

(em português, espanhol ou inglês) não excedendo 200 palavras (sem fórmulas matemáticas ou símbolos), com indicação de até 3 palavras-chave (ver lista em anexo), e da área de aplicação quando tal for relevante, por correio electrónico para o endereço [io2002@dps.uminho.pt](mailto:io2002@dps.uminho.pt) ou através da página <http://www.eng.uminho.pt/~dps/io2002/>.

Os resumos aceites serão publicados nas actas da conferência. Da aceitação das comunicações será dado conhecimento aos autores até 25 de Fevereiro de 2002.

*Título da comunicação:* **Previsão por analogia: Utilização de modelos discriminantes lógicos**

*Autor 1:*

*Nome:* Armando B. Mendes  
*Instituição:* Dep. de Matemática, Univ. dos Açores  
*Endereço:* R. da Mãe de Deus  
9501-801 Ponta Delgada  
*E-mail:* amendes@notes.uac.pt

*Autor 2:*

*Nome:* Margarida G.M.S. Cardoso  
*Instituição:* Dep. de Métodos Quantitativos, ISCTE  
*Endereço:* Av. das Forças Armadas  
1649-026 LISBOA  
*E-mail:* margarida.cardoso@iscte.pt

*Último Autor:*

*Nome:* Rui Carvalho Oliveira  
*Instituição:* CESUR, Inst. Superior Técnico  
*Endereço:* Av. Rovisco Pais  
1049-001 Lisboa  
*E-mail:* roliv@ist.utl.pt

*Resumo:*

O sector do retalho em Portugal está a passar por uma reestruturação, tendo-se observado nos últimos anos a perda da liderança em termos de volume de vendas por parte das grandes superfícies em favor das pequenas e médias superfícies. Em 1997 os supermercados atingiram a liderança, em quota de mercado, e consolidaram a sua estratégia de expansão. Perante este cenário alguns grupos de retalho Portugueses estão a investir fortemente em lojas de pequena dimensão, que ofereçam uma gama de produtos limitada, mas surjam como uma alternativa aos grandes espaços principalmente pela comodidade da proximidade e da rapidez de serviço. No entanto, a localização de lojas de pequenas dimensões é especialmente crítica, como alguns insucessos recentes comprovam.

Assim, no âmbito de um estudo de localização de lojas de retalho de pequena a média dimensão, apresenta-se uma tipificação de 19 lojas pertencentes a uma cadeia, em quatro agrupamentos considerados análogos para efeitos de previsão de vendas. Localizações potenciais de novas lojas são afectas a um dos agrupamentos denominados: lojas grandes, lojas de bairro (grandes e pequenas) e lojas de passagem. Para tal utilizam-se modelos discriminantes lógicos e informação relacionada com a loja e com a localização. Comparam-se ainda algoritmos para obtenção de modelos discriminantes lógicos como CHAID e CART para a função específica em estudo.

*Palavras-chave:* Previsão, Modelos discriminantes lógicos, Marketing, Lojas de retalho.

io 2002

Comissão Organizadora

Dept Produção e Sistemas, Escola Engenharia, Universidade do Minho · 4710-057 Braga, Portugal

Tel.: +351 253 604 744 • Fax: +351 253 604 741 • Email: [io2002@dps.uminho.pt](mailto:io2002@dps.uminho.pt)

Web: <http://www.eng.uminho.pt/~dps/io2002/>