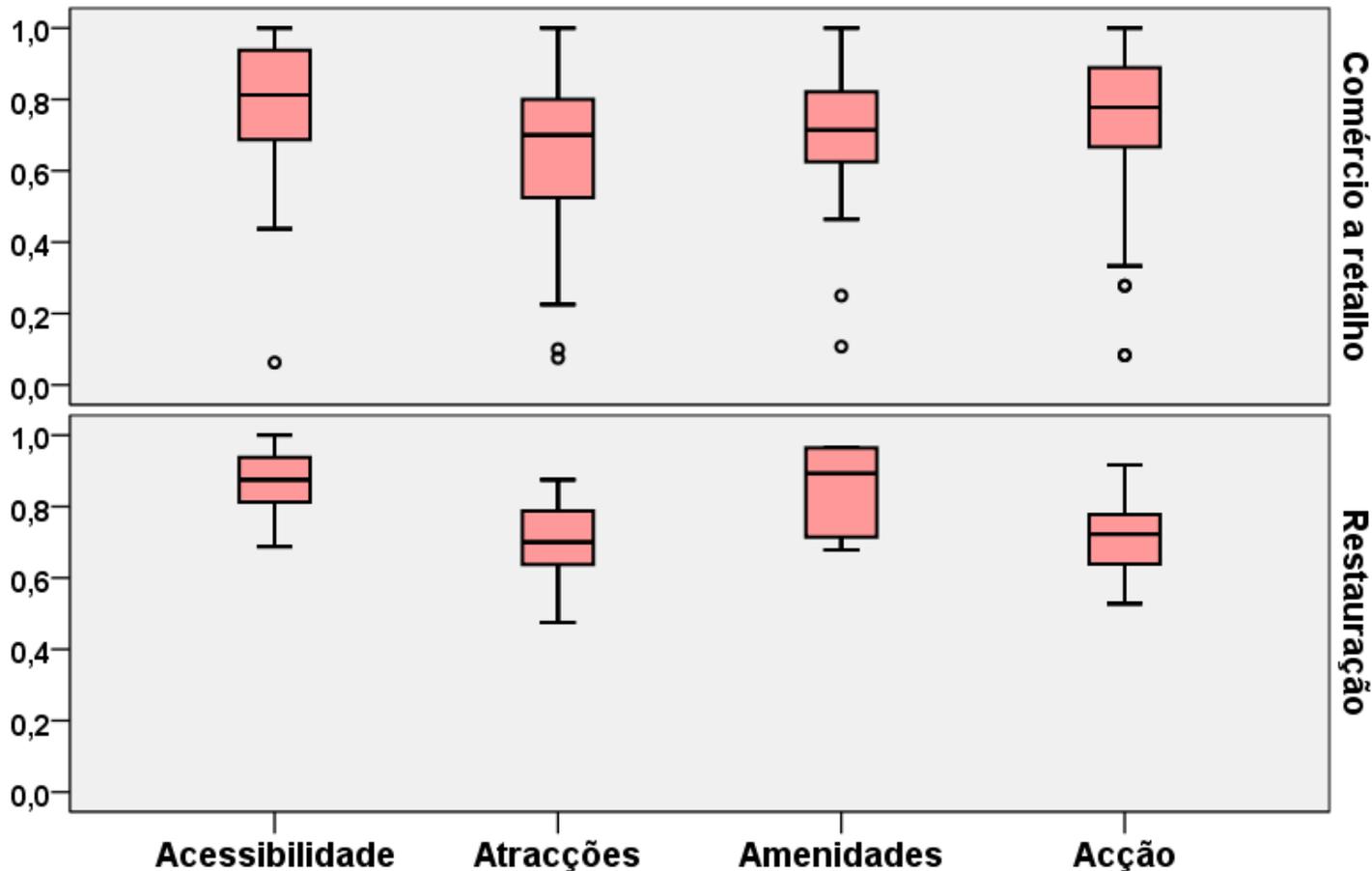
Distribuição de frequências – Importância

“Os quatro As”



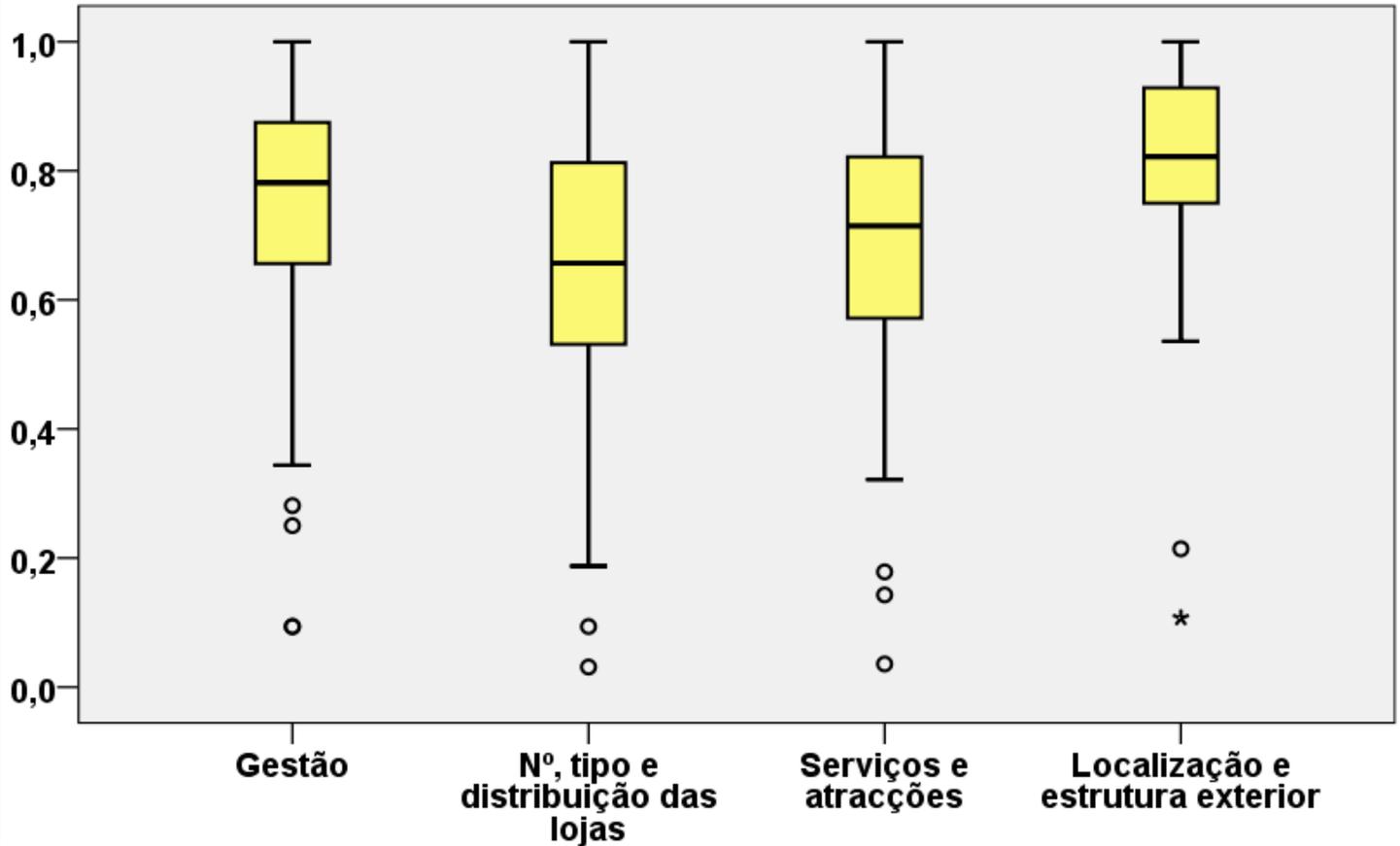
Distribuição de frequências – Importância

“Os quatro As”



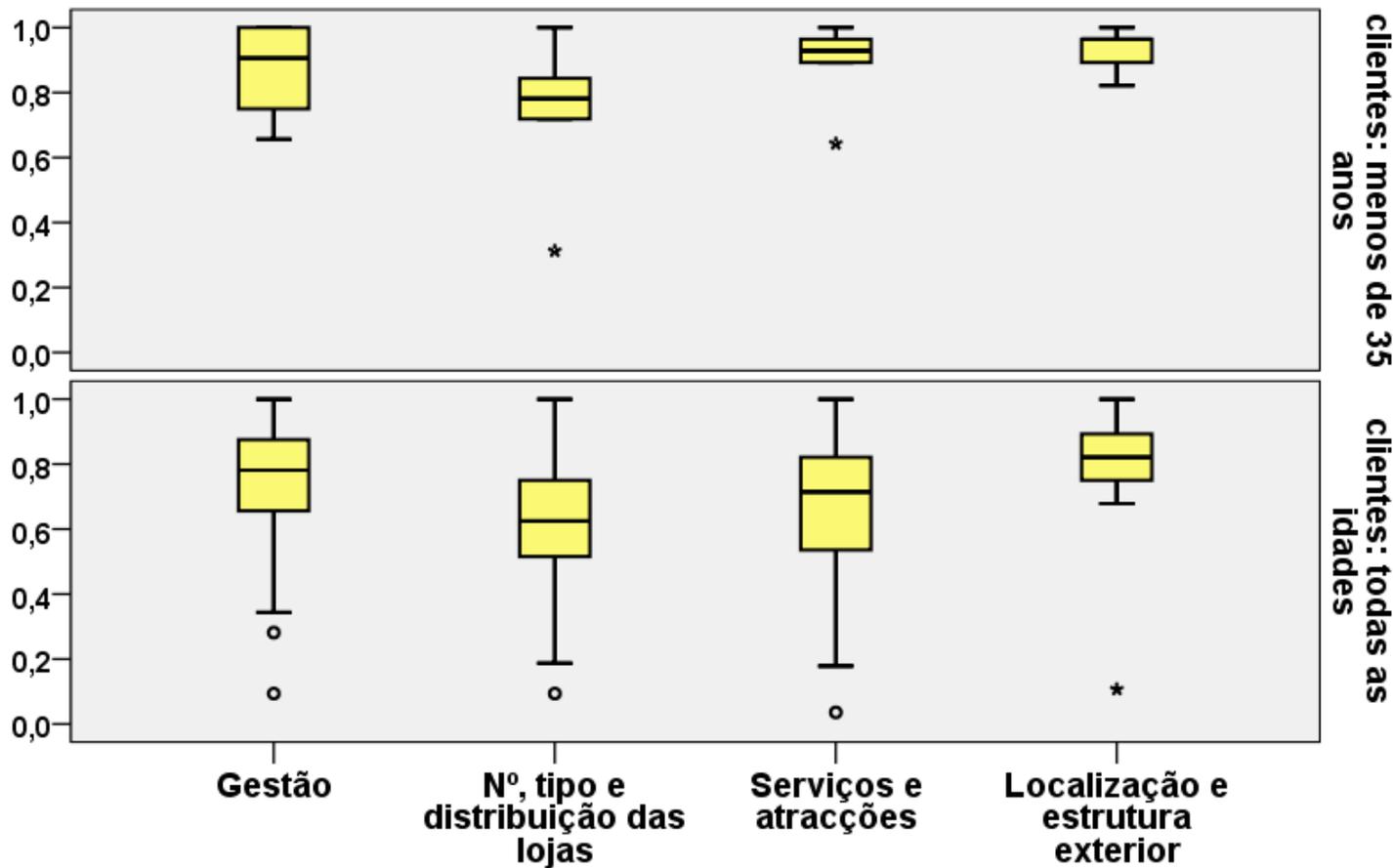
Distribuição de frequências – Importância

Outros critérios



Distribuição de frequências – Importância

Outros critérios



4. Notas finais

- A comparação geral dos “*Quatro As*” revela ...
 - maior importância atribuída à **acessibilidade**
 - menor importância atribuída às **atracções**.
- A comparação geral dos outros critérios revela ...
 - maior importância atribuída à **localização e estrutura exterior**
 - menor importância atribuída ao **nº, tipo e distribuição das lojas**.

No entanto, a tendência das opiniões ...

varia entre diferentes tipos de estabelecimentos .

4. Notas finais (cont.)

- Ainda não há consenso na literatura sobre
 - a escolha dos critérios para avaliar o sucesso de um CCA
 - a definição dos respectivos itens num questionário.
- Deve-se avaliar também a opinião de **outros stakeholders**.
- Idealmente, a importância de um critério é avaliada juntamente com a **satisfação** com o mesmo.
 - ↪ *análise importância-desempenho*

Obrigada!