

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO, SERVIÇOS E TURISMO DE MATO GROSSO DO
SUL
INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO FECOMÉRCIO – IPF/MS

Equipe Técnica:

Daniela Dias

Anderson Assis

Regiane Oliveira

**ESTACIONAMENTOS ROTATIVOS FLEXPARK DA REGIÃO CENTRAL DE
CAMPO GRANDE - MS: AVALIAÇÃO DA QUANTIDADE OFERTADA E DO
USO DAS VAGAS**

**Campo Grande – MS
2016**

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
1.1 JUSTIFICATIVA	4
1.2 OBJETIVOS	5
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	5
3. RESULTADOS: ESTACIONAMENTOS	7
4. RESULTADOS: EMPRESÁRIOS	11
6. RESULTADOS: FUNCIONÁRIOS	16
7. RESULTADOS: CLIENTES	21
8. OFERTA DE VAGAS NA REGIÃO CENTRAL DE CAMPO GRANDE	26
9. O QUANTO A FALTA DE VAGA DE ESTACIONAMENTO COM O USO DO PARQUÍMETRO INTERFERE NAS VENDAS DO COMÉRCIO?	27

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa possui como objetivo avaliar a oferta e uso de vagas dos estacionamentos rotativos Flexpark (com uso do parquímetro) da região central de Campo Grande - MS. Para tanto os questionários foram aplicados de 25 de outubro a 3 de novembro, na intermediação entre a Av. Mato Grosso e Av. Afonso Pena, as Ruas Calógeras, 14 de Julho, 13 de Maio, Maracajú, Antonio Maria Coelho, Dom Aquino, Marechal Rondon e Barão do Rio Branco. Três perfis foram os focos da aplicação de questionários: clientes; lojas e estacionamentos.

Para as lojas foram entrevistados 160 pessoas, desses, 30% destinados aos empresários. No que se referem ao clientes, a amostra se estendeu sobre 264 pessoas, de modo que aproximadamente 50% foram aplicados sobre aqueles clientes que possuem carro. Considerando-se nessas circunstâncias um nível de confiança de 95% e margem de erro de 6%.

Cabe ressaltar que a pesquisa voltada aos estacionamentos foi aplicada no dia 27 de outubro, como um complemento, diante dos resultados preliminares, de modo a confrontar as respostas das lojas com estacionamentos privados e/ou conveniados. Não houve alteração nos custos da aplicação. Nessa pesquisa, mapeou-se a quantidade total (30) e localização desses estacionamentos, nas limitações propostas e avaliou-se a quantidade de vagas preenchidas por funcionários das lojas do Centro.

1.1 JUSTIFICATIVA

Admite-se que a região Central de Campo Grande – MS, detém um fluxo diário significativo de pessoas, sejam essas pessoas clientes, funcionários e/ou empresários. Isto porque, como o próprio nome indica é uma região de intermediação entre as outras que compõem a capital. De acordo com informações do Pátio Central (2016), esse fluxo é de aproximadamente 315.000 pessoas por mês. Nas segundas e terças-feiras o fluxo diário gira entorno de 8.000 a 9.000 e de quarta a sábado 11.000 a 13.000 pessoas.

Na região central, somente a Rua 14 de Julho possui 115 estabelecimentos comerciais. Considerando na intermediação entre a Av. Mato Grosso e Av. Afonso Pena, as Ruas Calógeras, 14 de Julho, 13 de Maio, Maracajú, Antonio Maria Coelho, Dom Aquino, Marechal Rondon e Barão do Rio Branco, essas ruas concentram aproximadamente 407 lojas. Lojas essas voltadas a segmentos do comércio como de vestuário, óticas, calçados, acessórios, artigos de perfumaria e cosméticos, tecidos, lanchonetes, restaurantes, farmácias/drogarias, papelarias, fotos, além de lotéricas e demais prestadoras de serviços.

Nesse sentido, dado esse fluxo de pessoas e essa concentração de estabelecimentos comerciais, observa-se também um fluxo de automóveis que passam ou que estão estacionados nas ruas nesse ponto da cidade. Ao visualizar-se esse comportamento o Estacionamento Flexpark Rotativo surgiu como um mecanismo para aumentar a rotatividade de vagas de estacionamento, utilizando para tanto o parquímetro (FLEXPARK, 2016).

Fato esse que poderia contribuir com os lojistas, a partir da possibilidade de um maior dinamismo de potenciais clientes da região. O tempo passou e algumas preocupações tem surgido tais como: Esses estacionamentos rotativos são suficientes para a movimentação diária de pessoas? Esses estacionamentos tem sido utilizados de forma consciente pelos empresários e funcionários dos estabelecimentos comerciais? De que forma esses estacionamentos podem influenciar na intenção de compra dos clientes?

Tendo-se como base essas problemáticas, esta pesquisa tem como objetivo: avaliar a oferta e uso de vagas dos estacionamentos rotativos Flexpark da região central de Campo Grande – MS. Isto porque pequenas ações, em um momento de instabilidade

econômica, podem contribuir para o aumento no número de potenciais clientes nas lojas e conseqüentemente para a impulsão do comércio nessa região.

1.2 OBJETIVOS

Objetivo geral: Avaliar a oferta e uso de vagas dos estacionamentos rotativos Flexpark (com uso do parquímetro) da região central de Campo Grande - MS.

Objetivos específicos:

- a) Quantificar o número de vagas do estacionamento com uso do parquímetro da região central de Campo Grande - MS;
- b) Identificar o grau de utilização das vagas dos estacionamentos rotativos com uso do parquímetro pelos consumidores, funcionários e proprietários de estabelecimentos comerciais da região central de Campo Grande - MS;
- c) Mensurar a influência dos estacionamentos com uso do parquímetro na intenção de compra dos clientes;

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa, com alguns elementos qualitativos para que se pudesse atender ao objetivo proposto. O caráter quantitativo surgiu a partir da necessidade de quantificação e generalização dos resultados que foram obtidos. O sentido qualitativo se apresentou como uma necessidade de aprofundamento nas opiniões de funcionários, empresários e clientes, a fim de absorver subjetividades.

Nesse sentido, houve o desenvolvimento da pesquisa primária, oriunda da aplicação de dois tipos de questionários semiestruturados (contendo perguntas abertas e fechadas) e observação participante, ou seja, de gestos, postura, argumentos e análise de conteúdo. Os tipos de questionários trataram de três perfis distintos, um direcionado aos potenciais clientes, outro a empresários e outro a funcionários dos estabelecimentos comerciais. Para a aplicação dos questionários, considerou-se a distribuição amostral a um nível de confiança de 95% e margem de erro de 6%, logo:

*Considerando a PEA (população economicamente ativa) de Campo Grande de 400.000 pessoas, o fluxo de pessoas mensal que passam pelo centro (315.000 pessoas) e diário (entre 8.000 a 13.000), estimou-se uma amostra para aplicação de questionários aos clientes de 264;

*Admitindo-se aproximadamente 407 lojas nas intermediações estipuladas para a região central de Campo Grande, a amostra destinada as lojas foi de 160.

Logo, aplicou-se 424 questionários. De modo que devido a dificuldade de contato com os empresários, para aqueles questionários destinados as lojas, foi permitida também a aplicação de questionários aos funcionários (desde que cada um representasse apenas uma loja).

Quadro 1: Detalhamento da amostra.

Perfil a ser pesquisado	Amostra
Clientes	264
Lojas/estabelecimentos comerciais	160
Total	424

Fonte e elaboração: IPF/MS.

Entrou-se em contato por telefone com empresários, representantes de 30% da amostra por telefone, conforme experiências em pesquisas anteriores. Nessas experiências, da totalidade de empresários Campo Grandenses, apenas 40% tendem a responderem questionários, desses 40%, aproximadamente 10% são derivados a partir de retornos telefônicos.

3. RESULTADOS: ESTACIONAMENTOS

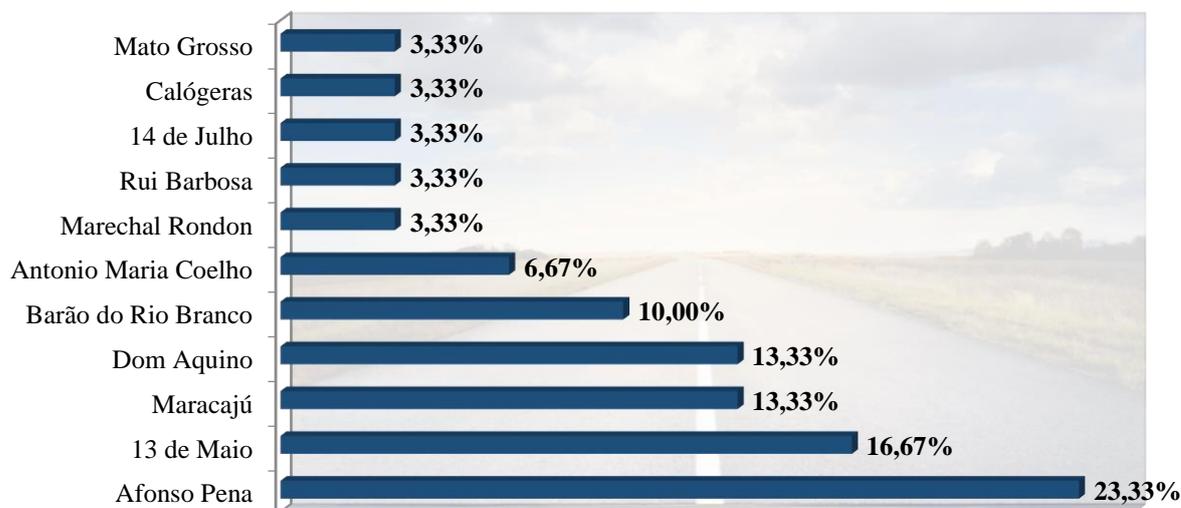
Na intermediação entre a Av. Mato Grosso e Av. Afonso Pena, as Ruas Calógeras, 14 de Julho, 13 de Maio, Maracajú, Antônio Maria Coelho, Dom Aquino, Marechal Rondon e Barão do Rio Branco existem 30 estacionamentos privados descritos no Quadro 1 e Gráfico 1.

Quadro 1: Detalhamento dos estacionamentos privados da região central de Campo Grande.

Estacionamento	Rua	Quantidade
Estacionamento Cidade	13 de Maio	05
Estacenter		
Multi Parque		
Noronha Noronha		
Oriente Parking		
Estacionamento Cidade	Afonso Pena	07
Avenida Parque		
Fenix		
Garagem		
São José Limitada		
Sisa Estacionamento		
Vaga Certa	Barão do Rio Branco	03
Estacionamento do Barão		
Estacionamento Sinal Verde		
Max Stockcar	Dom Aquino	04
BR Estacionamento		
Estacionamento Dom Aquino		
Estacionamento k1000		
Mega Estacionamento	Maracajú	04
Fomos Parque		
Amadeus		
Igs Estacionamento		
Estacionamento da Maracajú	Marechal Rondon	01
Estacionamento Vida Nova Parque		
Madri		
Do Mineiro	Rui Barbosa	01
Almeida	14 de Julho	01
Café Lyrio		
BR Estacionamento	Antonio Maria Coelho	02
Buriti	Calógeras	01
	Mato Grosso	01

Fonte e elaboração: IPF/MS.

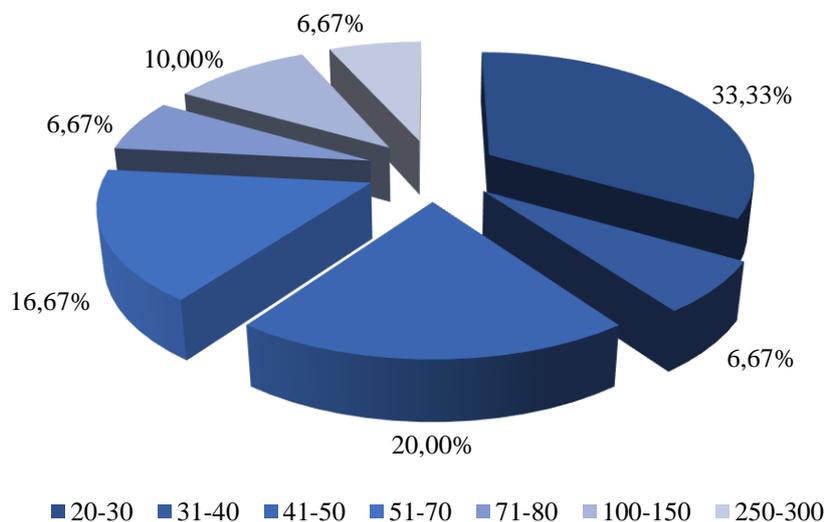
Gráfico 1: Concentração dos estacionamentos/rua da região Central de Campo Grande .



Fonte e elaboração: IPF/MS.

A maioria dos estacionamentos da área central de Campo Grande possuem entre 20 e 30 vagas (33,33%), seguido por aqueles que possuem entre 41 e 50 (20%) e entre 51 e 70 vagas (16,67%).

Gráfico 2: Quantidade de vagas dos estacionamentos privados da região central de Campo Grande.

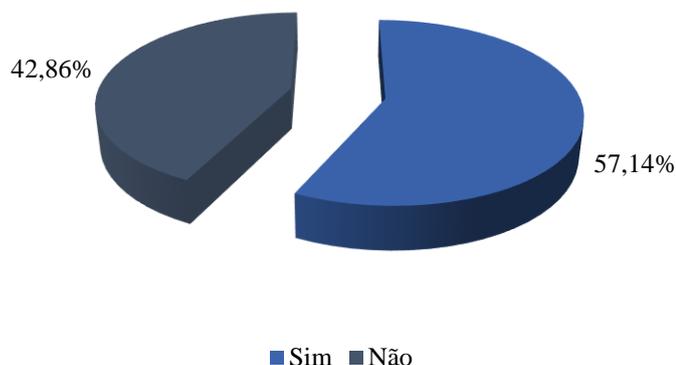


Fonte e elaboração: IPF/MS.

Desses, ainda, 57,14% possuem convênio com lojas. A maioria apresenta entre dois (29,41%) a três convênios (23,53%). Isto para aqueles estacionamentos que têm entre 25 a 72 vagas. O Mega Estacionamento, embora tenha 74 vagas disponíveis, possui 9 convênios e o Vaga Certa com 40 vagas, convênio com 7 lojas. Outros

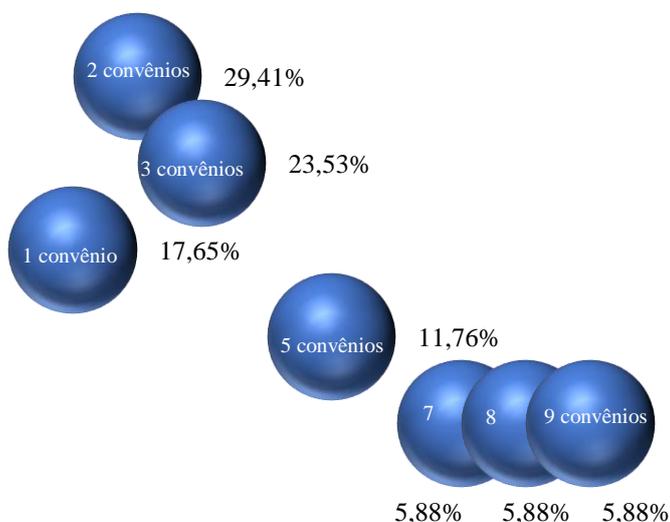
destaques se voltaram ao BR Estacionamento com capacidade para 300 lugares e convênio com 8 estabelecimentos comerciais.

Gráfico 3: Percentual de estacionamentos privados da região central de Campo Grande que possuem ou não convênio.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 4: Número de convênios que os estacionamentos privados possuem.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Dentre as principais lojas/estabelecimentos comerciais citados nos convênios estão: Bancos, Magazine Luíza, Consultórios Médicos, Edson Som, Cartórios, Clínica Dom Aquino, Ótica Diniz, Samarino, Betel, Séculos, Igreja Evangélica de Campo Grande e Neón.

Embora haja, um número significativo de convênios, estes são mais utilizados para clientes das lojas, na comparação aos funcionários dos estabelecimentos

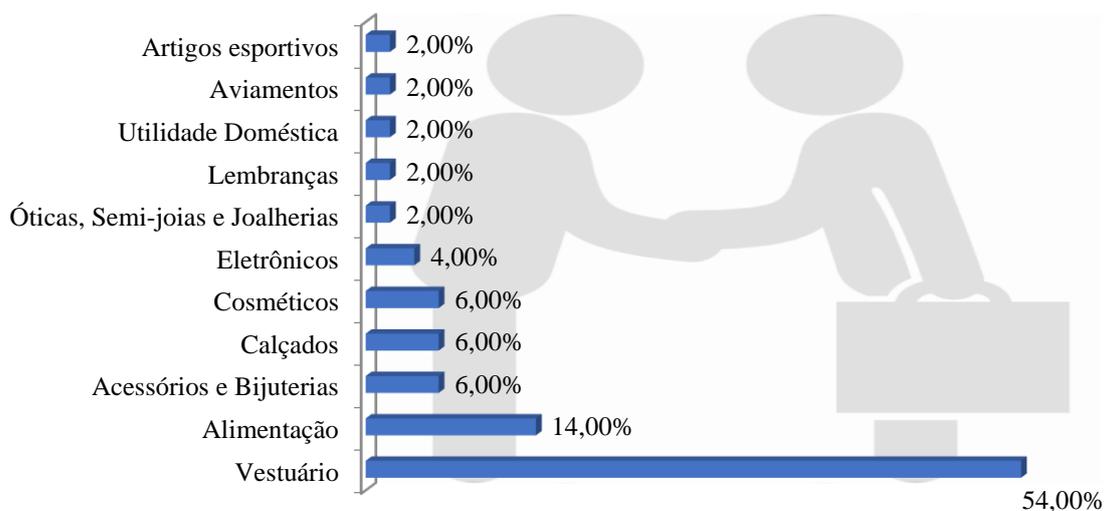
comerciais. De acordo com a pesquisa realizada nos estacionamentos, menos de 10 funcionários utilizam as vagas dos estacionamentos privados e/ou conveniados.

De uma forma geral, os estacionamentos da região central são responsáveis por 2.012 vagas disponíveis ao público e funcionários dos estabelecimentos comerciais de Campo Grande.

4. RESULTADOS: EMPRESÁRIOS

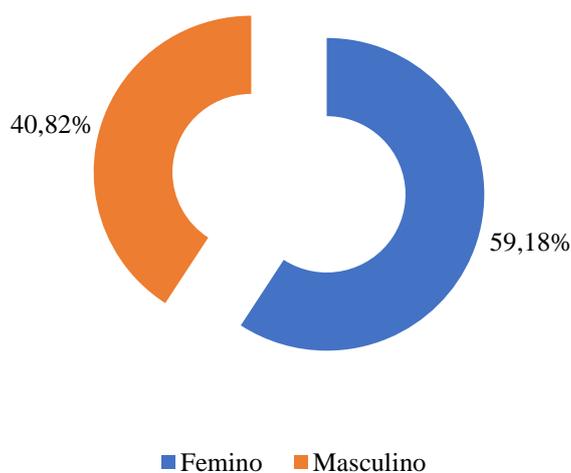
Conseguiu-se atingir as expectativas, no que tange a aplicação de questionários da amostra de 160, sobre 30% do público composto por empresários. No que se refere ao perfil dos empresários da região central, observou-se que a maioria dos participantes pertencem ao segmento do vestuário (54%), 59,18% é do gênero feminino, 30,43% possuem entre 41 a 50 anos e 39,13% tem o ensino médio completo.

Gráfico 5: Segmentos do comércio das lojas/estabelecimentos comerciais pesquisados.



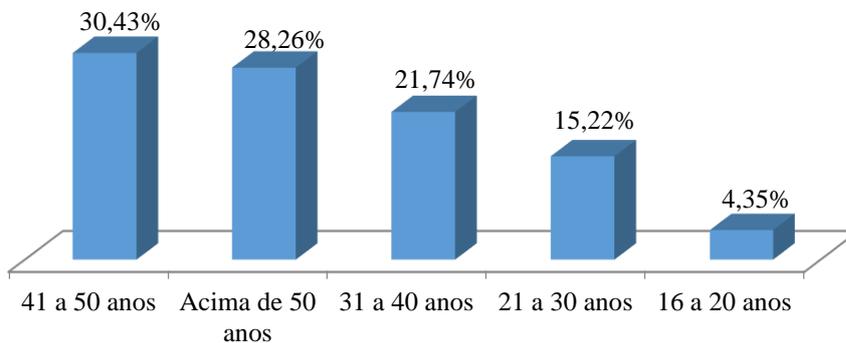
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 6: Gênero.



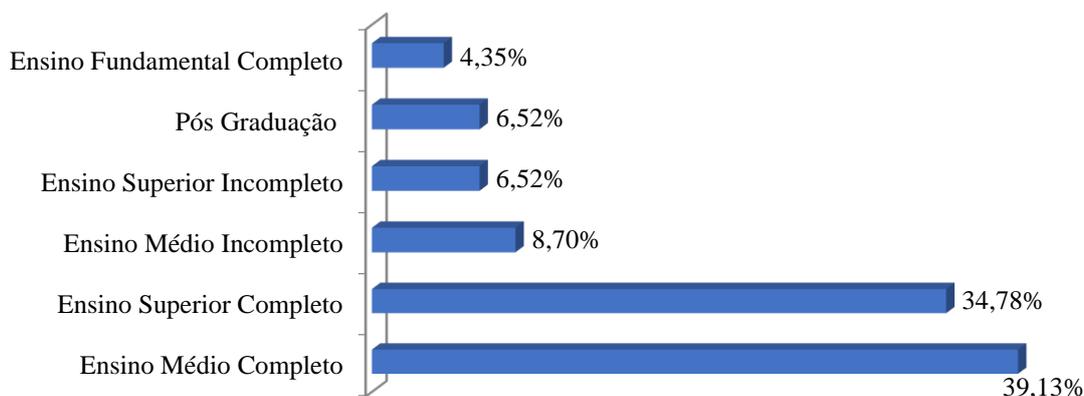
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 7: Faixa etária.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

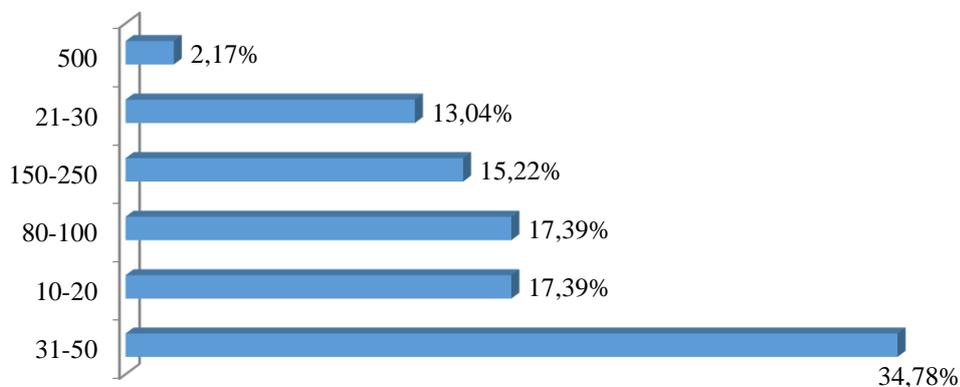
Gráfico 8: Nível de escolaridade.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

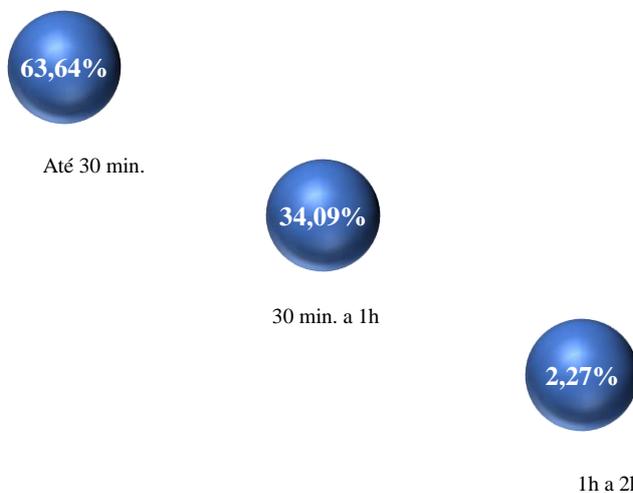
A maioria (34,78%) das empresas recebe entre 31 a 50 pessoas por dia. De modo que 63,64% costumam ficar até 30 min. nos estabelecimentos comerciais.

Gráfico 9: Fluxo diário de pessoas nas lojas/estabelecimentos comerciais.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

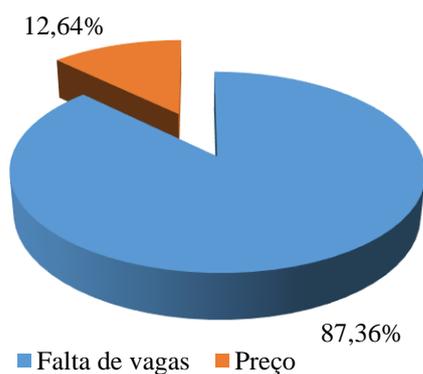
Gráfico 10: Período médio de permanência dos clientes nas lojas/estabelecimentos comerciais.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Mais de 80% dos empresários admitiram que os clientes já apresentaram queixas no que se refere ao estacionamento rotativo Flexpark. Dentre as principais queixas estão: falta de vagas; preço em desconformidade com a segurança. A fim de amenizar tal situação, 11,11% dos lojistas, possuem estacionamento próprio ou conveniado para os clientes.

Gráfico 11: Principais queixas dos clientes em relação ao estacionamento com uso do parquímetro.

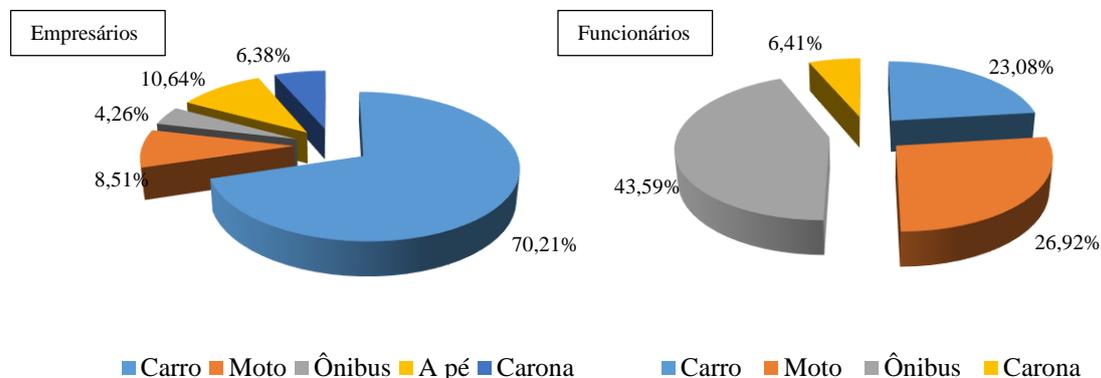


Fonte e elaboração: IPF/MS.

Diante dos resultados auferidos nos estacionamentos, observou-se que 70,21% deles costumam ir para o trabalho de carro e 23,08% admitiram que parcela de seus funcionários utilizam também esse meio de transporte. Mas apenas 2,63% indagaram que seus funcionários estacionam na rua com parquímetro e 7,89% na rua sem parquímetro. Um percentual significativo de 60,53% indicou o uso de estacionamentos

privados e 28,95% de estacionamentos conveniados, fato que não foi realidade durante a aplicação de questionários nesses estacionamentos privados e conveniados.

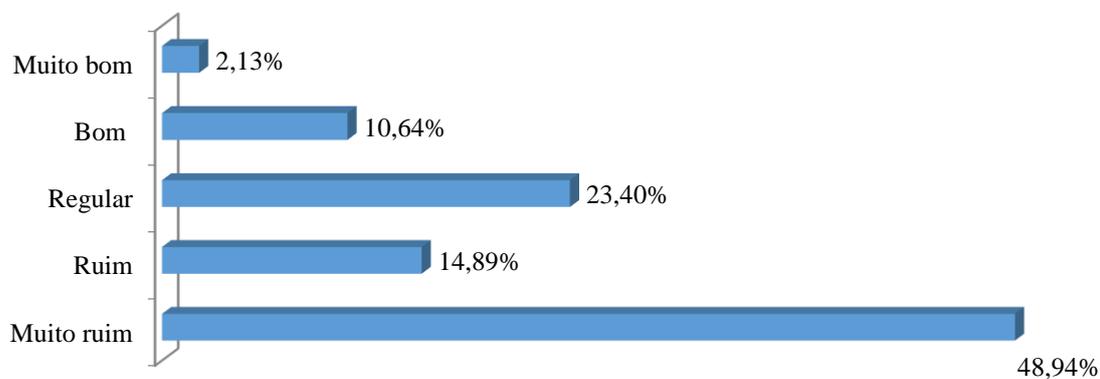
Gráfico 12: Principais veículos/formas de locomoção indicados pelos empresários.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

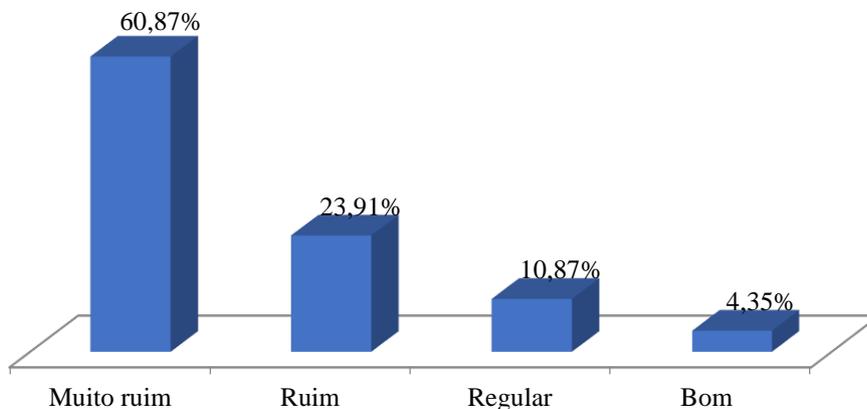
Em uma avaliação geral, empresários julgaram muito ruim o estacionamento com o uso do parquímetro (48,94%), em função principalmente do número de vagas, que também pela maioria foi apontada como muito ruim (60,87%).

Gráfico 13: Avaliação dos empresários do estacionamento com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

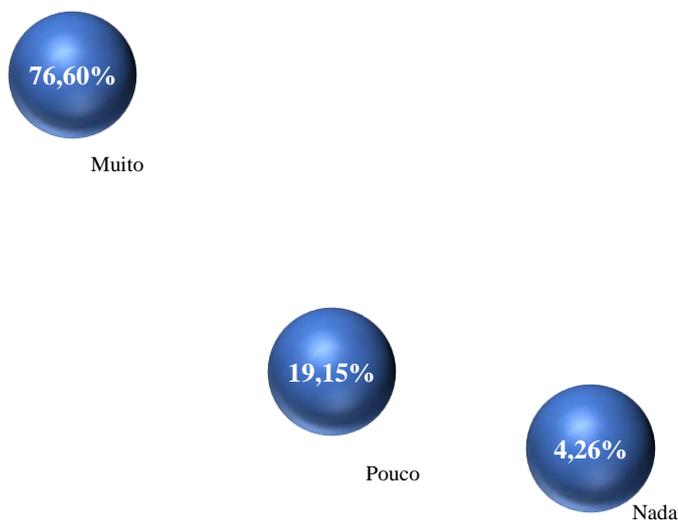
Gráfico 14: Avaliação dos funcionários e empresários do número de vagas no estacionamento com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Diante desse cenário, a maioria dos lojistas acredita que a falta de vagas do estacionamento com o uso do parquímetro, interferem muito nas suas vendas (76,60%).

Gráfico 15: Avaliação dos empresários do número de vagas no estacionamento com uso do parquímetro.

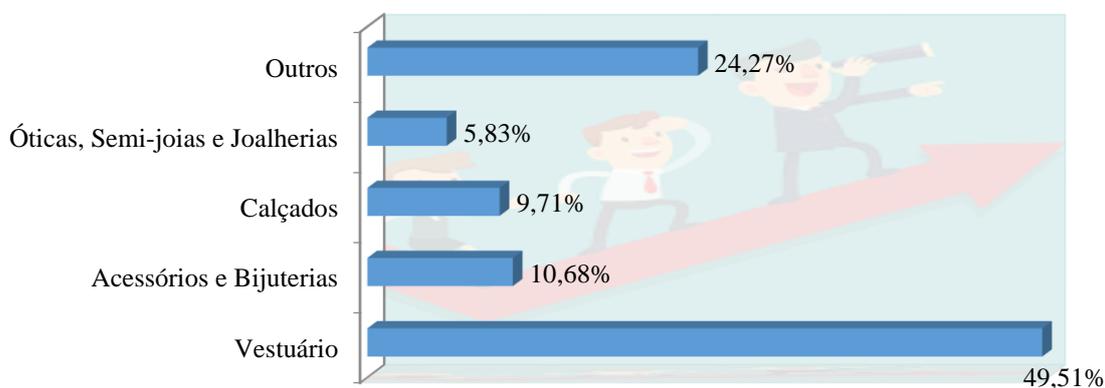


Fonte e elaboração: IPF/MS.

6. RESULTADOS: FUNCIONÁRIOS

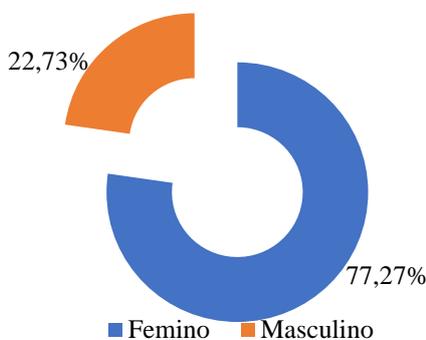
No que tange ao perfil dos funcionários da região central, observou-se que a maioria dos participantes pertencem ao segmento do vestuário (49,51%), 77,27% é do gênero feminino, 41,84% possuem entre 21 a 30 anos e 54,55% tem o ensino médio completo.

Gráfico 16: Segmentos do comércio das lojas/estabelecimentos comerciais pesquisados.



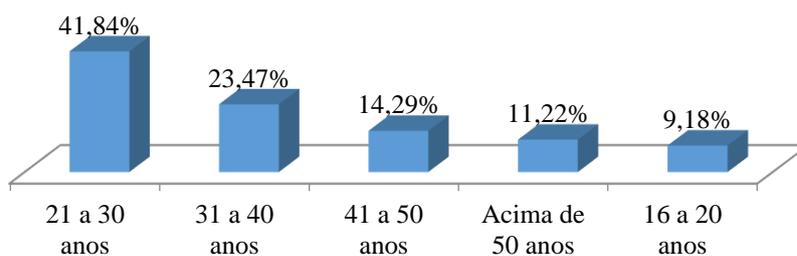
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 17: Gênero.



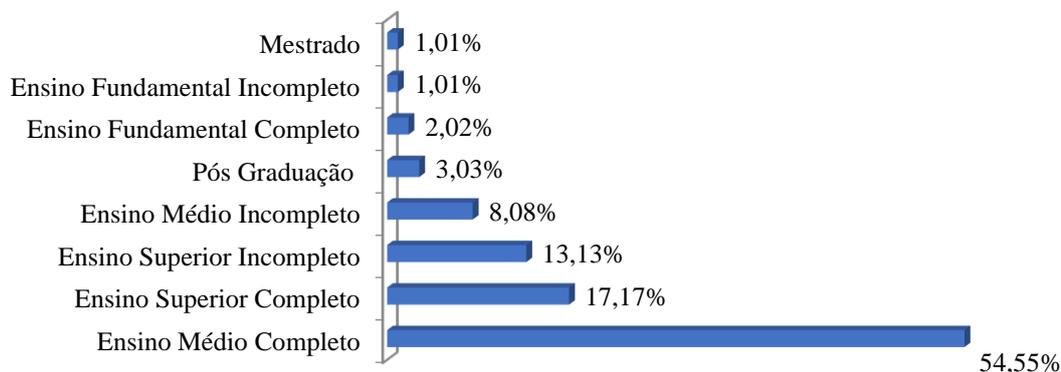
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 18: Faixa etária.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

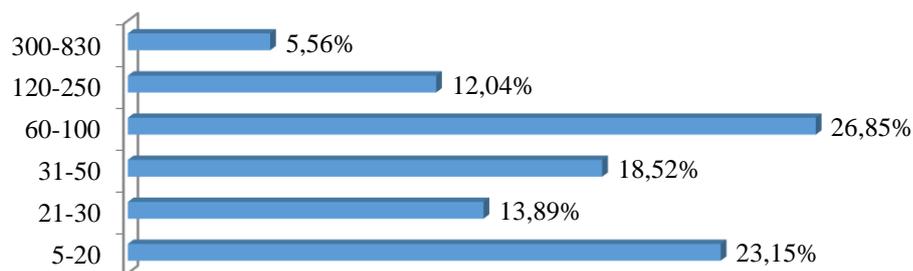
Gráfico 19: Nível de escolaridade.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

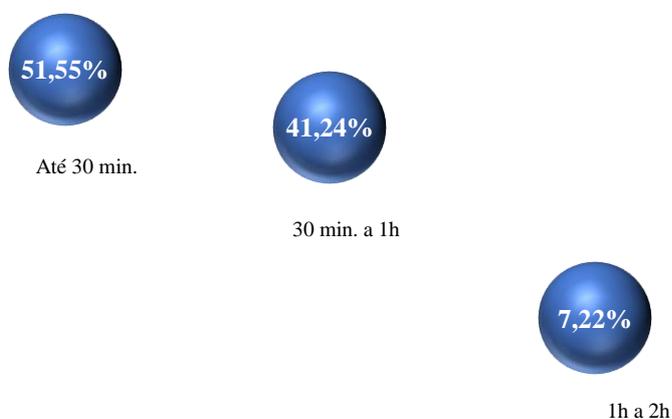
A maioria (26,85%) das empresas, de acordo com os funcionários, recebe entre 60 a 100 pessoas por dia. De modo que 51,55% costumam ficar até 30 min. nos estabelecimentos comerciais.

Gráfico 20: Fluxo diário de pessoas nas lojas/estabelecimentos comerciais.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

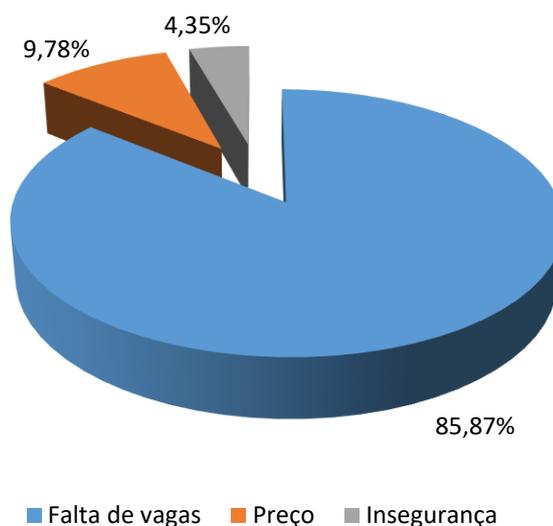
Gráfico 21: Período médio de permanência dos clientes nas lojas/estabelecimentos comerciais.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Mais de 80% dos funcionários admitiram que os clientes já apresentaram queixas no que se refere ao estacionamento rotativo Flexpark. Dentre as principais queixas estão: falta de vagas; preço em desconformidade com a segurança. A fim de amenizar tal situação, 12,24% dos funcionários relataram que as lojas possuem estacionamento próprio ou conveniado para os clientes.

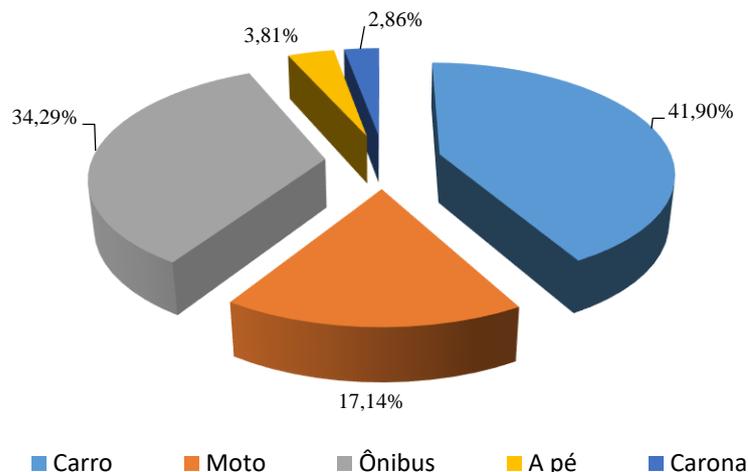
Gráfico 22: Principais queixas dos clientes em relação ao estacionamento com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Diante dos resultados auferidos nos estacionamentos, observou-se que 41,90% deles costumam ir para o trabalho de carro. Mas apenas 4,35% indagaram estacionar na rua com parquímetro e 20,29% na rua sem parquímetro. Um percentual significativo de 59,42% indicou o uso de estacionamentos privados e 10,14% de estacionamentos conveniados, fato que não foi realidade durante a aplicação de questionários nesses estacionamentos privados e conveniados.

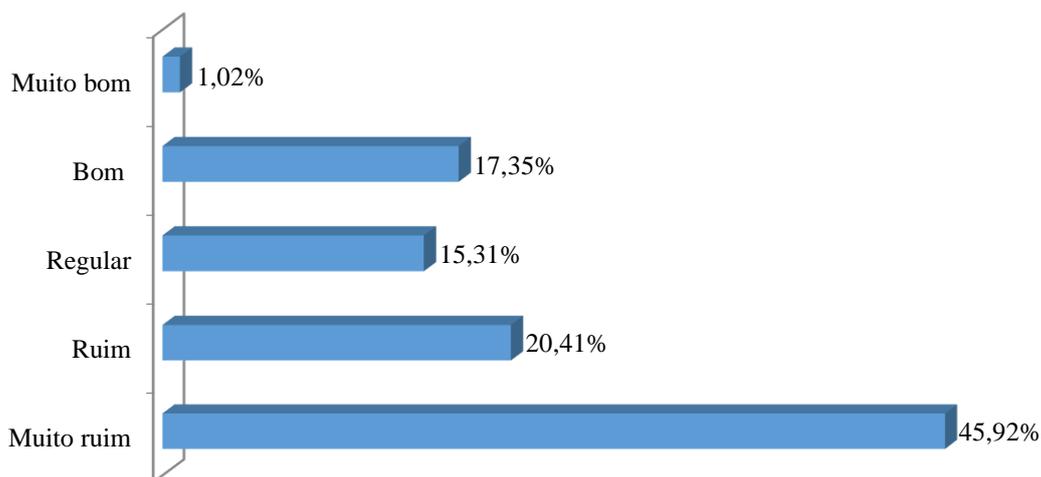
Gráfico 23: Principais veículos/formas de locomoção dos funcionários.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

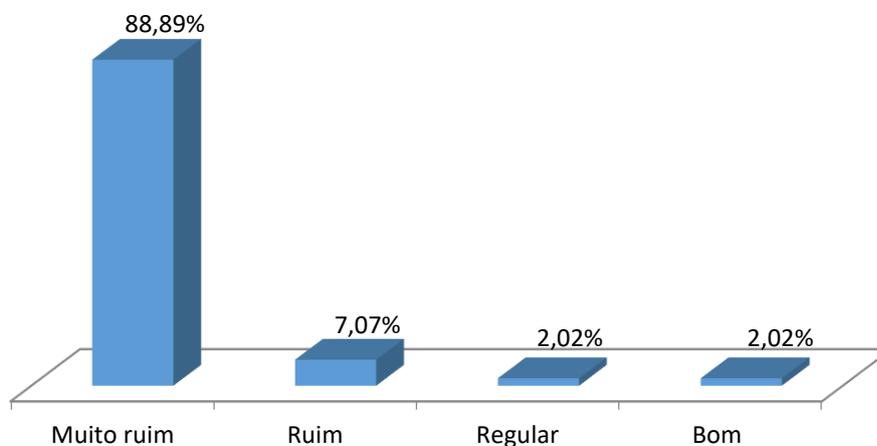
Em uma avaliação geral, os funcionários julgaram muito ruim o estacionamento com o uso do parquímetro (45,92%), em função principalmente do número de vagas, que também pela maioria foi apontada como muito ruim (88,89%).

Gráfico 24: Avaliação dos funcionários do estacionamento com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

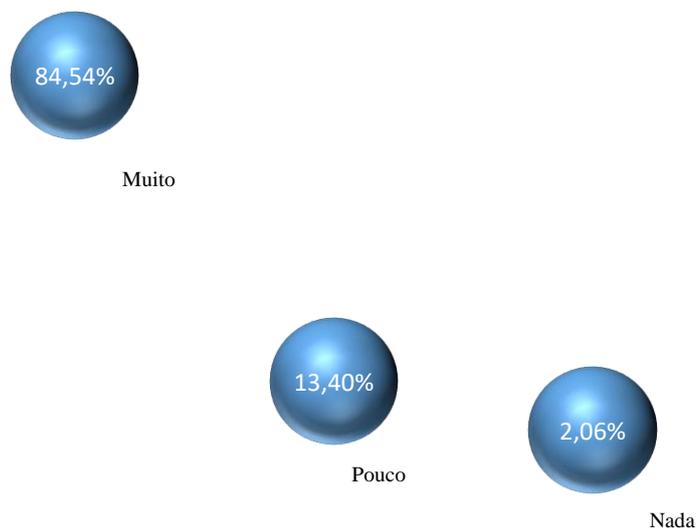
Gráfico 25: Avaliação dos funcionários do número de vagas no estacionamento com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Diante desse cenário, a maioria dos funcionários acredita que a falta de vagas do estacionamento com o uso do parquímetro, interferem muito nas suas vendas (84,54%).

Gráfico 26: Avaliação dos funcionários do número de vagas no estacionamento com uso do parquímetro.



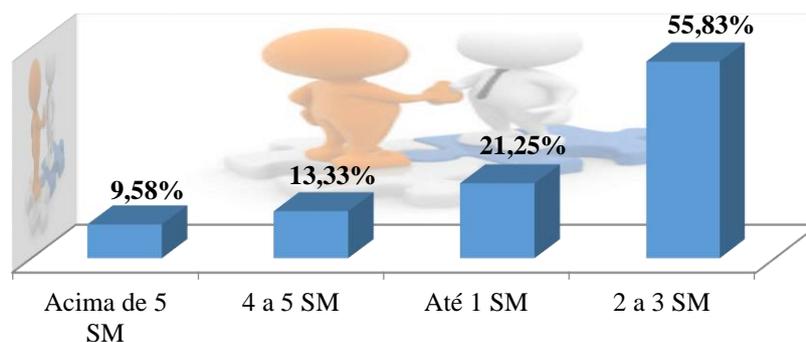
Fonte e elaboração: IPF/MS.

7. RESULTADOS: CLIENTES

Dos 264 questionários aplicados na região central de Campo Grande, verificou-se 132 bairros distintos no fluxo de clientes. Os bairros mais citados foram o Centro, Aero Rancho, Santa Emília e Tiradentes, confirmando dessa forma a intermediação de pessoas na região central. Os questionários foram destinados a 50% das pessoas do gênero feminino e 50% do gênero masculino.

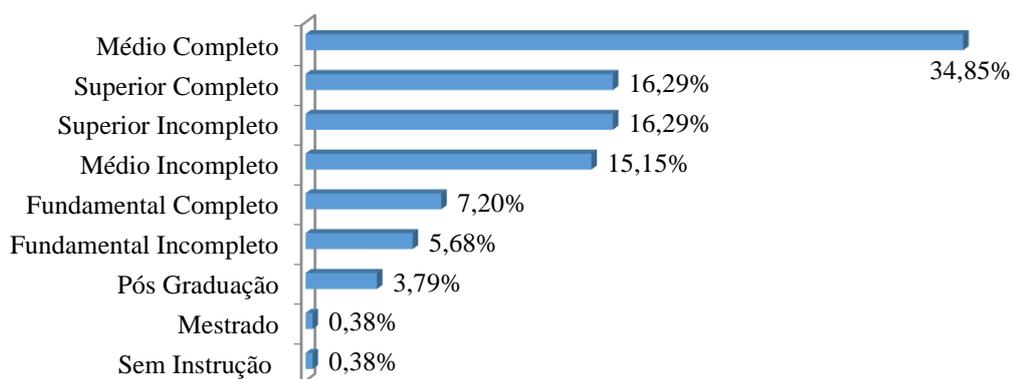
Observou-se que 55,83% do fluxo de pessoas do centro ganham uma renda entre 2 a 3 salários mínimos, 34,85% possuem o ensino médio completo e 49,81% são solteiros.

Gráfico 27: Faixa de renda dos potenciais clientes.



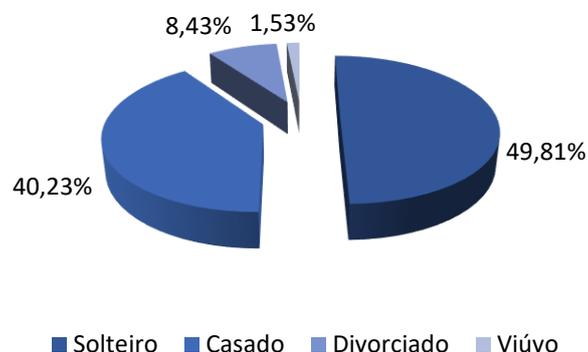
Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 28: Nível de escolaridade dos potenciais clientes.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

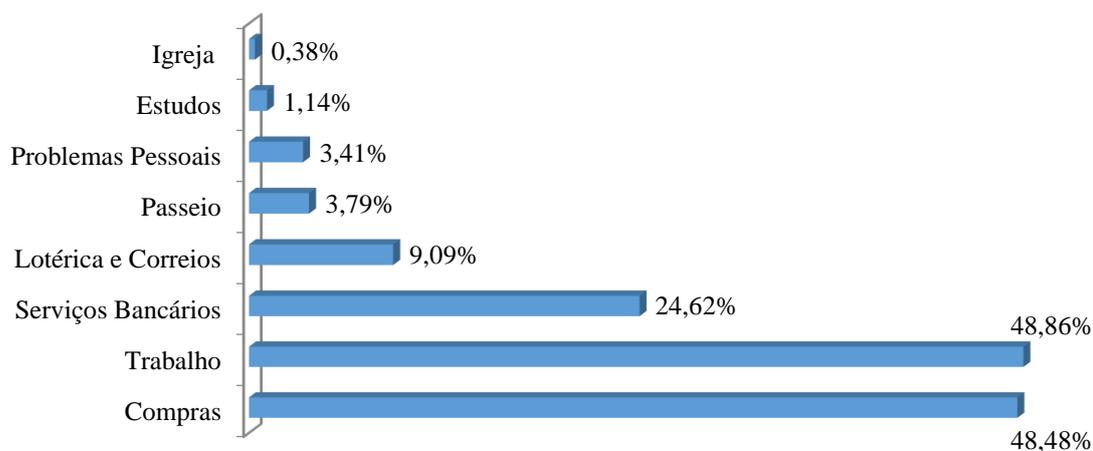
Gráfico 29: Estado civil dos potenciais clientes.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Dessas pessoas que frequentam a região central de Campo Grande, os principais motivos estão atrelados ao trabalho (48,86%), compras (48,48%) e serviços bancários (24,62%).

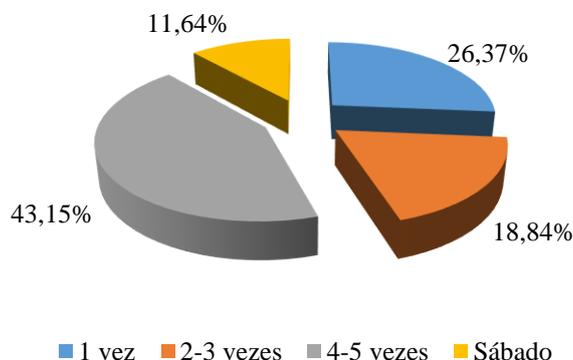
Gráfico 30: Principais motivos para a ida a região central de Campo Grande.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

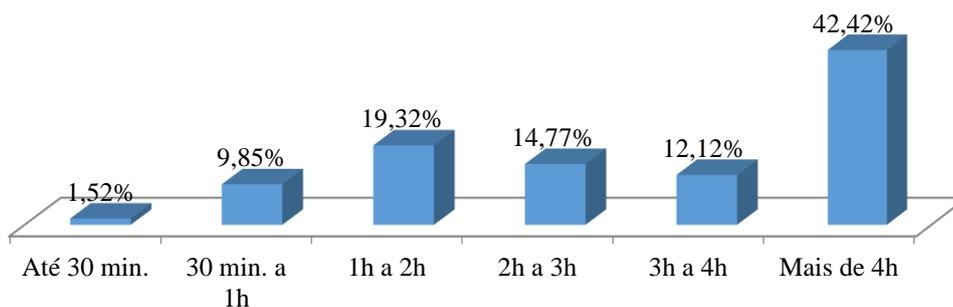
Devido ao fato de parcela significativa das pessoas estar associado ao trabalho, essas costumam frequentar essa região de 4 a 5 vezes por semana (43,15%) e a permanecer no local mais de 4 horas por dia (42,42%).

Gráfico 31: Quantidade de dias que os potenciais clientes costumam frequentar a região central de Campo Grande.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

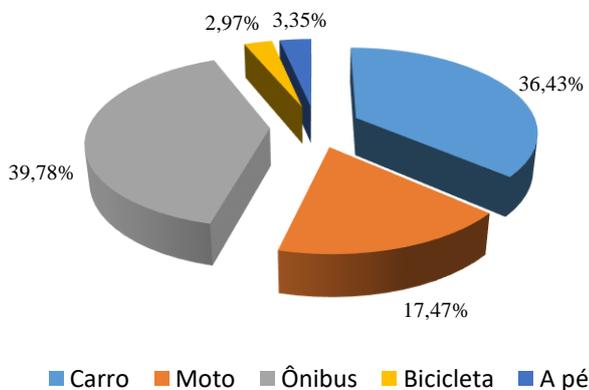
Gráfico 32: A quantidade de tempo que os potenciais clientes permanecem na região central de Campo Grande.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

O principal veículo de locomoção utilizado para tanto, são os ônibus (39,78%), seguidos pelos carros (36,43%).

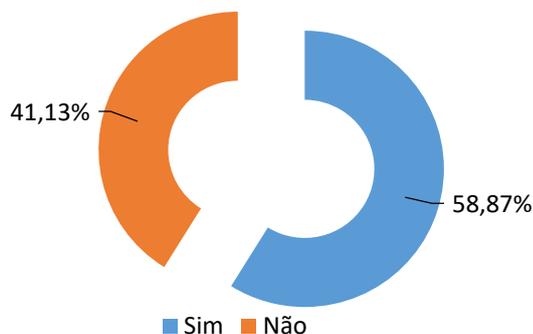
Gráfico 33: Principais meios/formas de transporte dos potenciais clientes.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

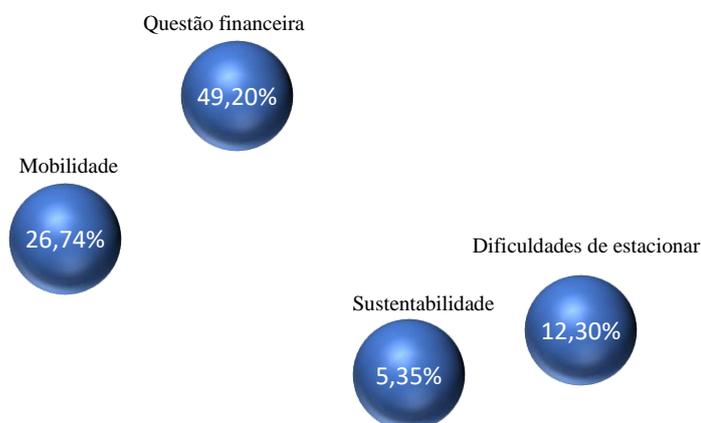
Apesar de alguns não utilizarem carro, 58,87% possuem, e dentre os principais motivos para o não uso, destacaram-se as questões financeiras (49,20%) e a dificuldade de encontrar vagas para estacionar (12,30%).

Gráfico 34: Percentual dos potenciais clientes que possuem carro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

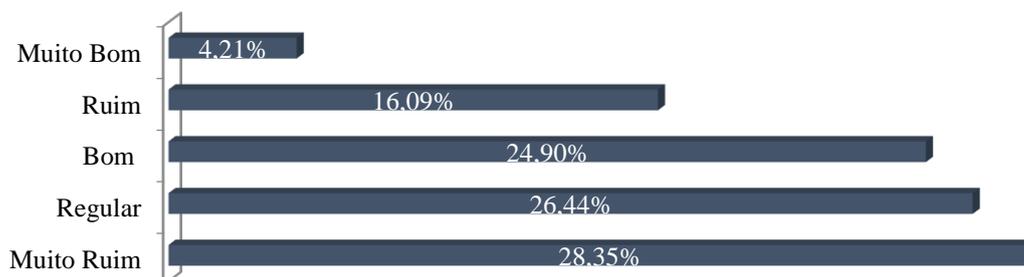
Gráfico 35: Principais motivos para o não uso do carro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

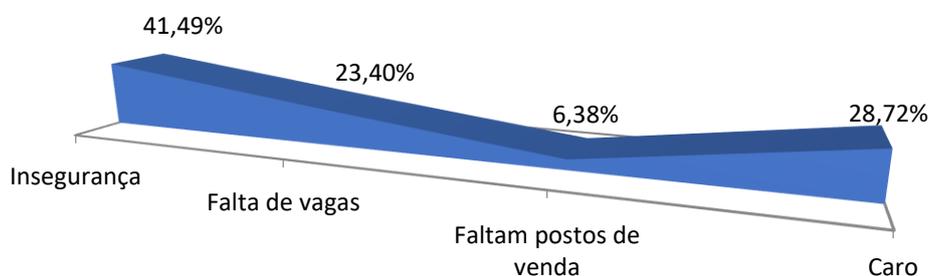
No que se refere a dificuldade de encontrar estacionamento, aqueles com o uso do parquímetro, em sua maioria foram avaliados como muito ruins (28,35%), o que equivaleria uma nota de 0 a 2. Essa dificuldade é ocasionada principalmente pela falta de vagas (23,40%). Outras justificativas foram apontadas para essa avaliação negativa, tais como a insegurança (41,49%).

Gráfico 36: Avaliação dos potenciais clientes dos estacionamentos com uso do parquímetro.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

Gráfico 37: Principais motivos para a avaliação ruim ou muito ruim.



Fonte e elaboração: IPF/MS.

De acordo com os entrevistados, 42,19% indagaram que a falta de vagas para estacionar na região central de Campo Grande influencia muito (entre 66,66% a 100%) em suas intenções de compras, acarretando, inclusive, na desistência. Ficou evidente que os clientes são altamente sensíveis a falta de vaga para estacionar.

Gráfico 38: O quanto interfere a falta de vaga para estacionar na intenção de compra dos potenciais consumidores?



Fonte e elaboração: IPF/MS.

8. OFERTA DE VAGAS NA REGIÃO CENTRAL DE CAMPO GRANDE

Na região central de Campo Grande estão disponíveis 2.012 vagas nos estacionamentos privados ao público em geral. No que se refere ao estacionamento com o uso do parquímetro, há aproximadamente 2.100 vagas. Sabe-se a partir dessas informações que nessa região há uma oferta de 4.112 vagas de estacionamento.

De modo a verificar se essas vagas são suficientes, admite-se que com um fluxo de 315.000 potenciais clientes/mês (PÁTIO CENTRAL, 2016), haveria diariamente um dinamismo de 13.125 clientes. Desses clientes, aproximadamente 40% (5.250) costumam ir de carro e a rotatividade das vagas ocorre pelo menos duas vezes ao dia.

Com essa rotatividade e número de clientes/dia, o número total de vagas de estacionamento da região central seria suficiente. No entanto, quando considerado apenas o estacionamento com o uso do parquímetro haveria insuficiência de vagas de pelo menos 20%.

De forma a complementar essa análise, sabe-se que não são apenas clientes que utilizam o estacionamento rotativo, destacam-se também os funcionários de 407 lojas/estabelecimentos comerciais da região destacada. Não necessariamente esses funcionários são pagantes do parquímetro.

Assim, de acordo com estimativas da pesquisa de campo, há cerca de 5 funcionários/estabelecimentos comerciais, totalizando 2.057 funcionários na região central, sem contar as Instituições Bancárias. Cerca de 40% (823) desses funcionários utilizam carro para ir ao trabalho.

Somando-se 823 funcionários e/ou empresários a 5.250 potenciais clientes, haveria por dia 6.073 pessoas em busca de estacionamento. No caso dos funcionários, dificilmente há rotatividade, logo haveria uma insuficiência de vagas com uso do parquímetro de 51,34%. Contando com os estacionamentos privados/conveniados, essa insuficiência seria de 13,02%.

9. O QUANTO A FALTA DE VAGA DE ESTACIONAMENTO COM O USO DO PARQUÍMETRO INTERFERE NAS VENDAS DO COMÉRCIO?

De acordo com o levantamento da pesquisa de campo, identificou-se que por dia aproximadamente 5.250 potenciais clientes e 823 funcionários e/ou empresários possuem a intenção de estacionar na rua com o uso do parquímetro. Sabe-se nesse contexto que há insuficiência de vagas em mais de 50%, logo dentre as principais queixas indicadas por esses usuários esteve o número de vagas desses estacionamentos.

Com essa insuficiência de vagas, tanto lojistas, empresários, quanto pelos clientes, admitiram que há uma influência significativa na intenção de compras, levando, inclusive a desistência dessas compras. Sabe-se também que caso os funcionários deixassem de usar essas vagas, amenizaria em aproximadamente 30 p.p. a insuficiência de vagas de estacionamento a potenciais clientes. Cabem nesse sentido pequenas ações aos empresários, de modo a aproveitar brechas e atrair seus clientes.