

Plano de Dinamização do Centro Comercial a Céu Aberto Guia Metodológico

Este estudo assumiu uma especial importância na medida em que, cada vez mais o comércio tradicional perde capacidade competitiva e poder de atracção face a estes novos desafios, em parte pela falta de organização e reduzido nível de profissionalismo.

Os Centros Comerciais a Céu Aberto (CCA), têm por objectivo a modernização do pequeno comércio, para que este não seja absorvido pelas grandes superfícies emergentes. Por forma a competir com as "grandes catedrais do consumo", o conceito de CCA responde utilizando as mesmas armas: reforço do espírito de cooperação entre os comerciantes, envolvimento das autarquias locais, criação de melhores zonas de estacionamento, reforço das zonas pedonais cuidadosamente arranjadas, criação de zonas de ócio (esplanadas, zonas verdes, parques infantis, praças públicas, etc.), reforço da segurança, melhoria das condições de limpeza e higiene e todo um outro conjunto de medidas que pretendem unicamente dar corpo a duas ideias fundamentais: recuperar a clientela perdida e reforçar e aumentar a zona de influência da zona de comércio tradicional.

As experiências neste domínio não são já uma novidade na União Europeia. De facto existem uma série de exemplos de sucesso, onde se combina com primazia o ócio e as compras, desde uma perspectiva puramente empresarial, onde investir significa ganhar mais.

Com a elaboração deste estudo pretendeu-se apresentar uma metodologia de dinamização e concepção de um Centro Comercial a Céu Aberto. Com inspiração em diversas experiências de implementação de um CCA e, sabendo que não existe uma única solução metodológica, foi apresentado um conjunto de reflexões sobre a temática Na esperança da sua contribuição para uma discussão profícua e cada vez mais alargada no seio da Comunidade Europeia.

Palavras-chave: Comércio, Estratégia, Plano de acção, Metodologias.