

## *A Gestão do Forum Algarve: Percepção dos Lojistas 2006*

O espaços comerciais, em particular os de grande dimensão, apresentam uma oferta concentrada no espaço mas, diversificada no tipo de produtos disponibilizados que lhe confere o carácter de oferta integrada. O espaço do Centro Comercial é marcado pela coexistência de vários actores cujas estratégias são diferenciadas, a administração e lojistas e os clientes. Efectivamente, o primeiro grupo esforça-se pelo ajuste no tipo e qualidade da oferta à procura dos segundos - os clientes.

É nesta lógica centrada no cliente que os sistemas de avaliação assumem particular relevo. Para a administração também é importante perceber as percepções dos lojistas, numa postura sistémica. Este estudo, inserido num programa de monitorização anual, mede, avalia e compara no tempo a evolução das percepções dos lojistas. Os objectivos que norteiam este relatório surgiram na esteira do relatório anterior. Todavia, dada a possibilidade de comparar os dados de 2005 com o ano de 2004, desenvolveu-se, também, uma análise comparativa, entre anos, que pretende medir tendências, ou seja, dotar o relatório de uma perspectiva dinâmica.

A apresentação dos resultados e, a sua discussão, pautou-se pela preocupação de integrar alguns aspectos contingenciais que influenciam a performance do Forum. Assim sendo, a estrutura do relatório apresentou duas dimensões: uma perspectiva regional do comércio e das dinâmicas urbanas e, posteriormente, a apresentação dos dados recolhidos junto dos lojistas.

Sendo o Centro Comercial um agente económico inserido numa estrutura social mais abrangente é influenciado pelos elementos conjunturais da nossa sociedade, que a cadências diferentes vai marcando a evolução dos diferentes sectores de actividade. Esta análise é alimentada por um conjunto de indicadores conjunturais que tentam explicar tendências e perspectivas de evolução da actividade comercial. Esta discussão desenvolvida no capítulo 2 permitiu de alguma forma explicar

atitudes e percepções evidenciadas pelos lojistas, no capítulo 3. Este capítulo sustentou a sua análise nos resultados do inquérito realizado aos lojistas do Forum Algarve. Numa perspectiva evolutiva, analisaram-se as dimensões da segurança, jardinagem, limpeza, manutenção, serviço/ atendimento e acções de marketing, bem como o perfil e a satisfação dos lojistas. Onde os resultados dos inquéritos de 2005 e dos anos precedentes foram comparados e discutidos.

Palavras-chave: Satisfação, Qualidade, Segurança, Jardinagem, Limpeza, Manutenção, Serviço/ Atendimento, Acções de Marketing.