

## FICHA DE CADASTRO

## PROJETO HIPERMERCADOS

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Hipermercados	Jorge Galarraga, Marcelo Herz, Laura Albrieu, Violeta Depiante, Graciela Pastor	2008	Generación de viajes en hipermercados y centros universitarios	XV Congresso Pasamericano			sem arquivo
Hipermercados	Jorge Galarraga, Marcelo Herz, Laura Albrieu, Violeta Depiante y Graciela Pastor	2007	Características de los viajes en hipermercados de la ciudad de Córdoba – Argentina	site	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/">http://redpgv.coppe.ufrj.br/</a>	La construcción de grandes superficies cubiertas con variada oferta de bienes y servicios, representa un gran atractivo para la población que encuentra en un solo punto los servicios adecuados para resolver un sinnúmero de necesidades; pero esta localización trae aparejada distintas consecuencias a corto, mediano y largo plazo, en su entorno y en la estructura urbana de la ciudad. En este contexto la concentración de actividades puede promover ventajas comparativas fruto de las economías de escala, que pueden favorecer a los clientes y a sus emprendedores. Sin embargo, cuando estas concentraciones son excesivas o instaladas en localizaciones inadecuadas, pueden provocar una saturación de las infraestructuras colectivas y disfunciones sociales. Debido a esta dualidad es fundamental que la implementación de un Polo Generador de Viajes (PGV) (...)	com arquivo
Hipermercados	Jorge Galarraga y Marcelo Herz	2006	Tasas y modelos de generacion de viajes en Hipermercados de la ciudad de Córdoba	site	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/">http://redpgv.coppe.ufrj.br/</a>	La construcción de grandes superficies cubiertas con variada oferta de bienes y servicios, representa un gran atractivo para la población que encuentra en un solo punto los servicios adecuados para resolver un sinnúmero de necesidades; pero esta localización trae aparejada distintas consecuencias a corto, mediano y largo plazo, en su entorno y en la estructura urbana de la ciudad. En este contexto la concentración de actividades puede promover ventajas comparativas fruto de las economías de escala, que pueden favorecer a los clientes y a sus emprendedores. Sin embargo, cuando estas concentraciones son excesivas o instaladas en localizaciones inadecuadas, pueden provocar una saturación de las infraestructuras colectivas y disfunciones sociales. Debido a esta dualidad es fundamental que la implementación de un Polo Generador de Viajes (PGV) (...)	com arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Hipermercados	Leandro Rodrigues e Silva e Paulo Cesar Marques Silva	2006	Modelos de geração de viagens endoexógenos para pólos geradores de viagens – estudo de caso nos supermercados e hipermercados.	Congresso Anpet 2006	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/">http://redpgv.coppe.ufrj.br/</a>	Os polos geradores de viagens - PGVs - são empreendimentos que, mediante a oferta de bens ou serviços, causam impactos significativos no sistema viário, na estrutura urbana, no desenvolvimento econômico e na qualidade de vida em sua área de influência. Com o intuito de contribuir para o conhecimento dos aspectos pertinentes à instalação de PGVs, este artigo traz um estudo sobre a geração de viagens destes, analisando o impacto de se considerar variáveis exógenas (externas) ao PGV nos modelos, tornando-os modelos de geração de viagens endoexógenos. A utilização de tais variáveis absorve características próprias dos locais onde o PGV foi instalado, assim como as características da sociedade que ele serve, possibilitando, assim, a aplicação deste em diferentes localidades com menor erro e integração entre estudos de diferentes regiões. Assim, o presente trabalho discorre sobre um estudo de caso em supermercados e hipermercados brasileiros, verificando o bom desempenho deste tipo de modelo.	com arquivo
Hipermercados	Leandro Rodrigues e Silva	2006	METODOLOGIA DE DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE INFLUÊNCIA DOS PÓLOS GERADORES DE VIAGENS PARA ESTUDOS DE GERAÇÃO DE VIAGENS – UM ESTUDO DE CASO NOS SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS	Dissertação de Mestrado em Transportes - UNB	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/arquivos/Leandro%20%20Silva_MSc_UnB_2006.pdf">http://redpgv.coppe.ufrj.br/arquivos/Leandro%20%20Silva_MSc_UnB_2006.pdf</a>	Os supermercados e hipermercados brasileiros causam significativos impactos nos sistemas viários e de transportes nos locais onde se instalam, se caracterizando como potenciais Pólos Geradores de Viagens - PGVs. Com o intuito de antever e amenizar tais impactos é que se embasam os estudos acerca dos PGVs e esta dissertação de mestrado. Nestes estudos, destaca-se a previsão da demanda como uma crucial e importante etapa que subsidia a tomada de decisão. Por isso, optou-se neste trabalho por uma análise detalhada desta etapa. / Foi realizado, então, um estudo de caso em supermercados e hipermercados de três cidades brasileiras, levantando características que poderiam ser consideradas como variáveis constituintes do modelo de geração de viagens. Dentre estas, destacam-se as variáveis referentes às características da população residente na área de influência dos empreendimentos (variáveis exógenas), (...)	com arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Hipermercados	Yaakov Garb	2006	Retail deconcentration's impacts on travel to prague Hypermarkets	site	<a href="http://www.itdp.org">http://www.itdp.org</a>	This chapter provides the first comprehensive examination of the impact of retail decentralization on shopping travel and visitation patterns in post-Communist Prague. Based on surveys of the current and prior shopping patterns reported in 2001 by shoppers in four recently opened hypermarket malls, the analysis shows how the transition to hypermarkets has affected shopping behaviour, and provides a detailed picture of current shopping trips, including an estimate of their contribution to total travel, and a multivariate analysis of the factors shaping trip length, mode, and frequency. (...)	com arquivo
Hipermercados	Brehmer, Christopher L ; Butorac, Marc A   Copyright informationCopyright	2006	Trip generation characteristics of discount supermarkets	site	<a href="http://www.highbeam.com/doc/1P3-466151951.html">http://www.highbeam.com/doc/1P3-466151951.html</a>	This feature presents the results of a trip generation study a 10 discount supermarket facilities operated by the same company. The trip rate and trip type associated with the discount supermarket company were found to be lower than those of the standard trip generation supermarket and discount supermarket land uses. Over the past several years, many grocers have attempted to create a niche market by selling high-quality goods, creating in-store brand names, selling products in bulk and/or selling products at discounted prices. As these trends have continued, building sizes typically have increased and the trip generation profile of grocers has evolved.	sem arquivo
Hipermercados	Ian Clark	2006	Trip Rate and Parking Databases in New Zealand and Australia	site	<a href="mailto:ian@flownz.com">ian@flownz.com</a>	The New Zealand Trips and Parking Database Bureau (NZTPDB, or "the Bureau") was set up in 2002. The aim is to develop a large body of data which is available to all members. It is intended to improve "good practice" in the area and through shared common knowledge, to reduce needless debate at hearings and appeals on trip and parking rates. The Bureau has good ties and reciprocal memberships with the consultants responsible for running the TRICS database in the UK, and is seeking to establish closer ties with AITPM, consultants and government bodies in Australia. It is also planned to develop contacts with Canada and the US during 2008. This paper outlines: • Current practices regarding sources of surveyed trip rate and parking data in New Zealand and Australia; • The progress to date in developing the New Zealand Trips and Parking Database and details of the range of data held for different land uses; (...)	com arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Hipermercados	TranSystems	2006	Traffic Impact and Access Study SC 123 Retail Development	site	<a href="http://www.cityofclemsen.org">http://www.cityofclemsen.org</a>	TranSystems has been retained to conduct a traffic impact and access study for a proposed retail development to analyze the project related traffic impacts on the roadways adjacent to the site. The proposed development is located on US Highway 123 west of SC Highway 93 in Clemson, South Carolina. The project location is illustrated on Figure 1. The study includes a review of existing traffic conditions, trip generation projections, volume/capacity analysis, and a discussion of anticipated impacts of the development on area roadways. (...)	com arquivo
Hipermercados	Michael Grant Smith	2006	Two appeals under the resource management act 1991	site	<a href="http://www.hastingsdc.govt.nz">http://www.hastingsdc.govt.nz</a>	In early 2004, my company was commissioned by Hastings District Council to analyse the traffic impacts that might be caused by a Large Format Retail Centre in the vicinity of Nelson Park and the establishment of other large format retail developments to the northeast of the existing Hastings Central Business District. The Report describing that analysis was completed in February 2004, (...)	com arquivo
Hipermercados	Leandro Rodrigues E Silva	2006	Metodologia de Delimitação da Área de Influência dos Pólos Geradores de Viagens Para Estudos de Geração de Viagens – Um Estudo de Caso nos Supermercados e Hipermercados	Dissertação de MSc - UnB	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/">http://redpgv.coppe.ufrj.br/</a>	Os supermercados e hipermercados brasileiros causam significativos impactos nos sistemas viários e de transportes nos locais onde se instalam, se caracterizando como potenciais Pólos Geradores de Viagens - PGVs. Com o intuito de antever e amenizar tais impactos é que se embasam os estudos acerca dos PGVs e esta dissertação de mestrado. Nestes estudos, destaca-se a previsão da demanda como uma crucial e importante etapa que subsidia a tomada de decisão. Por isso, optou-se neste trabalho por uma análise detalhada desta etapa. Foi realizado, então, um estudo de caso em supermercados e hipermercados de três cidades brasileiras, levantando características que poderiam ser consideradas como variáveis constituintes do modelo de geração de viagens. Dentre estas, destacam-se as variáveis referentes às características da população residente na área de influência dos empreendimentos (variáveis exógenas), diferenciando dos modelos usuais do estado da arte, que consideram apenas variáveis referentes às características dos PGVs (variáveis endógenas). (...)	com arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Superstores	Vivian, Georgiana M.	2006	Trip Generation Characteristics of Free-Standing Discount Superstores	ITE journal, vol. 76, no. 8	<a href="http://www.ite.org/search/default.asp">http://www.ite.org/search/default.asp</a>	Free-standing discount superstores have gained in popularity because of their convenience. This study showed a p.m. peak-hour trip generation rate of 5.50, substantially higher than the standard ITE free-standing discount superstore rate.	sem arquivo
Hipermercados	Leandro Rodrigues e Silva e Paulo Cesar Marques da Silva	2005	Supermercados como pólos geradores de viagens – Desenvolvimento de um modelo de geração de viagens aplicável em diferentes localidades brasileiras	site	<a href="http://redpgv.coppe.ufrj.br/">http://redpgv.coppe.ufrj.br/</a>	Os supermercados e hipermercados brasileiros causam um impacto significativo no sistema viário, gerando problemas em todo sistema de transportes do entorno. Com o intuito de contribuir para o conhecimento dos aspectos de transportes pertinentes à instalação de tais PGVs, a dissertação de Mestrado referida no presente relatório traz um estudo das variáveis exógenas ao empreendimento, incorporando-as em um modelo de geração de viagens. A utilização de tais variáveis absorverá características próprias dos locais onde o PGV foi instalado, assim como as características da sociedade que ele serve, possibilitando assim, o uso do modelo em diferentes localidades com um menor erro.	com arquivo
Hipermercados	Ignacio De La Fuente	2003	An urgency measure adopting an interim ordinance pursuant to government code section 65858 imposing a moratorium on large-scale retail stores with more than 10% of sales floor area devoted to non-taxable merchandise	site	<a href="http://www.oaklandnet.com/government/CEDA/revise/planningzoning/commission/ZT03-393_B_.pdf">http://www.oaklandnet.com/government/CEDA/revise/planningzoning/commission/ZT03-393_B_.pdf</a>	The attached Ordinance places a 45-day moratorium on instituting, modifying or expanding retail stores larger than 100,000 square feet with more than 10% of sales floor area dedicated to non-taxable merchandise ("Big Box Grocers"). Recent studies suggest that this type of land use has negative impacts on existing neighborhood-serving commercial areas and on traffic and air quality, particularly when not sufficiently offset by sales tax revenue. This ordinance applies only to Big Box Grocers. It would not apply to any other type of big box retail without full-service grocery components (e.g., a regular Target or Home Depot), regular grocery stores (e.g., Safeway or Albertsons), membership stores (...)	com arquivo
Hipermercados	Brehmer, Christopher L.; Butorac, Marc A	2003	Trip Generation Characteristics of Discount Supermarkets	ITE journal, vol. 73, no. 11	<a href="http://www.ite.org/search/default.asp">http://www.ite.org/search/default.asp</a>	This feature presents the results of a trip generation study at 10 discount supermarket facilities operated by the same company. The trip rate and trip type associated with the discount supermarket company were found to be lower than those of the standard Trip Generation supermarket and discount supermarket land uses.	sem arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
L. Conveniencia	Kevin L Johnson, Matthew I Hammond	2001	Trip-generation characteristics for convenience stores.	Institute of Transportation Engineers. ITE Journal. Washington: Aug 2001. Vol. 71, Iss. 8; p. 26 (5 pages)			
Supermercados	Heloisa Maria Barbosa & Richele Cabral Gonçalves	2000	Pólo gerador de tráfego - um estudo em supermercados.	Anais do XIV Congresso de Pesquisa e Ensino em Transportes (ANPET), realizado em Gramado (RS), novembro de 2000, volume I - pp. 57 - 65		Este trabalho apresenta modelos desenvolvidos através de análise de regressão simples para o cálculo do número médio de clientes e de geração de viagens por dia em um supermercado em relação a sua área de venda. Os supermercados foram escolhidos para este estudo pois são pólos geradores de tráfego, ou seja, construções que, dependendo de sua dimensão, atraem um número elevado de viagens podendo causar impactos nas vias de acesso. Foram estudados dez supermercados, dos quais três são considerados hipermercados, todos situados em Belo Horizonte (MG). (...)	
Hipermercados	Jeroen Boerkamps and Arjan van Binsbergen	1999	GoodTrip - A New Approach for Modelling and Evaluation of Urban Goods Distribution	site	<a href="http://www.tft.lth.se/kfbkonf/3boerkampsbinsbergennew.pdf">http://www.tft.lth.se/kfbkonf/3boerkampsbinsbergennew.pdf</a>	The GoodTrip model estimates goods flows, urban freight traffic and its impacts. This paper discusses the theory and application of the model, that is based on logistical chains. Liveability and accessibility of urban areas are influenced by freight traffic resulting from logistical choices in the supply chain, like warehouse location, delivery frequencies, vehicle type and routing. To support decision making it is necessary to model these choices and their effects, in current and future situations. In GoodTrip the logistical chain links activities of consumers, supermarkets, hypermarkets, distribution centres and producers. Based on consumer demand, the GoodTrip model calculates the volume per goods type in m3 in every zone. The goods flows in the logistical chain are determined by the spatial distribution of activities and the market shares of each activity type - consumer, supermarket, hypermarket, distribution centre, etc. This attraction constraint calculation starts with consumers and ends at the producers or at the city borders( ...)	com arquivo

TIPO	AUTOR	ANO	TITULO	FONTE	LINK PARA O ARQUIVO	RESUMO	COM/SEM ARQUIVO
Supermercados	Lenise Grando Goldner & Robson Hoffmann da Silva	1996	Uma análise dos supermercados como pólos geradores de tráfego.	Anais do X Congresso da ANPET, realizado em Brasília, novembro de 1996. Volume I – pp. 111 - 118.		As etapas contempladas no estudo foram a geração de viagens, dimensionamento do estacionamento e estimativa do tempo de viagem para compras. A amostra estudada foi retirada do total de supermercados em Santa Catarina.	
Supermercados	Antônio Nélon Rodrigues da Silva; Maurício Olbrick Rodrigue & Vânia Maria Pessôa Pampolha	1995	Uma proposta para determinação do número de vagas para estacionamento em supermercados em função do...	Anais do IX congresso da ANPET, realizado em São Carlos (SP), novembro de 1995. Volume III – pp. 833			
			Land use:850 Supermarket	Trip generatio 7 edition			com arquivo