

ESTUDO DO COMÉRCIO VAREJISTA REALIZADO NOS SHOPPING CENTERS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES: UMA ANÁLISE SOBRE OS CRITÉRIOS DA ABRASCE

SALES, N.O., REIS, T.B.

Institutos Superiores de Ensino do CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil.

O varejo é um setor da economia extremamente relevante, é responsável por milhões de empregos e está intensamente presente na vida das pessoas, além de representar aproximadamente 22% do PIB brasileiro. O Comércio varejista é o grande responsável por atender as necessidades do consumo do mercado, por proporcionar experiências de compra prazerosas e por escoar os produtos das indústrias para o consumidor final (PARENTE & BARKI, 2014). Os shopping Centers têm se firmado como um dos principais fatores de expansão do comércio varejista nos grandes centros urbanos. Este tipo de centro comercial possui elementos em um só lugar, como: segurança, divertimento, conforto, alimentação e variadas opções de compra. Estas características se apresentam como diferenciais em relação às formas tradicionais do varejo. A combinação de muitas lojas sob o mesmo teto cria uma sinergia que atrai mais clientes do que se as lojas estivessem em locais separados, segundo Levy e Weitz (2000), um Shopping Center é um grupo de varejo e de outros estabelecimentos comerciais que é planejado, desenvolvido, de propriedade única e gerenciado como uma única propriedade. A ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers, é a principal entidade representativa do setor no país. ABRASCE atua desde 1976 com o compromisso de fomentar, fortalecer e colaborar com o desenvolvimento e crescimento do setor no Brasil, além de zelar pelos interesses de seus associados (ABRASCE, 2015). Conforme Santos (2010), a ABRASCE associa aqueles que se enquadram dentro das condições de caracterização de um Shopping Center, inclusive considera-se somente aqueles com unidades comerciais locadas. O presente trabalho tem por objetivo principal, identificar centros comerciais intitulados Shopping Center da cidade de Campos dos Goytacazes/RJ e verificar se os mesmos atendem os critérios da ABRASCE. A proposta metodológica desta pesquisa engloba a abordagem descritiva, qualitativa e quantitativa. Segundo Lakatos e Marconi (1991) a pesquisa descritiva consiste em investigações empíricas cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos. Para Prodanov e Freitas (2009) esse tipo de pesquisa ocorre quando envolve a interrogação direta das pessoas por meio de algum tipo de questionário. Gil (1991), afirma que na técnica qualitativa, o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave, a abordagem foi quantitativa e qualitativa. Pradanov e Freitas (2009) comentam que a técnica quantitativa requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas. Para o presente trabalho a população considerada constitui-se nos 8 (oito) empreendimentos intitulados Shopping Center na Cidade de Campos dos Goytacazes, interior do estado do Rio de Janeiro: Boulevard Shopping Campos, Campos Shopping, Central Plaza Shopping, Parque Centro Shopping, Pelinca Square Center, Shopping Avenida 28, Turf Centro Shopping e Vips Center Shopping. Os dados serão coletados a partir de entrevistas realizadas com a gerência de cada estabelecimento e de pesquisa descritiva de acordo com os critérios propostos pela ABRASCE que são: Área Bruta Locável (ABL) superior a 5.000m²; Composição de diversas unidades comerciais (lojas); Administração única e centralizada; Prática de Aluguel Fixo e percentual; dentre outros levantados na literatura. Como resultados esperados, a pesquisa irá apontar quais estabelecimentos intitulados Shopping Centers atendem aos critérios da ABRASCE. A posteriori, o estabelecimento receberá o resultado da pesquisa em formato de relatório informando o que o mesmo deverá realizar para ser enquadrado na ABRASCE. Espera-se que num futuro próximo os estabelecimentos pesquisados possam ser enquadrados nos critérios da ABRASCE, colaborando ainda mais com o desenvolvimento do município de Campos dos Goytacazes e região.

Palavras Chave: Comércio Varejista; Shopping Centers; ABRASCE.

Financiamento: ISECENSA e/ou FAPERP e/ou CNPq e/ou CAPES

REFERÊNCIAS

ABRASCE – Associação Brasileira de Shopping Centers. Definições e Convenções. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/site/monitoramento/definicoes-e-convencoes>>. Acesso em 21 abr. 2015

ABRASCE – Associação Brasileira de Shopping Centers. Definições e Convenções. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/site/monitoramento/desempenho-da-industria>>. Acesso em 21 abr. 2015.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1991.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1991.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton. *Administração de Varejo*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. *Varejo no Brasil: Gestão e estratégia*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. *Metodologia do trabalho científico: método e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

SANTOS, Robson José dos. *Shopping Centers: Comunicação e cultura uma cidade dentro da cidade*. São Paulo: LCTE Editora, 2010.