

CONTRIBUTOS PARA A DEFINIÇÃO DO PERFIL DE COMPETÊNCIAS DOS COMERCIANTES DOS MERCADOS MUNICIPAIS: A PERSPETIVA DOS DIFERENTES *STAKEHOLDERS*

João Pedro Cordeiro

joao.cordeiro@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal; CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

Pedro Pardal

pedro.pardal@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

Duarte Xara Brasil

duarte.brasil@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – discute o papel e importância das competências dos comerciantes dos mercados municipais. Pretende-se fazer o diagnóstico de competências requeridas para o exercício da função de comerciante destes mercados tradicionais, de forma a identificar as suas competências-chave na perspetiva dos diferentes *stakeholders*.

Referencial Teórico – os mercados ganham nova centralidade e espaço de referência na estrutura da cidade (Pereira, 2018). Revitalizam os espaços públicos, ao criarem um lugar de diversidade, e contribuem para a inserção de trabalhadores pouco qualificados (Barreta, 2012). O desenvolvimento de competências é, a este nível, fundamental já que contribui para o crescimento e consolidação dos trabalhadores e das organizações (Sarwoko, 2016). A manutenção dos níveis de competitividade, através do equilíbrio entre competências detidas e requeridas pelos comerciantes, constitui um dos principais desafios que se colocam a esta área.

Metodologia – estudo de caso único no Mercado do Livramento – Setúbal, consubstanciado numa abordagem quantitativa através da aplicação de um inquérito aos participantes de quatro *focus group*: especialistas e gestores, comerciantes, consumidores e agentes turísticos.

Conclusões/Resultados – identificação do perfil de competências-chave dos comerciantes destes mercados e avaliação do grau de similaridade das competências consideradas pelos diferentes grupos de intervenientes face ao perfil identificado.

Implicações da investigação – auxilia na conceção de modelos de gestão que alavanquem o resultado dos mercados; contribui para o desenvolvimento de ações de formação conducentes à melhoria das competências detetadas.

Originalidade – análise do papel central do comerciante dos mercados municipais, servindo de estudo âncora para outros estudos sobre as suas competências; natureza aplicada e colaborativa da investigação assente na participação dos diversos *stakeholders* no processo de diagnóstico das competências.

Agradecimento – O estudo foi possível pelo apoio da Câmara Municipal de Setúbal, que criou as condições para a operacionalização deste trabalho de campo de campo.

Palavras-chave – Comerciantes; Perfil de Competências; *Focus Group*; Mercados Municipais.

BIBLIOGRAFIA

Barreta, J. (2012). O comércio de proximidade – fazer acontecer a regeneração urbana. Lisboa: CIP.

Pereira, C. (2018). A nova condição urbana: espaços comerciais e de consumo na reestruturação da cidade Juazeiro do Norte e Ribeirão Preto (Tese de Doutoramento). São Paulo: UNESP.

Sarwoko, E. (2016). Growth strategy as a mediator of the relationship between entrepreneurial competencies and the performance of SMEs. *Journal of Economics, Business & Accountancy*, 19(2), 219-226.