

Comércio tradicional e pedonização no centro do Funchal

Pedro Miguel Correia Gomes da Costa

Dissertação de Mestrado em

Gestão do território

Área de Especialização em

Planeamento e Ordenamento do Território

Janeiro de 2013

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Território, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor José Afonso Teixeira.

Apoio financeiro do Centro de Ciência e Tecnologia da Madeira.



CENTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA MADEIRA

Os melhores RUMOS para os Cidadãos da Região



Agradecimentos

À Eva, ao Egas e à Délia, pelo amor, carinho e paciência.

Ao Professor Doutor José Afonso Teixeira, pela orientação, rigor e acompanhamento na realização da dissertação.

Ao Centro de Ciência e Tecnologia da Madeira (CITMA) pelo apoio concedido.

Finalmente, aos meus compadres e a todos os meus amigos pelo incentivo e estima.

ÍNDICE

I - Introdução	1
1- Enquadramento e objetivos	1
2 – Metodologia.....	3
3- Estrutura do trabalho	5
II- Comércio e cidade	6
1-Transformações no comércio e no espaço urbano	6
2- Os efeitos da globalização na relação cidade/comércio	15
3- Mudanças na atitude dos consumidores	16
4- Comércio e pedonização dos centros de cidade	17
5- Os últimos anos do comércio em contexto urbano em Portugal	28
5.1- As principais mudanças na organização empresarial	28
5.2- Urbanismo comercial e pedonização dos centros de cidade.....	32
6- Síntese	40
III- Comércio e espaço urbano: o exemplo do Funchal	41
1- O Funchal no contexto da Região Autónoma da Madeira	41
1.1- O território	41
1.2- Caracterização demográfica e económica	44
2- Crescimento e morfologia urbana do Funchal	49
3- Evolução recente e estrutura atual do comércio no Funchal.....	54
3. 1- Evolução recente com base em três exemplos de áreas pedonais.....	55
3.2- O aparelho comercial no centro da cidade	61
4- Urbanismo comercial e pedonização do centro do Funchal.....	65
4.1- A experiência do urbanismo Comercial do Funchal.....	65

4.2- As ruas comerciais pedonais da cidade (casos estudados).....	69
4.2.1- Rua Dr. Fernão de Ornelas.....	72
4.2.2- Rua de João Tavira.....	75
4.2.3- Rua da Queimada de Cima	77
4.2.4- Rua da Queimada de Baixo.....	78
4.2.5- Rua de Santa Maria.....	79
4.3- Caraterização do comércio e do comerciante dos espaços pedonais	82
4.3.1- Perfil do comerciante	84
4.3.2- Perfil do negócio	86
4.3.3- Localização no espaço pedonal.....	97
5- Síntese	105
IV – Conclusões.....	106
Bibliografia.....	109
Anexos.....	117

COMÉRCIO TRADICIONAL E PEDONIZAÇÃO NO CENTRO DO FUNCHAL

PEDRO MIGUEL CORREIA GOMES DA COSTA

RESUMO

Nas últimas décadas o comércio em contexto urbano experimentou mudanças profundas associadas à emergência da cidade multipolar, destacando-se o declínio relativo (ou mesmo absoluto) dos centros tradicionais. Os fundamentos teóricos de suporte a este estudo baseiam-se numa revisão da literatura sobre a evolução da cidade e do comércio urbano e a importância do urbanismo comercial (em particular dos processos de pedonização) na revitalização do centro das cidades.

No estudo faz-se uma síntese das principais mudanças e uma reflexão breve sobre a evolução recente do comércio em Portugal, para enquadrar a análise mais circunstanciada das transformações da atividade no centro do Funchal. Identificam-se os problemas que o sector enfrenta e as oportunidades que aproveita no centro da cidade, atendendo, por um lado, à concorrência desencadeada pela abertura dos centros comerciais na transição do milénio e, por outro, às políticas de regeneração urbana com reflexos diretos na atividade (designadamente a pedonização dos principais eixos comerciais). A aplicação de um questionário a cerca de uma centena de lojistas que exercem a atividade em ruas pedonais do centro da cidade, permitiu não só uma caracterização dos agentes envolvidos e do seu negócio, mas também uma visão sobre os problemas que enfrentam e as oportunidades que aproveitam atendendo à localização no centro da cidade e às suas características específicas decorrentes da insularidade e da condição turística. O aspeto privilegiado na análise é a influência que a pedonização do espaço público exerce sobre o comércio aí localizado.

Várias conclusões interessantes emergem deste estudo, mas a principal é a que sugere que o comerciante tem uma opinião bastante favorável sobre a pedonização e vê nela um forte aliado para enfrentar a crise que o setor atravessa, introduzindo fatores de diferenciação e, por essa via, facilitando a adaptação simultânea a uma concorrência muito agressiva e a uma grande exigência por parte do consumidor. Um comércio de centro de cidade mais moderno e valorizado pelas intervenções no espaço público torna-se mais forte contribuindo, para uma cidade mais vivida e mais procurada.

PALAVRAS- CHAVE: comércio tradicional; urbanismo comercial; planeamento urbano, pedonização; centro de cidade; Funchal.

**TRADITIONAL RETAIL AND PEDESTRIANIZATION IN THE CITY
CENTER**

PEDRO MIGUEL CORREIA GOMES DA COSTA

ABSTRACT

Retail in urban contexts experienced deep changes associated to the appearance of multi polar cities and the decline of traditional centers in the last few decades. The theoretical basis of this study includes a revision of literature on the evolution of the city, urban retail and the importance of retail planning (in particular of the pedestrianization processes) in the regeneration of city centers.

The paper includes a brief overview of the main changes brought about by the recent evolution of retailing in Portugal in order to better analyze the detailed transformations of commercial activity in the center of Funchal. The problems that the sector faces as well as the opportunities seized in the city center are identified taking into account the commercial competition unleashed by the opening of shopping centers in the transition of the millennium and the urban regeneration policies with direct influence on commercial activities (namely, the pedestrianization of the main shopping areas). The application of a questionnaire to about a hundred retailers whose shops are located in the downtown pedestrian precinct not only allowed a characterization of the involved agents and their business, but also brought insight into both the problems they face and the advantages of being in the city center, taking insularity and tourism into account. The focus of this study is on the influence of the pedestrianization process on the shops in those areas of the city.

A number of interesting conclusions result from this study but the main one suggests that shopkeepers share a very positive view of pedestrianization and perceive it as a strong ally in order to face the crisis that the sector crosses seeing as it introduces differentiating factors that facilitate their adaption to both extremely aggressive competition and high consumer demands. Modernized city center commerce, enhanced by interventions in public areas, becomes stronger and contributes to a more lively and sought after city.

KEYWORDS: retail; retail planning; urban planning; pedestrianization; city center; Funchal.

I - Introdução

1- Enquadramento e objetivos

Este estudo tem por objeto de investigação o comércio tradicional em contexto urbano. A análise divide-se em duas partes, sendo que a primeira, incide sobre a evolução do comércio do centro histórico do Funchal, sua envolvência com a cidade, competitividade dos estabelecimentos e políticas de apoio à atividade. Assim, importa conhecer um pouco melhor a realidade histórica madeirense no que respeita à importância do comércio tradicional em pleno centro urbano (histórico), tendo em conta os diversos enquadramentos das diferentes épocas, assim como as dificuldades de adaptação a novas realidades comerciais e económicas.

A segunda parte centra a análise na importância da pedonização do espaço público urbano, sua influência no comércio do centro histórico do Funchal e políticas desenvolvidas no âmbito da sua inserção e adaptação ao novo contexto urbano.

Assim, pretendemos contribuir para a compreensão da importância do comércio retalhista na cidade do Funchal, localizada numa região ultraperiférica, a qual, apesar de sofrer as consequências que daí advêm, devido a inúmeros fatores (entre os quais a sua dimensão), consegue manter uma posição que, de certa maneira, contribui para atenuar o isolamento da região.

Procuramos assim, compreender melhor até que ponto o comércio do centro do Funchal é entendido como um poderoso recurso territorial a que a cidade, sobretudo o seu centro histórico, pode recorrer para reforçar a sua atratividade, capacidade de polarização e emprego.

No centro histórico e suas áreas de expansão, a que podemos chamar de centro da cidade, ao longo de vários séculos o comércio instalou-se, desenvolveu-se e consolidou-se; contudo, nos últimos anos em consequência da abertura dos mercados associada aos processos de globalização da economia, surgiram novas formas de organização da atividade, tendo o comércio tradicional sido empurrado para uma situação cada vez mais difícil e, para muitos, mesmo insustentável.

Na análise do comércio em contexto urbano, é importante atender à sua origem, fases de evolução, articulação com o espaço urbano e com os sucessivos sistemas de transporte. Mais recentemente, importa destacar a concorrência entre diferentes formatos comerciais e o modo como esta se traduz na organização comercial do espaço

urbano, reclamando o desenvolvimento de programas de apoio, sobretudo nas áreas centrais. Esses programas de “Urbanismo Comercial” baseiam-se numa intervenção sobre a atividade, mas também sobre o espaço público.

O comércio no centro do Funchal, é um comércio com história, genuíno, próximo do consumidor, com um atendimento personalizado, alicerçado num conhecimento dos clientes, que vai muito para além da simples relação comercial. O método de venda nestes estabelecimentos passa pelo atendimento direto, ao balcão. Trata-se de um comércio tradicional constituído por ”espaços locais”, apoiado em pequenas e médias empresas e em capitais da região. Nas últimas décadas a cidade do Funchal registou um crescimento rápido, expandiu-se, coalesceu com os centros urbanos mais próximos e articulou-se com os restantes aglomerados do arquipélago, o que acabou por se traduzir em profundas transformações no seu tecido comercial. Estes fatores, bem como o reforço das ligações com o exterior, contribuíram para o aparecimento e expansão de várias insígnias de cadeias sucursais e de *franchising*, com reflexos na concorrência e na paisagem comercial. Por essa razão faz-se uma referência também aos espaços que poderemos designar de *internacionalizados*, dominados pelas grandes cadeias de distribuição (estrangeiras e nacionais), redes de sucursais e de *franchising*, orientados para segmentos de mercado precisos, que se opõem ao que Herculano Cachinho (2005), considera ser o comércio tradicional, constituído pelos comerciantes independentes, com pequenas lojas generalistas ou especializadas e empresas monoestabelecimento, com estratégias passivas, ou quando muito, reativas.

Um aspeto privilegiado neste estudo é a importância da pedonização para o desenvolvimento do comércio e fruição do espaço público nas áreas centrais. O conceito incorpora uma vertente económica e uma componente ambiental (em sentido amplo), relacionada com a sustentabilidade do espaço urbano. Nem sempre compreendida e por isso contestada por munícipes e mesmo por comerciantes, a pedonização avança e altera a relação com o espaço público urbano, os hábitos das pessoas, o sistema de circulação (transporte público, privado, estacionamento e vias pedonais), a qualidade do ar e a oferta comercial local.

Na impossibilidade de analisar todas as ruas do Funchal, foram selecionadas três áreas do centro (rua Dr. Fernão de Ornelas; rua de Santa Maria; ruas de João Tavira e das Queimadas de Cima e de Baixo), as quais, por motivos diferentes são, em nossa

opinião, as mais adequadas para espelhar a realidade Funchalense. Estas artérias são então estudadas para conhecer as empresas aí existentes de comércio e pequenos serviços, perceber a sua evolução (história, dimensão, estrutura, grau de modernização,...), e relação com o perfil do comerciante (idade, escolaridade, residência, ...).

Avaliar a opinião dos comerciantes quanto à influência da pedonização na rua, no seu ramo de negócio, noutras ramos de negócio existentes, no abastecimento das lojas e no comportamento dos consumidores é um dos objetivos fundamentais do estudo. O processo de pedonização é avaliado por fases, a fim de compreender como se desenrolou no tempo.

2 – Metodologia

Em termos metodológicos, a primeira fase, para além da revisão da literatura sobre comércio urbano, urbanismo comercial e pedonização, baseou-se na pesquisa e recolha de informação geral [(dados recolhidos no Instituto Regional de Estatística – estabelecimentos existentes na cidade do Funchal em 1971, auscultação de autarcas de diferentes quadrantes políticos (vice-presidente e vereador da Câmara municipal do Funchal), de um professor universitário de História, Dr. Rui Carita, e de um responsável pela mais importante associação comercial do Funchal (secretário geral da ACIF¹ Dr. Assis Correia)].

Na segunda fase, a análise centrou-se nas ruas seleccionadas: a rua Dr. Fernão de Ornelas, inaugurada nos anos 40 do século passado, foi escolhida porque é um verdadeiro *ex-libris* do comércio urbano do Funchal, com uma grande densidade de lojas, essencialmente de artigos pessoais, mas também de outros ramos, como bares e pequenas unidades de restauração. A sua localização, muito próxima do mercado da cidade dito “dos Lavradores”, e do terminal rodoviário garante-lhe passagem diária de muitos milhares de pessoas não só Funchalenses, como também de outros concelhos, e muitos turistas que não perdem a oportunidade de a percorrer. A proximidade a uma Escola Secundária (Liceu Jaime Moniz) também faz com que muita população jovem, circule diariamente por esta artéria. Nos últimos anos, a rua foi alvo de intervenções, no âmbito do que se pode chamar urbanismo comercial, através do melhoramento do mobiliário urbano, da intervenção nas fachadas dos edifícios e da pedonização parcial (a

¹ Associação Comercial e Industrial do Funchal

rua não foi totalmente encerrada ao trânsito, possui apenas uma faixa de rodagem e os passeios norte e sul foram alargados, facilitando a deslocação das pessoas e o exercício da atividade comercial).

A segunda rua é a (rua velha) de Santa Maria, local de origem da cidade e pertença do seu núcleo histórico, foi escolhida tendo em conta a sua localização, os ramos de negócio predominantes e o facto de ser essencialmente pedonal. Nesta rua predominam a restauração e pequenos bares que, beneficiando da pedonização, “conquistaram” espaço para o surgimento de várias esplanadas, que são presença obrigatória na rua. Apenas um pequeno troço de rua, o mais afastado do centro, continua aberto ao trânsito, servindo os moradores e uma residência universitária.

A terceira área selecionada é formada pelas ruas de João Tavira e suas paralelas Queimada de Cima e Queimada de Baixo. Este espaço teve até há poucos anos um dinamismo comercial importante no contexto da cidade, mas na última década começou a perder fulgor e hoje conta com muitos espaços livres, havendo cada vez mais unidades a encerrarem. A rua de João Tavira foi gradualmente fechada ao trânsito (o último troço encerrou em 1996), e as ruas da Queimada de Cima e de Baixo, são também pedonais, desde 1993.

Apoiando-nos na informação recolhida sobre as referidas áreas, em particular dos estabelecimentos comerciais e pequenos serviços aí existentes, faz-se uma comparação do recenseamento funcional para anos diferentes.

Foram escolhidas duas datas, correspondentes a períodos distintos que, a nosso ver, espelham bem as diferenças existentes e a evolução das ruas e da própria cidade: o primeiro momento (1971), porque corresponde à situação anterior às principais mudanças operadas no país (antes da Revolução de 1974) e porque existia informação disponível na biblioteca do Instituto Regional de Estatística; a segunda data (janeiro de 2012), retrata a situação atual e baseia-se em informação que foi recolhida diretamente pelo autor.

Na terceira fase, a análise centra-se nos resultados de um inquérito (ver anexo I) dirigido aos comerciantes das ruas estudadas, para conhecer as suas características e as do seu negócio e saber a sua opinião sobre o impacto da pedonização das ruas do Funchal, suas vantagens e inconvenientes para a atividade e para o espaço urbano.

3- Estrutura do trabalho

A dissertação está estruturada em três partes: na primeira, faz-se uma síntese da evolução do comércio retalhista em Portugal, enfatizando as mudanças recentes do comércio na Madeira, que são, em grande medida, as registadas na capital da Região Autónoma. No âmbito das intervenções de urbanismo comercial é discutido o conceito de pedonização, as formas que pode assumir e a sua importância enquanto fator de animação e revitalização urbano-comercial, com recurso a exemplos de cidades portuguesas e estrangeiras. Ainda neste ponto são apresentadas as três áreas do Funchal que foram selecionadas, a sua importância no comércio da cidade e as fases do processo que conduziu à sua pedonização.

Na segunda parte do trabalho, apresenta-se uma recolha de dados dos estabelecimentos comerciais existentes e de pequenos serviços, em duas datas diferentes (1971 e 2012), nas três áreas em estudo. Esta recolha permite ter uma noção da evolução do comércio verificada na cidade, tendo por base as datas já mencionadas, comparando a mesma rua em datas diferentes e, na mesma data, comparando as ruas em termos de ramos predominantes [de acordo com a tipologia organizada por Barata Salgueiro (1996)].

Na terceira fase do trabalho, analisam-se os resultados de um questionário, aplicado aos comerciantes das áreas em causa, com o objetivo de caracterizar o comerciante do centro histórico do Funchal, o seu negócio e avaliar a importância e influência da pedonização no comércio.

Os inquéritos foram aplicados aos estabelecimentos comerciais e de pequenos serviços das ruas em estudo, sendo que perante a recusa de alguns comerciantes em responder ao questionário, procuramos obter um número de inquéritos igual ou superior a metade do número de estabelecimentos contabilizados aquando do trabalho de campo realizado nos finais de 2011.

II- Comércio e cidade

1-Transformações no comércio e no espaço urbano

Tendo a presente investigação como objeto de estudo a atividade comercial no centro do Funchal e a influência que sobre ela exercem as experiências de pedonização do espaço público, torna-se importante determo-nos um pouco sobre o conceito de cidade, as suas origens, como evoluiu e como esta evolução se traduziu na malha urbana e na estrutura comercial.

Não é propósito deste trabalho analisar em profundidade o conceito de cidade, mas não podemos deixar de evocar a obra incontornável de Lewis Mumford que se inicia por cinco questões fundamentais: “Que é a cidade? Como foi que começou a existir? Que processos promove? Que funções desempenha? Que finalidades preenche?” (Mumford, 1982, p.9), para, de imediato reconhecer que “ não há definição que se aplique sozinha a todas as suas manifestações nem descrição isolada que cubra todas as suas transformações, desde o núcleo social embrionário até às complexas formas da sua maturidade e à desintegração corporal da sua velhice” (Mumford, 1982, p.9). Mais recentemente Paul Bairoch dá outro contributo fundamental para a compreensão da origem e evolução do fenómeno urbano, explorando as relações entre cidade, economia e civilização (Bairoch, 1985).

Partindo do pressuposto de que há vários critérios para definir cidade, sendo alvo de discussões diversas, Rémy e Voyé referem que “embora de uso corrente, o termo não deixa de ser ambíguo” (2004, p.13), distinguindo entre conceções descritivas (a cidade como realidade material concreta) e interpretativas do conceito (ênfase nas funções sociais, na apropriação do espaço e nas dinâmicas coletivas). Barata Salgueiro (1992, p.19) começa por dizer que a “cidade refere-se a um aglomerado populacional que a dada altura foi elevado a esta categoria por uma entidade político-administrativa (Rei ou Parlamento)”. Acrescenta ainda, mais à frente, que “a cidade é uma entidade individualizada com certa dimensão e densidade onde se desenrola um conjunto expressivo e diversificado de atividades” (1992, p.26). O conceito incorpora o meio geográfico e social, ou seja não importa só o espaço, mas também as pessoas que o habitam, e as redes que se criam de troca de bens e serviços, ou seja, a cidade possui um conjunto de atividades à disposição das pessoas que a tornam um espaço destacado e, por isso, é muito procurado e frequentado. Para além do conceito há outra questão que

se coloca, que é a dificuldade de identificação dos limites da cidade, tendo em conta as diferentes dimensões e especificidades dos aglomerados urbanos.

No seu estudo “A Morfologia Urbana da Cidade do Funchal e os seus espaços públicos estruturantes” Luísa Bettencourt define cidade como “o produto acumulado das características do lugar e de sucessivas decisões de diferentes atores, com objetivos e recursos diversos, que ao longo do tempo se vão influenciando mutua e continuamente pelas suas decisões” (Bettencourt, 2010, p.26), o que faz com que esteja dependente das características do lugar onde se insere, das pessoas que a habitam e que a visitam e por isso, em constante mutação, ou seja a forma que teve no passado, é diferente da que apresenta agora, o que sugere uma constante transformação e alteração na sua forma. Assumindo cidade e comércio uma relação de forte dependência, a transformação e alteração da forma da cidade é acompanhada igualmente por diversas transformações e alterações nas funções que esta oferece. Vargas refere que “desde o início das civilizações, comércio e cidade têm uma relação de simbiose. Ou seja, não têm significado e definham quando separadas. Ambos são causa e efeito da mesma centralidade que pressupõe o encontro do fluxo de pessoas, mercadorias, ideias e mensagens”.²

A relação cidade/comércio sempre foi importante na história do Funchal, o que justifica uma breve referência à sua evolução, desde a descoberta e povoamento da ilha da Madeira no início do século XV. O denominado núcleo primitivo foi o de Santa Maria do Calhau, sendo esta a primeira freguesia da capitania do Funchal. “Num assentado, perto da boca da ribeira, foi construída uma igreja que se chamou de Santa Maria Maior, mas o povo, em razão do sítio, baptizou-a com o nome de Nossa Senhora do Calhau” (Sarmiento, 1953, p.182). Contíguo à Igreja, o espaço era utilizado como “espaço social de convívio e comércio. Desta igreja saía para nascente uma rua e ao lado ficava um improvisado cemitério e um poço público. Este núcleo urbano estendia-se ao longo da faixa de terra chã em face do mar, paralela ao calhau, desde a Ribeira de Santa Maria até ao Corpo Santo. A rua que, de um modo natural, resultou desta implantação recebeu o nome de rua de Santa Maria. Uma segunda rua surgiu a norte desta, com um traçado praticamente paralelo à anterior, e recebeu o nome de rua Nova

² “Vargas, Heliana Comin, - “Comércio e cidade: uma relação de simbiose” in http://www.usp.br/fau/deprojeto/labcom/produtos/2000_vargas_comerciocidaderelecaorigem.pdf, [acedido em 24 de Dezembro de 2012]

da Santa Maria ou apenas de rua Nova” (Bettencourt, 2010, p.56). O lugar do Funchal cresceu e durante a década de 1450 foi elevado à categoria de vila e de sede de concelho. O melhor porto e o clima ameno, conjugado com a excelente posição geográfica na costa sul, permitiram-lhe um rápido crescimento urbano.

No núcleo primitivo de Santa Maria, havia um espaço dedicado ao convívio e ao comércio, o que denota já uma preocupação com a necessidade de as pessoas terem um local onde pudessem socializar e praticar a atividade comercial. Esta circunstância contribuiu para o crescimento não só da cidade como da função comercial, que na época servia de apoio à zona envolvente ao referido núcleo e vivia das pequenas atividades relacionadas com o contacto com os comerciantes que regularmente faziam escala no Funchal. Começamos assim, a assistir a uma certa afirmação do Funchal, em termos comerciais destacando-se do resto da ilha.

Em 1466, para além do núcleo de Santa Maria, surge a oeste, entre as três ribeiras, um novo povoado que depois se transformou no centro da “cidade açucareira”. Devido ao negócio da cana do açúcar que prosperava, havia muita movimentação no Funchal, nesta altura, não só de mão-de-obra, como também de negociantes nacionais e estrangeiros. Apesar de surgirem cada vez mais ruas, entre as três ribeiras, a cidade permanecia muito rural. O seu crescimento era notório, mas, atendendo às suas características e tendo em conta os conceitos acima referidos não se podia ainda falar de um verdadeiro espaço urbano. Este espaço sofreu lentamente algumas deslocalizações (de população e de atividades) para novas ruas que se começam a afirmar como vias marcantes na estrutura da cidade, consequência da evolução do comércio e a natural reorganização (crescimento) da cidade.

Luísa Bettencourt (2010, p.52) aponta a transição do século XV para o século XVI, como o período em que ocorreu a primeira “modernização” da então vila. Segundo a autora o Duque D. Manuel mandou construir a Igreja da Sé, a Praça e a Câmara, o Paço de Tabelaões e o pelourinho, no meio do povoado. Ainda hoje este é o coração da cidade, com uma forte concentração económica e cultural, visitado por inúmeros turistas. Em 1489, são construídas as ruas do Sabão e de João Esmeraldo que, ao atravessarem a parte central da povoação, facilitaram o acesso (para cargas e descargas) ao mar e à zona fabril (engenhos do açúcar e moinhos de pão), mais a norte (Bettencourt, 2010). Para além desta ligação, a rua de Santa Catarina e as ruas dos Mercadores e de Santa Maria, rasgavam a cidade de este para oeste, ligando o núcleo

primitivo à nova área em expansão. Após inúmeras obras de muita importância para o aglomerado, em 1508, a vila do Funchal foi elevada à categoria de cidade.

Luísa Bettencourt, refere uma descrição do Funchal feita em 1530 por Giulio Landi, onde este a caracteriza como uma cidade cuja largura é inferior a metade do seu comprimento (Bettencourt, 2010), o que evidencia que a cidade tinha dificuldade em se alargar para norte devido ao elevado declive. Em conclusão, com as alterações referidas, assiste-se nesta fase à emergência de um novo espaço comercial que adquire características de maior urbanidade centrado no núcleo à volta da Sé onde se inserem as ruas de João Tavira e das Queimadas de Cima e de Baixo, que serão objeto de análise neste trabalho.

Nos séculos XVII e XVIII, o Funchal apostou nos fortes e na edificação, fruto dos investimentos de uma “classe” que enriqueceu com o comércio do vinho. O crescimento urbano, nesta altura, ocorreu sobretudo para norte, ao longo da ribeira de Santa Luzia e para poente, embora sem uma significativa expansão urbana (Bettencourt, 2010). Nestes séculos, atendendo ao dinamismo criado com o comércio do vinho, assumem importância algumas ruas como a dos Tanoeiros, e a dos Ferreiros.

“No século XIX, a cidade do Funchal continuou a crescer, sobretudo para Oeste, na margem direita da Ribeira de São João, e a Norte, na zona de Santa Clara e dos antigos Moinhos. A abertura de novas estradas contribuiu para a expansão da urbanização” (Bettencourt, 2010, p.107). A nível comercial, no final deste século, há a destacar a importância dos grandes armazéns, surgindo também sociedades cooperativas que forneciam bens de mercearia aos seus associados em condições vantajosas.

Nas primeiras décadas do século XX, tendo em conta o crescimento da população e da urbe, bem como a evolução do modo de vida das pessoas surgem atividades comerciais inovadoras, por comparação com aquelas que existiam no núcleo de Santa Maria Maior. Há a referir a importância das lojas de vestuário, sendo de destacar a abertura de uma filial dos “Grandes Armazéns do Chiado” de Lisboa. No calçado, em 1935 abriu a “Atlas da Madeira”, filial da grande empresa “Atlas”, do Porto. Pela primeira vez, as empresas do Continente interessam-se pelo mercado do Funchal (sintoma da sua importância enquanto cidade) e o comércio urbano funchalense inicia a sua articulação com o exterior. Neste período, a par do alargamento da cidade, V. Gomes (2000) destaca a grande concentração de estabelecimentos comerciais na freguesia da Sé em torno da catedral, na envolvência das ruas de João Tavira e das

Queimadas. V. Gomes (2000) já destacava “as numerosas lojas de fazendas e bazares, se bem que salvo as exceções, não muito bem fornecidas” (Gomes, 2000, p.127). O Inglês aparecia como a língua mais importante na publicidade, denunciando não só a presença de muitos comerciantes ingleses, mas também de consumidores com igual nacionalidade. Mesmo as lojas portuguesas, mostravam particular preocupação com os consumidores estrangeiros, tendo mensagens publicitárias ou recomendações em inglês. V.Gomes, citando Koebel (1909), relata que “as lojas de características locais apresentam um padrão diferente (...) menosprezando a exposição das montras, contentam-se com uma entrada estreita e um interior muito mal iluminado” (Gomes, 2000, p.128).

A partir da década de 30 com a presidência da Câmara Municipal do Funchal entregue a Fernão de Ornelas, a cidade foi alvo de um grande plano de urbanização que viria a transformar a capital madeirense, conferindo-lhe modernidade e urbanidade. A Comissão Administrativa liderada por Fernão de Ornelas, para modernizar a cidade, começou por desenvolver e regularizar o pequeno comércio urbano, dito, de porta aberta. Neste aspeto, criou legislação específica para regulamentar as diversas atividades económicas desenvolvidas no Funchal. Assim, em 1936, Fernão de Ornelas, começou por taxar todas as casas comerciais pelos letreiros nas fachadas, situação contestada, pois estes pagavam já licença para porta aberta, pelo que se viam duplamente taxados. No final de 1940, voltou a criar um imposto, ao conceder novas licenças comerciais e industriais apenas aos estabelecimentos que apresentassem as suas respetivas tabuletas. “O pequeno comércio de então detinha um peso na vida urbana do Funchal superior do que se poderia pensar, contribuindo até, por exemplo para a saída de uma das maiores figuras públicas da época, do Funchal, o Presidente da Câmara Municipal Dr. Fernão de Ornelas” (Carita, 2003, p.127). Esta citação mostra bem a dificuldade sentida pelo próprio presidente da Câmara que apesar dos importantes contributos para o progresso da cidade teve de lidar com a resistência dos pequenos poderes instalados.

Em meados dos anos 50, com o aumento da frequência dos transportes marítimos e a chegada à ilha de inúmeros pequenos comerciantes ilegais, toda a vida pacata do pequeno comércio da cidade se alterou profundamente. O desenvolvimento dos transportes marítimos e mais tarde, do aéreo, veio modificar toda a estrutura do comércio, velha de séculos. Uma cidade que sempre se dedicara ao pequeno comércio, via-se agora confrontada com uma verdadeira “invasão” de comerciantes ilegais, que

percorriam o campo, portadores de mostruários de armazéns do Continente, angariando encomendas pelos domicílios, “produzindo o caudal infinito, de encomendas postais, enchendo constantemente os porões dos navios” (Carita, 2003, p.130). Estes não pagavam mais de que os encargos com portes de correio, enquanto os comerciantes viam a sua mercadoria onerada em 6/7% para despesas e mais 14 ou 13%, para fazer face aos encargos com a Caixa de Previdência, contribuição industrial, porta aberta, sindicatos, desemprego, desvalorizações, juros, rendas, ordenados...

O I Plano de Fomento que previa a ampliação do porto do Funchal, cujas verbas viriam da Caixa de Previdência, encargo suportado pelos comerciantes, tornava a situação insustentável. As medidas foram apresentadas para combater o comércio ilegal, destacando-se a delimitação da atividade comercial ilegal, iniciada pela proibição de atos de comércio, diretamente ou através de pessoas de família, aos funcionários públicos e administrativos. Em relação à alfândega, para além do alargamento do quadro da Guarda Fiscal e das suas instalações, criaram-se medidas para reprimir o contrabando em condições eficientes. A alfândega foi encarregada de limitar as importações de roupas feitas com origem na América e em outros países estrangeiros. À Caixa Geral de Depósitos, pediu-se a execução de operações financeiras e empréstimos caucionados, crédito hipotecário e agrícola e carteiras de descontos. Por último, tentou-se condicionar a venda ambulante, para que também estes comerciantes fossem sujeitos a contribuição industrial e obrigações do fundo de desemprego, abono de família e Caixa de Previdência.

No final da década de 1960, para fazer face ao crescimento da população, do comércio e conseqüente necessidade de expansão da cidade, foi elaborado pelo arquiteto José Rafael Botelho um novo Plano de Urbanização do Funchal (o qual daremos mais atenção no próximo capítulo), no qual surge como grande necessidade a criação de novas vias de circulação e o melhoramento das existentes.

Tal como já foi referido, nas últimas décadas, assistimos a profundas transformações no espaço construído da cidade, sendo de destacar, no âmbito deste trabalho, as que ocorreram nas suas áreas centrais. O elevado preço do solo (e das rendas) no centro da cidade e a melhoria dos sistemas de transporte conduziram a processos de suburbanização da população e das atividades económicas que, por não terem sido acompanhados por políticas urbanas adequadas, conduziram ao declínio das áreas centrais.

Na Europa do pós-guerra, o comércio (banal) foi visto como uma atividade dependente da indústria e complementar da habitação. Desenvolvia-se em pequenas unidades familiares, quase sempre no rés-do-chão dos edifícios residenciais pelo que praticamente não havia associação ao planeamento e ao ordenamento do território. Mas nos anos 60, surgiram novas formas de comércio (supermercados, hipermercados e centros comerciais) que se multiplicaram, diferenciaram e tornaram mais complexas nas décadas seguintes. Em Portugal, este processo foi mais tardio devido ao sistema político-económico vigente (fraca abertura do país ao exterior, políticas protecionistas, baixo poder de compra e de mobilização da população e carência de organizações empresariais e de consumidores). Após a revolução de 1974, uma vez ultrapassado o período do PREC (Processo Revolucionário em Curso) e afirmada a opção europeísta, as mudanças no comércio e na distribuição foram muito rápidas, profundas e simultâneas. Ocorreu uma verdadeira revolução no sistema comercial (estrutura da atividade, natureza e escala das operações comerciais, novos formatos de lojas com estratégias específicas, novos modelos de gestão, *marketing* e *merchandising*, alteração das relações entre produtores e distribuidores, novos padrões de localização e organização espacial da oferta, novo significado dos estabelecimentos e novas práticas de consumo) e uma mudança de atitude face ao setor. No entanto, estas mudanças não tiveram tradução no sistema de planeamento territorial e respetivos instrumentos (Cachinho, 2005).

Na década de 90 assistiu-se a um esforço notável de planeamento, sobretudo à escala local, com todos os Municípios a levar a efeito, regra geral pela primeira vez, um plano de ordenamento territorial (Plano Diretor Municipal) ainda que, segundo Rio Fernandes (1995) geralmente, esqueçam um sector comercial em pleno crescimento e transformação e com inequívoco impacte na estruturação dos territórios urbanos. O comércio é subestimado, confinado ao centro de cidade e a uso complementar da habitação, embora já existissem exemplos de grandes complexos comerciais localizados fora da cidade (por ex. o Cascaishopping, que abriu em 1991) e fosse expectável para breve a sua difusão para fora das grandes áreas metropolitanas. Na década de 1990, o Funchal, apresentava vários aspetos preocupantes, no que toca à sua acessibilidade interna (centro da cidade), localização do porto comercial, junto ao centro da cidade, ocupação excessiva de serviços na zona histórica o que contribuía para o abandono da habitação, congestionamento de trânsito e também dificuldades acrescidas para o

comércio (Bettencourt, 2010). Assim, tenta-se organizar o espaço urbano dando particular atenção à definição de novas centralidades e à revitalização de áreas para alargamento das funções urbanas tradicionais e de turismo e lazer dada a importância crescente que estas assumem na cidade.

Entramos numa fase de grande crescimento da atividade comercial e de forte concentração empresarial no setor, salientando uma cada vez maior intervenção na organização do espaço urbano, que se verifica numa movimentação imobiliária em zonas pericentrais e periféricas quer através dos centros comerciais, quer de determinadas marcas que procuram as principais ruas das grandes e médias cidades (Fernandes, 1995) para instalar as suas megastores. O Funchal, com mais de 110.000 habitantes e um importante fluxo de turistas, insere-se nesta categoria de cidades à escala nacional. A década de 80 e 90 assiste ao aparecimento de alguns condomínios e galerias comerciais, essencialmente (até inícios do ano 2000) em áreas próximas do centro. Em 1999, V. Gomes (2000), contabilizava 16 conjuntos comerciais denominados como “centro comercial”, dos quais apenas 4 se localizavam em áreas exteriores ao centro. Mais tarde, a implantação de grandes centros comerciais (com elevado número de lojas e gestão profissional e centralizada), em áreas exteriores ao centro da cidade (Madeira *shopping* 2001 e *Forum* Madeira 2005), deu origem a novas centralidades permitindo uma maior dispersão da oferta comercial.

Estas alterações em termos comerciais e urbanísticos produzem mudanças na imagem e na função das cidades e na relação entre os seus centros e periferias.

Assim o centro, começa a ser apenas um dos centros, acusando uma desvalorização funcional e económica face a outros centros, quer dentro da cidade quer na sua periferia. Associam-se a este processo, grandes intervenções imobiliárias, bem como a banalização do uso automóvel. Estas intervenções a par da vantagem conferida pelo fator acessibilidade em transporte individual, tornam os novos centros e as periferias urbanas locais ideais para o aparecimento de hipermercados isolados (numa primeira fase) ou integrados em centros comerciais.

O comércio retalhista, dito tradicional, visivelmente enfraquecido, vê ser aprovado um conjunto de apoios no II Quadro Comunitário de Apoio, visando a sua modernização (PROCOM – Programa Comunitário de apoio à modernização do comércio). Na mesma altura, acentua-se a pressão dos horários dos hipermercados e dos centros comerciais. Apesar de ter havido uma fase em que os centros comerciais podiam

abrir, mas os hipermercados eram obrigados a fechar aos domingos, o que é facto, é que rapidamente quer centros comerciais, quer hipermercados passaram a poder fazê-lo³. O comércio tradicional parece não ter recebido nenhuma vantagem neste processo, pois parece ser cada vez maior o consumo nas grandes superfícies.

Com o intuito de definir estratégias, prioridades e ações para adequar e preparar os centros das cidades e o comércio tradicional para o futuro, beneficiando não só a cidade e os seus residentes, bem como os que a visitam e os que pretendem nela investir, surgem os Projetos Especiais de Urbanismo Comercial (PEUC), no âmbito do referido PROCOM que tiveram continuidade no III Quadro Comunitário através do URBCOM, com os (PUC) Projetos de Urbanismo Comercial. No âmbito do PROCOM (QCA II), a Região Autónoma da Madeira apresentou seis projetos (Barreta, 2007), entre os quais estava o do Funchal, baseado em dados de 2003. No QCA III, inseridos no URBCOM, o Funchal apresentou o Projeto do Carmo, envolvendo cerca de 120 unidades comerciais, o Projeto de Santa Maria Maior com idêntico número de unidades comerciais, segundo dados de 2006, e os Projetos de S. Pedro e da Sé, aos quais nos referiremos no capítulo seguinte.

Seria muito importante, para a revitalização das áreas centrais, que as autarquias, se associassem aos comerciantes celebrando parcerias com as associações que os representam, promovendo assim, ações de urbanismo comercial, sendo este um dos grandes objetivos dos mencionados PEUC e PUC, no sentido de criar uma dinâmica autossustentada, o que realmente é difícil de acontecer, se não forem devidamente sensibilizados sobre os potenciais benefícios para os seus negócios.

Tendo por base o estudo feito por Barreta (2007), o carácter inovador dos PUC, manifesta-se em três aspetos: o primeiro diz respeito à "gestão do projeto", ou seja a criação de Unidades de Acompanhamento, que trabalhem no sentido de manter as parcerias pretendidas para o centro urbano e a articulação entre comerciantes e empresários. Um segundo aspeto vai no sentido de facultar formação profissional aos comerciantes, um dos grandes problemas do setor, a nível da gestão, atendimento, vitrinismo. Por fim, a necessidade de definição de critérios, para posterior seleção e

³ Decreto-Lei 111/2010, de 15 de outubro: - "...competem aos municípios, pela proximidade e conhecimento direto da realidade, alargar ou restringir os horários, a praticar pelas grandes superfícies comerciais" (Preâmbulo). Assim, os centros comerciais podem com aprovação do município onde estão implantados, abrir todos os dias incluindo o domingo, em horário alargado.

definição dos projetos, bem como ajuda na coordenação com outros programas. Desta forma, nota-se uma maior preocupação não só em haver um número cada vez maior de estabelecimentos aderentes, como também, possibilitar parcerias e integração dos comerciantes em outros projetos que no futuro possam favorecer o negócio.

Um urbanismo comercial apropriado tem em conta as características próprias de cada centro de cidade e procura como diz Rio Fernandes (1995, p.120) “uma intervenção no espaço público que o adequa às necessidades do consumidor dos nossos dias, facilitando o acesso e paragem do automóvel e acrescentando comodidade e qualidade ao percurso do peão, duramente despromovido pelo automóvel na hora de definir ações urbanísticas de construção e remodelação da cidade”. Por outro lado, numa cidade como o Funchal, o comércio pode ajudar a combater o declínio das áreas centrais, funcionando como elemento dissuasor da criminalidade e da insegurança, contribuindo para a animação destas áreas, beneficiando a cidade, o residente e quem a visita.

2- Os efeitos da globalização na relação cidade/comércio

A globalização da economia está na base do aumento da concorrência entre cidades e entre áreas no seu interior. Assim, em muitas cidades, o centro da cidade vê-se envolvido em processos de encerramento e deslocalização de atividades económicas que conduzem ao seu enfraquecimento e ao desemprego. O desenvolvimento dos transportes e das comunicações libertou muitas atividades da necessidade de se localizarem forçosamente no centro da cidade. O mesmo aconteceu com a função residencial, uma vez que as pessoas são obrigadas a deixar o centro, devido à falta de espaço e aos elevados preços aí praticados, estimulando, assim o movimento para os subúrbios. Outras atividades, para além das tradicionais dos subúrbios como as residências, indústria e armazéns, começam a ocupar estes espaços, nomeadamente atividades de lazer, recintos desportivos e complexos comerciais, contribuindo para o surgimento de novas centralidades para além do centro tradicional e competindo com ele. Como refere Barata Salgueiro (2006), a cidade evolui e altera-se constantemente, de acordo com as necessidades do quotidiano. O esvaziamento dos centros das cidades reflete a saída de algumas funções da área central.

No último quartel do século XX, para além da saída da indústria e do encerramento de armazéns no centro, assiste-se à migração de residentes e à instalação

de comércio e centros empresariais na periferia. As principais consequências são a perda e o envelhecimento da população no centro da cidade, a redução do emprego, e a diminuição do domínio em termos comerciais e de prestação de serviços por parte do centro em favor de uma rede de “centralidades periféricas” que absorvem parte das funções que pertenciam ao centro.

Nos últimos vinte anos o comércio, especialmente a venda a retalho, passou de negócio sem interesse para o grande capital, para um dos setores económicos mais disputados a nível internacional e nacional. Esta mudança reflete a crescente concentração, integração (das funções retalhistas e grossistas, por exemplo) e internacionalização das empresas de comércio e distribuição, resultantes do investimento por parte de grandes grupos económicos nacionais e estrangeiros. A invariável presença de grandes cadeias sucursalistas e de redes internacionais de *franchising*, nos centros comerciais e nas zonas *prime* das principais cidades, replicando paisagens comerciais em lugares (antes) completamente distintos, é provavelmente, o efeito mais visível da globalização no comércio. Os poderes públicos, através de políticas económicas e territoriais responsáveis que valorizem os produtos locais e o sentido dos lugares, e os consumidores, através de comportamentos de compra sustentáveis, podem contribuir para contrariar esta tendência.

3- Mudanças na atitude dos consumidores

A sociedade portuguesa, assistiu nas últimas décadas a mudanças bruscas e profundas que se refletiram nos hábitos dos consumidores e nos seus comportamentos aquisitivos. Assim, e recuando um pouco no tempo, importa salientar alguns acontecimentos que alteraram os modos de vida e os comportamentos dos portugueses.

A entrada de Portugal na EFTA (Organização Europeia de Comércio Livre), em 1960, permitiu uma abertura (seletiva) ao investimento externo, bem como um aumento da produção industrial e do comércio externo. Os primeiros anos dessa década assistiram ao início do turismo de massas para Portugal, essencialmente para o Algarve (de alemães, espanhóis e ingleses), permitindo um grande desenvolvimento de atividades como a hotelaria, a construção e o comércio. O ano de 1961 foi marcado pelo início da Guerra Colonial, facto que condicionou a política e o rumo do país e favoreceu uma forte emigração, legal e clandestina, de portugueses para diversos países europeus.

A revolução de abril de 1974, provocou um conjunto de implicações sociais, culturais e económicas de grande dimensão, com destaque para a nacionalização de numerosas empresas de vários setores produtivos, destruindo os grupos económicos privados. Aos poucos com a normalização da situação política, foram repostas as regras de funcionamento do mercado. Após 1976, o sistema político português tornou-se democrático e parlamentar, assente nos direitos cívicos e políticos, a imprensa passou a ser livre, o poder judicial independente e a opção europeísta foi politicamente assumida.

Em 1986 Portugal aderiu à CEE e em 2000 à moeda única, acontecimentos que reforçaram a sua integração no mercado europeu (sobretudo à escala ibérica) e permitiram um desenvolvimento a todos os níveis. Em paralelo, assiste-se a mudanças também a nível social, uma vez que ocorre um rápido envelhecimento da população, consequência do aumento da esperança média de vida, num processo contínuo e que se torna preocupante se atendermos à crescente descida da taxa de natalidade e à consequente dificuldade de renovação de gerações e a todos os problemas que lhe estão associados. Por outro lado, há a referir no período pós 1974, a entrada exponencial da mulher no mercado de trabalho, concomitante com a afirmação do setor terciário, e também uma evolução favorável do rendimento médio dos portugueses. Os níveis de escolaridade melhoraram com a passagem, nos anos 80, da escolaridade obrigatória para o 9º ano e, mais recentemente, para o 12º ano; as taxas de analfabetismo diminuíram drasticamente. Em suma, houve um desenvolvimento rápido do bem-estar coletivo e individual dos portugueses. Nasceu também o ciclo do consumo individual e doméstico, tornando-nos rapidamente numa sociedade de consumo de massas. Com a conquista da liberdade e numa sociedade cada vez mais aberta e globalizada, o acesso a informação e a produtos variados é uma realidade e com isso, alteram-se os gostos, os hábitos, a maneira de agir e de pensar. As experiências de consumo, tornam “os indivíduos como construtores das imagens que querem passar de si aos outros, definindo o seu estatuto e criando a sua própria identidade” (Cachinho 2005, p. 271).

4- Comércio e pedonização dos centros de cidade

A crescente utilização do automóvel tem contribuído, não só para um aumento do volume de tráfego na cidade mas também, paradoxalmente, para um aumento do sedentarismo e vários problemas de saúde daí decorrentes. “Os portugueses adquiriram

um conjunto de hábitos e um deles é precisamente o uso do carro indiscriminadamente”. (Confederação do Comércio de Portugal in *Jornal “I”* 2 de agosto de 2009).

Depreende-se assim, que é necessário repensar toda a problemática da mobilidade, para que a população adote um estilo de vida de acordo com os princípios da mobilidade sustentável. Cada um de nós pode contribuir para desempenhar um importante papel na melhoria da mobilidade. Andar a pé nas deslocações mais pequenas é um exemplo de mobilidade com efeitos positivos na saúde, na economia e no ambiente urbano.

Todos nós somos peões. Muitos dos nossos movimentos habituais são efetuados a pé, somos parte integrante do tráfego urbano. Tal como os automóveis, também os peões têm os seus trajetos, concentrações, pendularidade, ciclicidade e aleatoriedade.

De acordo com a *Pedestrian Mobility Switzerland*, uma associação cuja filosofia consiste em dar visibilidade à qualidade de vida do peão, a sua liberdade e segurança, têm que ser assumidos como direito básico, considerando a rua como espaço de vivência para todos. Para esta Associação, a pedonização deverá ser considerada parte de uma nova cultura, reconhecida pela sociedade e pelos políticos, apoiada em políticas e regulamentações que salvaguardem e reforcem os interesses dos peões.

A valorização do espaço pedonal é um dos aspetos abordados na “Carta do Novo Urbanismo” cujo tema foi tratado pelo Professor Carlos Silva (2002, p.35-47). Como refere o artigo (...) “Esta Carta propõe, no fundo, que os espaços urbanos devem ser organizados por forma a garantir diversidade de usos e de população e devem ser estruturados em função do espaço público e dos serviços e instituições públicas, acessíveis a todos, privilegiando os peões sem excluir, porém, o automóvel. (...) Como modelo de desenvolvimento urbano, o “Novo Urbanismo”, é, no essencial, um conjunto de princípios para a construção de espaços urbanos multifuncionais e amigos do peão”.

Esta carta defende ainda a necessidade de as diferentes atividades quotidianas, bem como as atividades comerciais e de serviços, estarem confinadas a espaços que se possam percorrer a pé, garantindo maior autonomia aos idosos, crianças e a todos aqueles que não conduzem o automóvel. Este princípio de multifuncionalidade é ao mesmo tempo uma garantia de vitalidade urbana. Os princípios da Carta contribuem, assim para o aumento do conforto e segurança na circulação pedonal, permitindo uma maior ocupação do espaço público por peões e conseqüentemente maior segurança para os cidadãos; por outro lado, beneficiam o comércio e o turismo, favorecem as

relações humanas (pontos de encontro; lugares de passagem) e contribuem para a valorização do património histórico.

Rolf Monheim, um conhecido estudioso das zonas pedonais alemãs, diz a este respeito: «uma cidade sem áreas pedonais representativas parece nos dias de hoje desesperadamente antiquada» (citado em Alduán, 1998)⁴.

Para os visitantes, e em especial para o turismo, as ruas pedonais beneficiam a sua estadia e permitem a sua aculturação.

No sentido lato a palavra pedonização está associada ao encerramento das ruas dos centros urbanos ao tráfego motorizado, ou seja circunscrevendo a utilização aos transeuntes. A pedonização é um processo tão antigo quanto a presença numerosa dos carros nas cidades. As primeiras referências a ruas fechadas ao trânsito motorizado encontram-se nos centros de cidades dos Estados Unidos durante os anos 20, precisamente no momento em que aparecem espaços urbanos nos quais as densidades e os fluxos pedonais e de veículos são incompatíveis (Alduán, 1998). Desde então a pedonização aparece sob muitas formas de acordo com muitos propósitos em busca de um novo modelo de acessibilidade e mobilidade para os centros urbanos.

A problemática da pedonização de centros de cidade coloca-se pela dificuldade destes em escoar o intenso tráfego automóvel para o qual não foram concebidos e pela necessidade de melhorar as condições de fruição desses espaços em termos ambientais e de mobilidade. Entre os principais objetivos subjacentes à criação de uma área pedonal destacam-se:

- Criar áreas que sejam confortáveis à mobilidade pedonal;
- Garantir maior mobilidade por parte dos peões nestas áreas;
- Retirar (ou limitar o uso do) veículo motorizado em áreas com valor histórico e patrimonial (centro histórico).
- Garantir condições ambientais e de ruído mais favoráveis;
- Criar áreas mais seguras;
- Proporcionar momentos de lazer e convívio entre as pessoas que circulam estas áreas;
- Reforçar a animação e a diversidade de funções contribuindo para o desenvolvimento do comércio, do turismo e da própria cidade.

⁴ <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n28/aasan.html#fntext-1>

Em relação ao comércio, Alduán, (1998) destaca um modelo (liderado pelas zonas pedonais alemãs), cujo objetivo essencial é configurar um espaço propício ao comércio, capaz de competir com as grandes superfícies comerciais. De um modo geral, os exemplos de pedonização são pensados com o propósito de devolver a cidade ao peão configurando um conjunto de medidas urbanísticas e de tráfego orientadas para esse fim.

Os centros das cidades, por norma, pela sua importância a nível ocupacional, são polos de atração de pessoas, pelo que a sua acessibilidade e segurança são fundamentais. Nestas ruas são impostas velocidades reduzidas e outras limitações aos utilizadores motorizados, garantindo maior segurança para os peões. Neste contexto, os passeios assumem um papel importante, na medida em que o seu dimensionamento (largura), e as características do pavimento e da iluminação garantem maior segurança e comodidade aos seus utilizadores. Tal como a multifuncionalidade, a acessibilidade e intermodalidade também favorecem a atração de pessoas. O transporte público é o grande catalisador da acessibilidade a estes espaços, pelo que as políticas para os centros lhe devem conferir elevada importância. Já o transporte de veículos pesados, pela sua dificuldade em termos de manobras e dimensões e pelos efeitos poluentes são indesejáveis nestes espaços, devendo ser-lhes vedado o acesso. As exceções são os moradores, e os carros de transporte de lixo e os veículos de emergência (ambulâncias, bombeiros e polícia), que pela sua importância funcional, não poderão ser proibidos. As cargas e descargas, sendo temporárias e fundamentais para o comércio, também poderão ser uma exceção, desde que feitas em horários pré-definidos, muitas vezes no período pós-laboral.

Os núcleos históricos apresentam um desenho das suas ruas e um património edificado que remonta e denota exigências de tempos antigos, o que dificulta o uso do seu espaço, por certas funções, e potencia o conflito entre os transportes e o peão. Assim, nestes espaços os transportes motorizados estão fortemente condicionados, e, em certos casos, sua circulação é mesmo interdita. Podem adotar-se medidas para tornar as ruas semi-pedonais (uma faixa de rodagem disponível), ou pedonal (proibindo toda a circulação motorizada), fechando alguns troços dos núcleos históricos. Estes devem apostar no conforto da circulação pedonal e no bem-estar das pessoas, através da utilização de pavimentos adequados, da reabilitação dos edifícios e do reforço da iluminação, do mobiliário urbano e da segurança. No caso de não ser possível a

passagem de veículos motorizados, pela sua reduzida dimensão, terão de ser encontradas alternativas para os veículos de emergência e recolha do lixo, bem como para as cargas e descargas de produtos de/para os estabelecimentos comerciais.

Frederico Sá (2010) considera três grandes tipos de ruas pedonais: as predominantemente motorizadas, as predominantemente pedonais e as intermédias. As primeiras, em geral, têm estacionamento e circulação de transportes coletivos, são pensadas para assegurar bons níveis de segurança e rapidez do movimento motorizado, mas o tráfego é condicionado. As predominantemente pedonais são ruas com forte presença de peões e, por isso, pensadas para o conforto e comodidade dos mesmos. Não existem atravessamentos marcados, nem estacionamento, mas podem existir elementos arbóreos, mobiliário urbano, iluminação, visibilidade e pavimento a pensar na segurança e comodidade do peão. São por isso, ideais como ponto de encontro, local de convívio e quando o comércio e as suas montras o permitem uma grande atração para as pessoas. As intermédias são caracterizadas pela garantia de segurança dos peões na “convivência” com o automóvel, através da imposição de velocidades moderadas/reduzidas, da arborização das ruas e da redução do tráfego de atravessamento. As soluções permitidas por este tipo de rua no relacionamento entre o peão e o automóvel, faz delas as preferidas em ambiente urbano. No caso do comércio, a rua por não ser totalmente pedonal, acaba por ser um elemento catalisador do seu desenvolvimento, uma vez que as velocidades moderadas permitem que a rua seja percorrida com boa relação entre o peão e o automóvel (Sá, 2010).

As áreas pedonais são muito diversas, atendendo à sua localização, aos objetivos que as motivaram, circunstâncias urbanísticas, dimensão, morfologia (eixos, redes e zonas), condições de acesso não pedonal (interdição total, parcial, condicionamento, horário, entre outros), atividades e usos do solo, etc. Esta variedade de áreas pedonais favorece o aparecimento de várias imagens de marca, dos centros históricos pedonizados, ou seja, se o objetivo é convidar o turista para visitar o centro histórico aparece a cidade-museu; se o objetivo é cativar o possível consumidor a fazer compras no centro histórico temos a cidade-comercial; se é mais reservado às instituições oficiais temos a cidade do poder político; se o objetivo é transformar o centro histórico em diversão noturna temos a cidade-bar (Alduán, 1998).

As áreas pedonais, bem como a variedade de operações de pedonização que podemos encontrar têm consequências positivas e negativas que importa analisar.

Os inquéritos realizados aos comerciantes, em relação a esta temática da pedonização, revelam resultados que permitem aferir da situação pedonal do centro do Funchal, nomeadamente nas ruas estudadas, e que nos podem dar uma ideia dos efeitos positivos e negativos sentidos pelo comércio, bem como algumas propostas para melhorar a situação.

De acordo com Alduán (1998), os efeitos positivos da pedonização prendem-se com a diminuição do ruído, da contaminação e dos acidentes, o reforço de algumas atividades comerciais (principalmente as que não envolvam mercadorias volumosas e pesadas), turísticas e sobretudo a revitalização do centro e a sua recuperação para os peões como elemento chave da identidade urbana. Os efeitos negativos, prendem-se com o contributo das áreas pedonais para produzir alterações no uso do solo, em particular a “expulsão” da função residencial dos centros, a modificação e especialização da tipologia comercial e residencial, e na ausência de políticas específicas de tráfego, a deslocação dos problemas para a periferia das áreas pedonais.

A criação dos espaços pedonais não origina, por si, tais efeitos negativos. Estes aparecem associados a políticas relativas ao uso do solo e dos edifícios, ao aluguer e construção e à reabilitação do património edificado (Alduán, 1998). A pedonização constitui apenas um pequeno contributo para a resolução dos problemas dos centros históricos e não pode deixar de ser equacionada no contexto de (e em articulação com) outras políticas urbanísticas. Mais importante do que pedonizar é adequar estratégias que permitam compatibilizar o uso do automóvel com a cidade, reduzindo o número e a velocidade dos carros, isto é, condicionando o tráfego. Em termos de habitabilidade, é fundamental, dissuadir o uso do automóvel e, em simultâneo, promover meios alternativos, como os percursos pedonais, a bicicleta e o transporte coletivo.

Regra geral, a criação de uma rede de itinerários pedonais, ciclovias, espaços verdes e corredores bus, seria uma maneira viável de ligar o centro histórico com o resto da cidade, uma vez que um depende do outro. Desta forma evitar-se-ia a existência de ruas pedonais só no centro e ganhar-se-ia uma ligação maior em termos funcionais e culturais deste com o resto da cidade. Este itinerário teria de ser pensado integrando as diferentes vias, para garantir a máxima proteção, comodidade e atração dos peões, e sempre em articulação com os restantes meios de transporte. Uma rede pedonal teria de levar o peão, ou o turista (no caso do Funchal), a passar pelas zonas mais importantes do centro histórico: parte histórica e cultural (igrejas, museus) parte comercial (lojas,

restaurantes e esplanadas), jardins e outros locais para dar a conhecer a nossa cultura e identidade.

Nas ruas do centro histórico, em que não seja possível, ou adequado optar pela pedonização integral, é importante, restringir as condições de circulação (velocidade, tipo de veículos e horários em que podem circular), funcionando esta medida como complemento da pedonização. Assim, evita-se a fuga de residentes, pois o acesso às habitações e garagens (bem como o acesso de carros de emergência e de recolha do lixo) fica facilitado. Quanto ao comércio, o abastecimento das lojas também é garantido, pelo facto de a rua não ser totalmente pedonal. No caso do troço pedonizado da rua de Santa Maria, é permitido o abastecimento das lojas no período entre a 1 hora e 30 minutos e as 10 horas e 30 minutos, considerado suficiente para colmatar as necessidades dos comerciantes.

Em conclusão, pedonizar uma rua do centro histórico deve ser o ponto de partida para se discutir e aplicar medidas relacionadas com a mobilidade e acessibilidade, mas, sempre que possível, respeitando a compatibilidade entre o automóvel, o peão e a cidade.

De seguida, referem-se alguns casos de pedonização de ruas de cidades estrangeiras, para verificarmos o que foi feito, como foi feito e quais as principais consequências para a cidade, as suas atividades e população. O primeiro caso diz respeito àquela que é considerada a maior rua pedonizada do mundo, em Copenhaga. Assim, no início dos anos 60, quando o volume de tráfego aumentou no interior das velhas e estreitas ruas e as áreas comerciais se expandiram, em torno do centro de Copenhaga e as calçadas se apinharam de peões, a Câmara Municipal, decidiu estabelecer uma zona pedonal, na parte oriental da cidade chamada "Strøget" - que também inclui um labirinto de pequenas ruas e praças históricas e a parte medieval de Copenhaga, com um comprimento total de quase 3,2 km.

A zona pedonal de Copenhaga é uma grande atração turística e oferece muitos restaurantes, cafés ao ar livre, *fast-food*, lojas especializadas, galerias de arte, lojas de presentes, bem como animação de rua havendo teatro, museus e muito mais, durante todo o dia e até tarde (figura 1). Muito mais que uma rua pedonal, é uma rua comercial que se mantém viva o dia todo, garantindo um sucesso que se prolonga no tempo há

mais de 45 anos e um modelo admirado que serviu de inspiração a muitas cidades pelo mundo fora⁵.

Nesta rua para além de uma presença constante de consumidores, existem diversas insígnias internacionais. Os próprios edifícios, muito provavelmente ocupados por residências e/ou serviços, estão concebidos com uma escala que potencia a harmonia do espaço pedonal.



Fonte: <http://www.copenhagenet.dk/cph-map/CPH-Pedestrian.asp>

Figura 1 – Rua pedonizada - Strøget em Copenhaga- considerada a maior rua pedonal do mundo.

Em Zaragoza (Espanha), a rua Delicias é um dos eixos pedonais mais importante com forte presença de comércio tradicional, onde o contacto é mais pessoal (figura 2). Não tem tanta relevância a nível dos serviços, dada a escassez de parques de estacionamento que fomentem a procura por parte de consumidores de outras áreas da cidade. A confiança, o hábito e os preços são valores que os consumidores procuram nesta rua.

⁵ <http://www.copenhagenet.dk/cph-map/CPH-Pedestrian.asp>, [acedido em agosto de 2012]



Fonte: El pequeño comercio en zonas peatonales Unión de Consumidores de Aragón
<http://zaragozamilanaria.blogspot.pt/2010/04/el-barrio-de-las-delicias.html>

Figura 2 - Rua Delícias- Eixo pedonal em Zaragoza (Espanha)

No centro histórico de Málaga existem ruas estreitas pedonizadas, belos edifícios e um ambiente de esplanadas. Beneficiando desse contexto, a rua do Marquês de Larios é a grande via comercial de Málaga (figura 3).



Fonte: <http://guias-viajar.com/espana/malaga-fotos-calle-larios-plaza-constitucion/>

Figura 3 - Rua Larios no centro histórico de Málaga

Em Leon, a rua Ancha, Burgo Nuevo, la Pícara Justina, la Plaza de San Marcos, à volta da Catedral são algumas das zonas que foram pedonizadas, convertidas, assim, em espaços mais cómodos para quem as percorre. A criação de parques de estacionamento subterrâneos, o desvio do trânsito e o aumento dos passeios

possibilitaram uma melhor acessibilidade ao centro e proteção ao valioso património de León.



Fonte:http://www.leon.es/Visitar/Una_ciudad_para_el_paseante/Leon_para_Pasear

Figura 4 - Rúa Ancha – Leon-(Espanha)

Os exemplos referidos de cidades espanholas são distintos uns dos outros. Assim, temos a rua Delicias em Zaragoza, a qual não possuindo parques de estacionamento por perto, não conseguiu atrair para si os serviços. No entanto, está orientada para o comércio tradicional, baseado no hábito de muitos consumidores se deslocarem à rua e também na confiança, um dos ícones deste tipo de comércio. O segundo exemplo, a rua Larios, em Málaga, conta com um centro histórico, com edifícios em bom estado de conservação e um ambiente de esplanadas, que atrai muita população e a torna na grande via comercial da cidade. A terceira rua, Rúa Ancha, em León, ao criar parques de estacionamento subterrâneos, desviar o trânsito e aumentar os passeios, tem como propósito, atrair cada vez mais pessoas para o seu centro histórico, apostando na preservação do seu património, através de uma rua cómoda e de fácil acesso.

Fora do nosso país foram apresentados casos de cidades com aparente sucesso em termos de implementação de ruas pedonais, embora nunca como ato isolado, mas sempre aliado à preservação e conservação dos edifícios e das ruas, comodidade, acessibilidade, oferta e muita animação.

Outro exemplo de um espaço com enorme presença de peões e de animação é o das Portas do Sol, em Madrid. No *site* da Câmara Municipal da cidade, pode-se ler que “A partir do passado dia 19 de março de 2011, em toda a área em volta das Portas do Sol, foi ampliada a restrição de circulação automóvel. Assim, permanecerá encerrada todos os dias do ano, entre as 8 e as 22 horas, incluindo sábados, domingos e feriados, sendo permitida a passagem apenas a veículos para os parques de estacionamento, transportes públicos, táxis, motos, bicicletas e veículos autorizados. As cargas e descargas são asseguradas entre as 0 horas e as 11 horas da manhã⁶.

No Brasil, em São Paulo, a rua 25 de março, apesar de não ser pedonizada, mais se parece com um mar de gente que invade o espaço rodeado por edifícios, com cerca de 400 mil frequentadores diários. É o maior centro comercial a céu aberto da América latina. Os vendedores ambulantes, a maior parte sem licença, ocupam com as suas barracas (bijuterias, artigos para festa, tecidos, papelarias, artigos para decoração, etc), (quase todo) o espaço onde deviam circular os peões e consumidores. Para além do excesso de peões, há ainda o problema do trânsito. A figura 5, é bem ilustrativa do caos, que é criado pelo facto de a rua em questão não ser pedonizada. A beneficiar esta rua está a proximidade de um dos pontos turísticos mais visitados da cidade, o mercado de São Paulo. Este mercado para além de 300 espaços de venda, possui praça de alimentação com bares e restaurantes e está aberto todos os dias, incluído domingos e feriados⁷.

Este caso é diferente dos anteriormente apresentados, trata-se de um dos maiores centros comerciais a céu aberto, com uma importância comercial muito grande, capaz de atrair diariamente uma quantidade enorme de pessoas, mas no qual impera a desorganização, o comércio de bancada em cima do passeio a rivalizar com uma imensidão de lojas de rua e um caos no tráfego pedonal e automóvel.

⁶ <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Buscador-Simple/Trafico.-Restricciones-acceso-a-Puerta-del-Sol-%28desde-19-marzo-2011>

⁷Fonte:<http://www.capital.sp.gov.br/portalmmsp/do/saopaulo?op=viewForm&coConteudo=6221&coEstruturaPai=12> Prefeitura de São Paulo



Fonte:<http://www.comofazergratis.com.br/dicas-de-turismo-em-sao-paulo-fotos-e-passeios/>

Figura 5- Rua 25 de Março - São Paulo - Brasil

Concluindo, a pedonização é uma política urbanística que pode assumir muitas formas, tendo como propósito a busca de mais e melhor acessibilidade e mobilidade para os centros urbanos. A sua eficácia depende do facto de nunca ser uma medida isolada e da adequação da forma certa ao objetivo pretendido, defendendo o convívio harmonioso no espaço urbano entre o peão e o carro. Só desta forma, a cidade, as suas atividades, os seus habitantes e os turistas sairão beneficiados.

5- Os últimos anos do comércio em contexto urbano em Portugal

5.1- As principais mudanças na organização empresarial

O comércio assume uma importância fundamental a nível social, dada a sua contribuição para a criação de emprego e para o crescimento económico. É um ponto de contacto entre os cidadãos e a sua comunidade local e fornece as mais recentes informações relativamente a estilos de vida, padrões culturais e atividades da comunidade (Cachinho 2005). Também assume uma importante função na ligação entre os produtores e os consumidores, uma vez que é um canal privilegiado para a troca de informação entre o utilizador final e o produtor sobre as tendências em matéria de gosto e estrutura da procura. Enquanto gerador de emprego, o comércio tem também uma importante função socioeconómica, uma vez que é neste setor que uma franja importante de jovens, por vezes ainda estudantes, encontra o seu primeiro trabalho

remunerado. É também no comércio que trabalhadores com empregos precários, encontram nos tempos livres um complemento aos seus rendimentos. O setor pode ainda ser usado, como um meio importante de criação de auto-emprego, apesar da crise atual, havendo algum fundo de maneiio e experiência profissional. O comércio, segundo Cachinho (2005), é dos setores de atividade que mais contribui para a integração da mulher no mercado de trabalho. Daí, ter considerado importante incluir no questionário realizado nas ruas do centro do Funchal, uma questão sobre o emprego feminino. Desta forma, podemos dizer que o setor comercial acaba por servir de amortecedor das crises, funcionando como um importante fator de coesão social. A relação existente entre a cidade e o comércio facilita, no indivíduo, uma ocasião para compras, contactos, recreio, ócio e informação.

Apesar de haver em Portugal muitas empresas ligadas ao setor do comércio, mais de metade em 2002, não apresentava qualquer trabalhador por conta de outrem. Assim, segundo Cachinho (2005), em 2002 existiam no país 223 empresas por cada 10 mil habitantes, o que significa em média que, cada empresa possuía apenas três trabalhadores e realizava um volume de vendas de 140 mil euros por trabalhador. A média da União Europeia em 1998 era de 128 empresas por cada 10 mil habitantes, 5,4 trabalhadores por empresa e um volume de negócios próximo dos 245 mil euros por trabalhador.

Em 2009 (ano mais recente para o qual existe informação disponível no Eurostat) no comércio a retalho (excluindo os automóveis e veículos a motor) havia no país 144 empresas por cada 10 mil habitantes que, em média possuíam 2,9 trabalhadores e realizavam um volume de vendas de 104 mil euros por trabalhador (quadro 1). Ou seja, comparando com 2002, ocorreu uma diminuição de 79 empresas por cada 10 mil habitantes e as que se mantiveram no mercado realizaram um volume médio de negócios inferior em 36 mil euros por trabalhador. Na União Europeia o número de empresas e o volume de negócios também conheceram reduções acentuadas.

Quadro 1 – Variáveis e indicadores básicos relativos ao comércio a retalho (excluindo automóveis e veículos a motor) na EU.27 e em Portugal (2009)

	U. E. (27)	Portugal
Empresas	3554300	153300
Nº de trabalhadores	18541600	441500
Volume de negócios (milhões euros)	2462402	45761
Nº empresas / 10000 habitantes	71	144
Nº trabalhadores / empresa	5,2	2,9
Volume negócios / trabalhador (mil euros)	132,8	103,6
Produtividade aparente trabalho (mil euros/trabalhador)	23	15,2
Custos com pessoal (mil euros/trabalhador)	18,6	11,1

Fonte: Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics>

A dimensão dos estabelecimentos também é diminuta. Cachinho (2005) referiu que 71% dos estabelecimentos que iniciaram ou renovaram a sua atividade no comércio retalhista em 1992 possuíam menos de 60m². Provavelmente esta é uma característica que permanece. A agravar a situação há ainda a referir os baixos níveis de modernização das empresas, relativamente a novas tecnologias, logística, *marketing*, *merchandising* e gestão de informação sobre clientes.

Apesar da situação deduzida dos valores médios acima referidos apontar para um predomínio de um comércio banal, o facto é que nos últimos vinte anos, principalmente depois da entrada de capital estrangeiro e da internacionalização das empresas, verificou-se uma autêntica revolução comercial em Portugal. A diversificação de bens e marcas e a oferta de novos espaços onde adquiri-los, o alargamento dos horários de funcionamento dos estabelecimentos e o conforto no próprio ato de compra alteraram substancialmente as rotinas do consumo.

Os valores do INE para 2010 relativos às Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR⁸) mostram que estes 2983 estabelecimentos empregavam 100700 pessoas e realizavam um volume de negócios de 15428,94 milhões de euros. Comparando com os dados disponíveis no quadro anterior verifica-se que empregam cerca de 23% dos trabalhadores e realizam 1/3 do volume global de negócios, ou seja, estes valores são demonstrativos do grau de concentração económica atingida pelo setor.

Porém, nos últimos três anos Portugal, a par do que se vem deparando um pouco por todo o mundo, viu-se confrontado com uma situação galopante de crise financeira e económica. Esta crise veio agravar a situação do comércio retalhista na medida em que por um lado, as pessoas tendo cada vez menos poder de compra, travam o consumo e, por outro lado, a necessidade de obter cada vez mais receita através dos impostos por parte do Estado, penaliza ainda mais os comerciantes e os consumidores, provocando uma série de encerramentos de empresas e um aumento imparável do desemprego no setor.

Esta situação, exige por parte dos comerciantes, a tomada de medidas para fazer face à crise, nomeadamente novas estratégias de gestão, reformatação das lojas, novas formas de comunicação e *marketing* das empresas, um novo relacionamento entre os produtores e os distribuidores, e até, por vezes, novas localizações.

Em estudos feitos ao longo dos últimos 20 anos, como é exemplo o caso de “Estratégias empresariais. Emprego e empregabilidade no Comércio” (Barata Salgueiro, 2002), conclui-se que o setor possui na sua grande maioria empresas com grande défice em termos de modernização tecnológica. Esta falta de equipamentos e investimento nos mesmos, associados às compras, às vendas ou à comunicação da empresa, dificulta a

⁸ UCDR - Estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo, em que se exerce a atividade comercial e relativamente ao qual se verificam uma das seguintes condições: a) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponha de uma área de venda contínua, de comércio a retalho alimentar > 2000 m². b) Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponha de uma área de venda contínua ≥ 4000 m². c) Sendo de comércio por grosso, disponha de uma área de venda contínua ≥ 5000 m². d) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a empresa ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, ≥ 15000 m². e) Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a empresas ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada ≥ 25000 m². f) Sendo de comércio por grosso, pertencentes a empresas ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada ≥ 30000 m². (INE).

competitividade dos pequenos comerciantes, sendo muito mais difícil enfrentar a concorrência.

Quanto ao comportamento estratégico adotado pelas empresas, face ao mercado e à gestão dos recursos humanos, Cachinho (2005) considerou três perfis de empresas: o primeiro grupo foi identificado como passivo, porque, apesar de reconhecerem as dificuldades que atravessam, nada fazem para alterar a situação. Não realizam qualquer tipo de investimento face à concorrência; não se integram em nenhuma associação ou se fazem parte, não participam nas suas iniciativas, para melhorar a organização e gestão, por exemplo; não possuem grandes equipamentos tecnológicos, sinónimo de modernidade e não apostam na formação profissional dos seus empregados, o que está associado a baixas remunerações, não permitindo um melhor e mais eficaz atendimento.

O segundo grupo foi identificado como reativo, porque embora não inovem, reagem, adaptando-se às mudanças do mercado. Assim, para serem mais competitivos e enfrentarem melhor a concorrência, investem na modernização tecnológica, melhoram os serviços de apoio ao cliente e mobilizam os recursos humanos, através de frequente formação para aumentar a sua eficácia.

Por fim, o terceiro grupo, foi identificado como pró-ativo, porque para além de denotarem grande capacidade para se modernizarem e responderem aos desafios do mercado, através de seu *marketing* e *merchandising*, conseguem antecipar a mudança e participar na sua construção, ou seja oferecer aos consumidores, não aquilo que querem e necessitam, mas aquilo que eles pensam querer e necessitar.

Segundo o mesmo autor, apesar de o sistema comercial português, durante muitos anos, ser caracterizado como dominado pelas pequenas empresas familiares, sendo na sua maioria passivos, a situação tem vindo a alterar-se, havendo uma clara aposta de muitas empresas em novos formatos de loja, produtos mais diversificados, aposta no *marketing* e *merchandising*, ou então aposta em novos espaços geográficos dentro da cidade, criando novas centralidades, ou no limite da cidade, desenvolvendo a sua periferia.

5.2- Urbanismo comercial e pedonização dos centros de cidade

O Urbanismo Comercial poderá ser entendido como “o campo do urbanismo que se preocupa não só com a concepção e a realização, mas também com a adaptação e reestruturação dos equipamentos comerciais urbanos em função de objetivos de

interesse geral, socioeconómicos e espaciais. O Urbanismo Comercial preocupa-se sobretudo com a procura das localizações mais adequadas, os aspectos arquitecturais e funcionais, os meios de valorização da função animação e centralidade do comércio; e os critérios de estimativa das necessidades em superfície” (Mérenne-Schoumaker e Browet, 1988, p. 110).

Em Portugal foi com o Marquês de Pombal, no âmbito do plano de reconstrução da Baixa de Lisboa, no pós terramoto de 1755, que surgiu um esquema rígido de ocupação comercial das ruas (Decreto Real de 1760), que ainda hoje faz sentir os seus efeitos na paisagem comercial da Baixa (Marrou, 1989). A maior parte dos autores que se debruça sobre estas questões, considera-o como o primeiro ato de urbanismo comercial em Portugal.

No entanto, foi só a partir do século XIX que se revolucionou a atividade comercial, tanto em função de novas tipologias emergentes, quanto do surgimento de novas técnicas de comercialização, circulação e transporte. Foi uma época próspera impulsionada pela revolução industrial.

Entretanto nos anos 70 e 80 do século passado, ocorrem mudanças importantes do ponto de vista comercial, com fortes implicações em termos de urbanismo. De facto, por um lado, verifica-se um interesse crescente pelo ordenamento do território e, por outro, há um peso cada vez maior do comércio na economia e a consciência de que este pode ter um papel importante no desenvolvimento económico e social. Estas circunstâncias, em particular as relacionadas com a reação dos pequenos comerciantes à expansão dos novos formatos comerciais, acabaram por originar um papel mais intervencionista dos poderes públicos no comércio, sobretudo a partir dos anos 90.

No domínio do urbanismo comercial, o poder político deve preocupar-se com o ordenamento das atividades comerciais contribuindo para o desenvolvimento da função comercial, e para o bem-estar das populações. O seu papel de intervenção, regulamentação e organização passa pela associação do comércio a operações de ordenamento; criação e ordenamento de áreas pedonais; conceção, dimensionamento e composição dos centros de comércio nas cidades novas (ou novas urbanizações); estudos de impacto das grandes superfícies sobre o comércio tradicional, e contributos para uma renovação e reestruturação dos centros de cidade (Cachinho – 1992).

No II e III Quadros Comunitários de Apoio surgiram apoios expressamente vocacionados para operações de Urbanismo Comercial, no âmbito dos programas de

modernização do comércio. No primeiro caso salientam-se os Projetos Especiais de Urbanismo Comercial (PEUC) no seio do PROCOM e, no segundo, os Projetos de Urbanismo Comercial (PUC) inseridos no URBCOM. Estes projetos contemplavam investimentos dos particulares (remodelação dos estabelecimentos), das Câmaras Municipais (investimento no espaço público) e das Associações de Comerciantes (componente animação). O objetivo destes programas era fomentar estas intervenções numa lógica de parceria público-privada de modo a criar uma dinâmica auto-sustentada de gestão dos centros urbano-comerciais, à imagem do que acontece em países como a Inglaterra ou a Suécia, onde as chamadas TCM (*Town Center Management*) são geralmente bem-sucedidas. No Reino Unido, os TCM baseiam-se na gestão comercial centralizada e em estratégias de coordenação de recursos, que promovam o desenvolvimento, a gestão e a promoção de áreas públicas e privadas nos centros das cidades, com benefícios para todos os seus intervenientes. Por um lado, há a necessidade de salvaguardar e melhorar os centros das cidades como destinos comerciais; por outro lado, são experiências deliberadas para tentar inverter o declínio económico das áreas centrais das cidades com o objetivo de as revitalizar. As suas ações vão desde colocação de floreiras, bancos de jardim, limpeza e manutenção (remoção de *graffiti*), até ações mais complexas que envolvem estudo do local, definição de prioridades e atividades que passam pela publicidade (promoção da cidade e do comércio), a segurança, a qualidade do ambiente, a promoção de eventos e a coordenação. Embora cada cidade seja um caso, as ações poderão passar pela pedonização das ruas centrais para promover um melhor ambiente na realização das compras (Balsas, 2000).

Em Portugal o Planeamento Urbano deve integrar o planeamento do uso comercial, considerando a articulação entre diversas escalas (por exemplo, a rua, o bairro, a cidade e a região). Havendo uma conjugação entre as propostas de ordenamento comercial e os diferentes planos de ordenamento do território (com destaque para os PMOT, sobretudo o PDM e os PROT), consegue-se resolver problemas, e potenciar o comércio, procurando complementaridade entre o comércio urbano tradicional e o comércio integrado (centros comerciais), e ao mesmo tempo criar condições para que a cidade se consiga modernizar. O centro histórico deve estar organizado por forma a poder albergar habitação, comércio e outros serviços e as

acessibilidades e a mobilidade devem conjugar-se como parte integrante de um projeto urbanístico sustentável.

A Confederação do Comércio de Portugal (CCP) considera que a criação de zonas pedonais nas cidades nem sempre teve resultados positivos para o comércio local porque os portugueses se desabituarão de andar a pé e existem fortes constrangimentos de estacionamento. A CCP afirmou, em artigo publicado em 02 de Agosto de 2009, no *Jornal i*, “que a ordem de intervenção urbano-comercial nos centros das cidades tem que ser invertida. Primeiro temos que (re)ensinar as pessoas a voltar às baixas da cidade - e isso pressupõe um conjunto de intervenções ao nível da política de habitação, transportes, ordenamento comercial, entre outros - e só depois equacionar, em função das situações em concreto, a eficácia das medidas relativas à pedonização de certas artérias”. Além disso, “os portugueses adquiriram um conjunto de hábitos e um deles é precisamente o uso do carro indiscriminadamente” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). De facto, o desenvolvimento das vias de comunicação e a facilidade com que as pessoas nos dias de hoje usam o transporte individual, vieram fazer com que circulem cada vez menos a pé e cada vez menos nos centros das cidades, preferindo as grandes superfícies comerciais, regra geral situadas nas zonas periféricas e com amplos parques de estacionamento gratuito. A Confederação do Comércio considera que, apesar de não existirem estudos sistemáticos sobre o impacto da criação de áreas pedonais em algumas artérias comerciais, os resultados dependem muito das condições específicas de cada caso concreto. Referem, contudo, que os “centros comerciais de céu aberto” enfrentam a concorrência das “grandes áreas comerciais, com facilidade de estacionamento a custo zero” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

As zonas de comércio das baixas das cidades têm, entre outras debilidades, “significativos problemas de estacionamento e a custo elevado”, podendo a supressão/forte condicionamento da circulação automóvel constituir “um novo problema” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

A Confederação do Comércio conclui, afirmando que “a ideia relativamente corrente há uns anos de que parte do problema dos centros urbanos com predomínio de zonas comerciais se resolveria pela pedonização destas áreas, tem vindo a ceder lugar à constatação de que esta solução pode agravar a situação do comércio e serviços instalados” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

De seguida são referidos casos de algumas cidades portuguesas, que aplicaram políticas de urbanismo comercial e qual a opinião de comerciantes e poder local em relação aos resultados. Assim, no caso de Braga verificou-se um aumento da área pedonal na Avenida da Liberdade atingindo em 2009, os 120 mil metros quadrados, mas as opiniões dividem-se quanto ao sucesso da transformação da zona histórica em centro comercial de ar livre (*Jornal i*, 2009).

Apesar da singularidade do centro histórico, com duas praças de grande dimensão, a Associação Comercial de Braga tem vindo a notar que a renovação do comércio tradicional não foi suficiente para fazer frente à concorrência das grandes superfícies: "Está muito difícil para o comércio, a faturação caiu muito por causa da queda do poder de compra e as empresas lutam para sobreviver", afirma o diretor-geral da Associação Comercial de Braga, Abílio Vilaça (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). Defende que para se saber o efeito da "pedonização" era necessário fazer estudos sobre a afluência dos consumidores, o que ainda não foi feito. Lembra que tem havido encerramentos e mudanças de ramo e a situação piorou ainda com a liberalização dos horários dos hipermercados e mais recentemente com toda a conjuntura nacional.

"O centro histórico tem lojas modernas e atraentes mas a zona está vazia de pessoas, nomeadamente a partir das 17 horas porque pouca gente vive aqui", afirma, propondo medidas de animação e dinamização para atrair consumidores. Lamenta-se ainda que as autarquias do distrito aprovelem a frequente instalação de novos "hipers": "Aqui aprova-se tudo sem saber se há mercado suficiente" (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

Por seu lado, com outra visão, a autarquia responde: "Temos um centro histórico vivo, onde está instalado o melhor comércio e estão a ser feitos grandes investimentos em lojas, não só de grandes marcas, mas também com uma componente de regeneração urbana como sucede com o investimento de 33 milhões de euros do grupo Regojo no antigo edifício dos CTT ", declarou o diretor da Divisão de Renovação Urbana, Pedro Lopes (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

Para a autarquia, o conceito de centro comercial de ar livre apoia-se quer na extensa zona pedonal quer na existência de dois parques de estacionamento com capacidade para 1.600 automóveis.

Pedro Lopes diz que a experiência de devolução da cidade aos peões tem sido um sucesso, já que o centro histórico se mantém como a sua principal zona cívica e

económica: "conseguiu-se manter no núcleo urbano mais antigo não só comércio mas também habitação" (*Jornal i*, 2009).



Foto do autor, 2009

Figura 6- Braga – Pedonização da Avenida da Liberdade.

No caso da Baixa de Coimbra, o impacto da pedonização das Ruas Ferreira Borges e Visconde da Luz, concretizada em 1993, ficou aquém das expectativas, segundo alguns comerciantes. Arménio Pratas Henriques, presidente do sector comercial da Associação Comercial e Industrial de Coimbra (ACIC), considera que o encerramento ao trânsito daquelas artérias e a sua transformação num corredor pedonal “gorou as expectativas de muita gente” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). “O comércio não aumentou com a pedonização. Esta zona deveria ter outro tipo de acompanhamento, como muitas esplanadas, atividades lúdicas e mais animação”, defendeu o vice-presidente da ACIC (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). Na sua opinião, deveria haver mais transportes para a baixa em geral e a oferta da primeira meia hora de estacionamento em parques municipais e parcómetros, o que “seria uma mais-valia para chamar as pessoas para a Baixa” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

“A ideia de vir à Baixa passear desapareceu como noutras cidades. Não houve vantagem nenhuma [na pedonização] devido a uma série de circunstâncias”, afirmou José Costa, antigo presidente da ACIC, aludindo a fatores como o aparecimento das grandes superfícies comerciais, dificuldades nos transportes e estacionamento e,

sobretudo, “a crise generalizada a afetar principalmente a classe média” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).



A- Rua Ferreira Borges



B- Rua Visconde da Luz

Fonte: <http://obairrodassobreiras.blogspot.pt/2009/11/coimbra.html>

Fig. 7 - Pedonização na Baixa de Coimbra

A pedonização das principais ruas do centro histórico de Torres Vedras e a consequente criação de estacionamento em zonas periféricas têm-se revelado prejudiciais para o comércio tradicional. “Quando os carros deixam de passar as pessoas deixam de comprar no comércio tradicional”, refere Mário Reis, presidente da Associação Comercial e Industrial da Região Oeste que, acrescenta, “só nos últimos dois meses fecharam seis lojas” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). O responsável sublinha que é difícil ao comércio tradicional competir com os centros comerciais, quer com os construídos na cidade, quer com os da capital (que dista meia hora de Torres Vedras), sobretudo quando nas grandes superfícies o estacionamento é mais acessível. (*Jornal i*, 2009). No comércio tradicional os consumidores são obrigados a estacionar mais longe e a andar a pé. Em Torres Vedras, a autarquia tem vindo a tornar algumas ruas pedonais e a criar zonas de estacionamento na periferia do centro histórico, a preços mais acessíveis e onde os consumidores conseguem chegar em menos de cinco minutos a pé. Ao todo, existem cerca de dois mil lugares de estacionamento disponíveis e ao criar parques na periferia a preços mais baratos, a Câmara quer reduzir o número de viaturas no centro histórico, onde quase todos os lugares têm parquímetro.

A autarquia tem ainda efetuado várias tentativas para dinamizar o comércio tradicional entre as quais a “Feira Rural”, um mercado de produtos frescos (hortícolas, frutas, vinho, pão, doçaria e também bancas com artigos de artesanato, velharias e artigos de colecionismo e numismática) ao ar livre e cujas bancas estão expostas ao

longo das ruas pedonais⁹. Para garantir que cada pessoa possa fazer as suas compras descansada e que os mais novos se divirtam, o visitante tem ao seu dispor um serviço de *babysitting* - "O mini-mercado do MM vai à feira" - que funciona na Praça do Município, entre as 09h30 e as 17h30, para crianças entre os 3 e os 10 anos. À semelhança do que acontece em alguns centros comerciais, neste serviço os mais novos têm a oportunidade de brincar num espaço criado para o efeito, acompanhados por profissionais de educação. Aqui recria-se um ambiente de feira, com bancas criadas para o efeito e à escala, em que são realizados trabalhos manuais com o objetivo de promover a criatividade, reciclagem e empreendedorismo (*Jornal i*, 2009).



A- Rua 9 de abril

Fonte: <http://www.cctv.pt/feirarural.html>

Fig. 8 - Pedonização em Torres Vedras.



B- Feira rural

Estes três exemplos de cidades com ruas pedonais mostram, em primeiro lugar, a grande divisão de opiniões, quanto às vantagens e desvantagens de tal política urbanística. Regra geral, temos de um lado, as Associações Comerciais, que se queixam que o comércio, não beneficiou com o fecho da rua aos automóveis, que as pessoas deixam de passar nas ruas pedonais e com isso, a crise acentua-se levando ao encerramento dos estabelecimentos. Do outro lado, temos o poder autárquico, que se orgulha do investimento efetuado, apresentando as obras realizadas, sempre em defesa

⁹ Praça da República, Rua Tenente Coronel João Luís de Moura, Rua 1.º Dezembro, Rua 9 de Abril, Rua Serpa Pinto, Praça do Município, Rua Paiva de Andrada, Rua Eduardo César, Praça Machado Santos e Praça 25 de Abril

da cidade, dos seus centros históricos e dos seus habitantes, bem como das suas atividades, destacando-se o comércio tradicional.

Em suma, pedonizar por si só é uma política que não consegue resolver os problemas da cidade, das atividades que nela se desenvolvem e das pessoas que nela vivem ou a procuram. Por outro lado, pedonizar implica sempre consequências positivas e negativas, embora comerciantes e seus representantes, face a muitas expectativas criadas, não se mostrem grandes adeptos da ideia. Há ainda o poder político, que tendo investido tempo e muito dinheiro nestas medidas, salienta o aspeto positivo de atenuação das desvantagens de cada vez mais centros das cidades, em relação a novos polos muito atrativos para os consumidores, pela novidade, comodismo, pela concentração de serviços e pela animação criada.

6- Síntese

Assumindo cidade e comércio uma relação de forte dependência, a transformação e alteração da forma da cidade é acompanhada igualmente por diversas transformações e alterações no comércio.

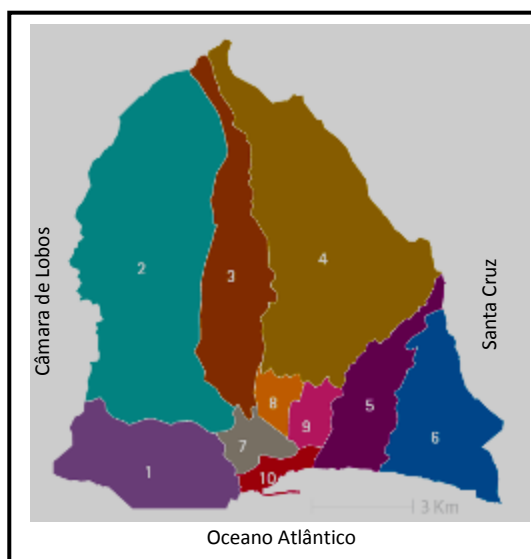
A cidade do Funchal, desde o seu núcleo primitivo teve um processo de expansão lento, dificultado principalmente pelo declive a norte. Desde cedo o comércio é referido na cidade, sendo de destacar já no início século XX a grande concentração em torno da catedral.

Na década de 30, o presidente da Câmara Municipal encetou um conjunto de ações que mudaram a cidade, modernizando-a. Outros Planos de Urbanização se seguiram, sempre no sentido de melhorar a acessibilidade e mobilidade ao centro e expandir a cidade. Nas últimas décadas as áreas centrais entraram em declínio, assistindo à saída de residentes e atividades o que facilitou a dispersão da oferta comercial para novas centralidades na periferia.

O comércio assume uma importância fundamental a nível social, dada a sua contribuição para a criação de emprego e crescimento económico. Ao nível local, desempenha também um papel relevante no convívio e na animação urbana.

Uma das medidas de urbanismo comercial consiste na pedonização das ruas centrais, visando melhorar as condições para a realização da compra, a animação urbana e a fruição do espaço público. Mas a implementação destas medidas, por si só, não consegue resolver os problemas do centro das cidades, das atividades que aí se

O Funchal é composto por 10 freguesias (figura 10), destacando-se as de Santa Maria e Sé, sobre as quais recai o estudo.



Fonte: CMF, Gabinete de Informação Geográfica

Figura 10 – Freguesias do concelho do Funchal.

Nestas dez, há a destacar na de Santa Maria, a Rua de Santa Maria e na da Sé as Ruas de João Tavira, Queimada de Cima e de Baixo e a Rua Dr. Fernão de Ornelas (Figura 11). Estas ruas, integral ou parcialmente pedonizadas, serão objeto de estudo neste trabalho.



Fonte: *Google Earth*

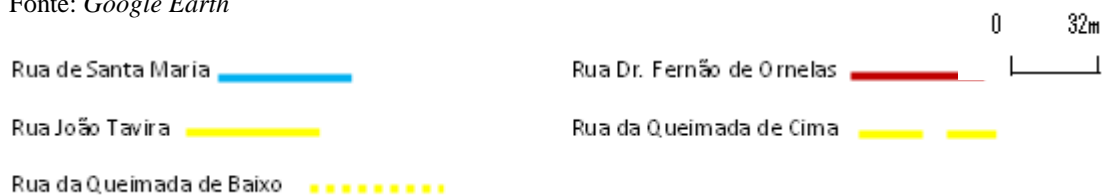


Figura 11 – Parte da cidade do Funchal. Localização das ruas pedonais estudadas

A topografia da cidade é acidentada. Três bacias hidrográficas, estreitas e alongadas, rasgam a cidade marcando um sistema orográfico com grandes diferenças de altitude, declives acentuados e vales encaixados. De montante para juzante o declive da vertente diminui gradualmente. O perfil longitudinal das três ribeiras ao entrar no centro da cidade apresenta um declive e encaixe dos vales pouco acentuado. A cidade é delimitada a norte e a este por um alinhamento de picos que atingem um máximo de altitude de 1418 metros no Cabeço da Cruz. As três ribeiras de oeste para este são a ribeira de São João, ribeira de Santa Luzia e ribeira de João Gomes.

A cidade do Funchal tem um clima subtropical de cariz mediterrâneo (uma vez que na estação quente, geralmente, não ocorre pluviosidade e as temperaturas médias mensais variam entre os 18 e os 23°C). A precipitação total anual ronda os 500/600 mm, concentrando-se no outono e inverno, e a temperatura varia entre os 16 e os 21°C. A amplitude térmica anual é baixa. Nas zonas altas da cidade o clima é mais fresco com temperaturas médias de 5° na estação fria e 15°C na estação quente.

As condições naturais, em particular, a localização, o clima, a imponência do relevo e a exuberância da vegetação ajudam a explicar a afirmação da RAM como destino turístico e a importância que o turismo tem na economia regional.

1.2- Caracterização demográfica e económica

A situação ultraperiférica da Região Autónoma da Madeira (RAM), fruto da sua localização geográfica, origina uma extrema dependência externa da economia regional, já de si frágil face às suas características. Além disso, o mais recente alargamento da UE, implicou a repartição dos fundos por um número maior de países e a redução do montante global disponível para cada Estado membro e, conseqüentemente, para a RAM. É neste contexto desfavorável, que importa analisar alguns indicadores para aferir na RAM, e em particular no Funchal, as características demográficas e económicas e do setor do comércio, seus estrangulamentos e potencialidades.

Em termos demográficos regista-se, tanto na RAM, bem como no Funchal, uma estagnação da população entre 1981 e 1991, seguida de uma perda até 2001, (-3,3%). No entanto, há uma recuperação populacional entre 2001 e 2011, de 7,6% no Funchal, e de 9,3% na RAM (Quadro 2). Importa ainda destacar que, em todos os momentos censitários, o Funchal concentra mais de 40% da população residente na RAM, embora essa percentagem revele tendência para diminuir (provavelmente refletindo a suburbanização para os concelhos adjacentes).

Quadro 2- Evolução da população residente no Funchal e na RAM (1981-2011)

	1981	1991	2001	2011	1981- 91	1991- 01	2001- 11	1981- 11
Funchal	112 746	115 403	103 961	111892	2,4	-9,9	7,6	-0,8
% RAM	44,6	45,5	42,4	41,8				
RAM	252 844	253 426	245 011	267785	0,2	-3,3	9,3	5,9

Fonte: INE, *Rec. Geral da população 1981. Censos 1991, 2001 e 2011*

Nas duas freguesias do Funchal em que o trabalho incide - Santa Maria Maior (rua de Santa Maria) e Sé (rua Dr. Fernão de Ornelas, ruas de João Tavira e Queimadas de Cima e de Baixo) - podemos concluir que a de Santa Maria Maior registou um decréscimo populacional a partir de 1981, sobretudo entre 1991 e 2001. Apesar dos

esforços da Câmara Municipal para fixar população no centro, através da recuperação de várias residências, e da construção de habitação social na zona velha da cidade, a população continua a decrescer, embora na última década essa redução tenha sido menor (Quadro 3).

Na freguesia da Sé, a situação é diferente, dada a importância aí assumida pelo comércio e pelos serviços, com destaque para os organismos do poder local e regional. De facto, segundo informação da Câmara Municipal do Funchal, existem 1,5 habitantes por cada unidade funcional (2009). A população residente conheceu uma quebra muito expressiva entre 1981 e 2001 (-46,6%), mas na última década houve uma recuperação importante (26,6%), correspondente a mais de 500 pessoas. O Presidente da Câmara Municipal do Funchal, em declarações ao jornal local “Diário de Notícias”, de 15 de fevereiro de 2012, lembra que “um dos grandes impedimentos, durante anos, à renovação dos centros históricos foi o congelamento das rendas, que levou a uma acelerada degradação da função habitacional, que se tornou residual nos centros das cidades, verificando-se, hoje em dia, a inversão desta tendência”.

Quadro 3- Evolução da população residente nas freguesias da Sé e Santa Maria Maior (Funchal), 1981-2011

	1981	1991	2001	2011	1981-91	1991-01	2001-11	1981-2011
Sé	4020	3172	2148	2656	-21,1	-32,3	23,6	-33,9
STª Maria Maior	20775	19357	13968	13352	-6,8	-27,8	-4,4	-35,7

Fonte: INE, *Censos da População*.

Acompanhando a tendência da RAM, o Funchal, apresenta uma taxa de natalidade que tem vindo constantemente a decrescer desde 1981 (Quadro 4). Há ainda a salientar que os valores são sempre mais baixos do que os da RAM. Em consonância com estes valores está a distribuição da população por grupos etários no Funchal, pois verifica-se que a população jovem, apesar de ter um peso significativo (14,7 %, entre 0-14 anos), tem perdido importância, reduzindo para quase metade entre 1981 e 2011 (-48,6%). Por outro lado, a população com 65 e mais anos aumentou 65,5% no mesmo período (Quadro 5).

Quadro 4- Evolução da taxa de natalidade (%) no Funchal e na RAM (1981-2010)

	1981	1991	2001	2010*
Funchal	16,9	12,4	12,2	9,2 (2009)
RAM	17,5	13,7	12,9	9,5

Fonte: INE, *Rec. Geral da população 1981. Censos 1991, 2001* e dados preliminares de 2010.

Quadro 5- Repartição da população por grupos etários no Funchal (1981-2011)

Idades	1981	1991	2001	2011	1981-91	1991-01	2001-11	1981-2011
0-14	31908	26197	17658	16405	-17,9	-32,6	-7,1	-48,6
15-64	70018	76288	71777	77581	9,0	-5,9	8,1	10,8
65 e +	10820	12918	14526	17906	19,4	12,4	23,3	65,5

Fonte: INE, *Rec. Geral da população 1981. Censos 1991, 2001 e 2011.*

Na estrutura da população ativa, o setor terciário predomina na região e reforçou o seu peso de 1991 para 2011, correspondendo a 79,8% da população empregada (Quadro 6). No Funchal, a evolução é semelhante, mas o peso do setor em 2011 é ainda superior (86,5%) devido à concentração de diversos serviços relacionados com o turismo, administração pública (incluindo Segurança Social, Educação, Saúde e Apoio Social), banca, sedes de empresas, escritórios, hotéis e restaurantes e comércio retalhista.

Quadro 6 – Evolução da população empregada por setores de atividade (1991-2011)

			Primário	Secundário	Terciário	Total
Funchal	1991	Nº	1030	9998	35656	46684
		%	2,2	21,4	76,4	100,0
	2001	Nº	717	8883	37405	47005
		%	1,5	18,9	79,6	100,0
	2011	Nº	382	5999	40889	47270
		%	0,8	12,7	86,5	100,0
RAM	1991	Nº	16111	26048	55874	98033
		%	16,4	26,6	57,0	100,0
	2001	Nº	8888	26730	69890	105508
		%	8,4	25,3	66,2	100,0
	2011	Nº	3695	18302	86811	108808
		%	3,4	16,8	79,8	100,0

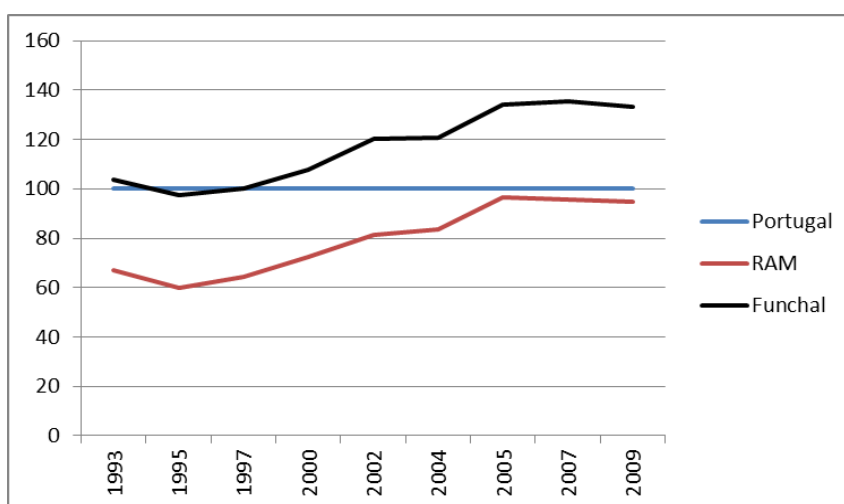
Fonte: INE, *Censos 1991, 2001 e 2011.*

Em 2001, na RAM, o ramo da atividade económica do “Comércio, alojamento, transporte e comunicações” concentrou a maior proporção de população empregada (31,1%), reforçando o peso que tinha em 1991 (28,9%).

No Funchal, o setor secundário decresce, ocupando apenas 12,7% da população empregada em 2001. A Construção Civil e Obras Públicas assume ainda um papel de relevo no emprego (quer do Funchal quer da Madeira), embora o desemprego, nos últimos anos, tenha atingido fortemente estas atividades, esperando-se que a retração seja ainda maior nos próximos anos. Na Indústria Transformadora coexistem atividades de carácter artesanal e viradas para a exportação (bordados, tapeçarias, artigos de vime, etc) sobretudo orientadas para o mercado regional, (moagens e produtos de panificação e pastelaria, os lacticínios, a cerveja e o tabaco).

Embora com reduzida expressão (0,8%) e em perda, no setor primário evidenciam-se as produções da banana, dirigida sobretudo ao consumo local e do Continente português, e do Vinho da Madeira para o mercado internacional.

A afirmação das atividades e profissões do sector terciário foi acompanhada por um crescimento do poder de compra *per capita*, tanto na RAM como no Funchal. Ao nível nacional o indicador sintético do poder de compra *per capita* revela uma associação positiva com o grau de urbanização pelo que não é de estranhar que o município do Funchal apresente um indicador *per capita* acima da média nacional desde 1997 (Figura 12).



Fonte: INE, *Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio*.

Figura 12 - Evolução do indicador *per capita* do poder de compra (1993-2009)

Segundo dados do INE, em 2001, o índice de polarização de emprego¹⁰ para a Região encontrava-se muito próximo de um (0,99), valor explicável pela situação da insularidade. Em 1991, este índice registava o valor 1. O Funchal destacava-se como o centro económico da RAM (apresentando um índice de 1,3), empregando a maior parte da mão-de-obra proveniente de concelhos contíguos. A nível concelhio, o Funchal e o Porto Santo registaram as taxas mais elevadas de saídas de população para outros concelhos (entre 6,0% e 6,5% embora os valores absolutos sejam pouco expressivos no Porto Santo).

Em 2001, quase todos os concelhos da Madeira interagiam com o Funchal, sendo que o sentido dos fluxos era maioritariamente para a capital da Região, ficando clara a grande atração que exerce sobre toda a ilha. Este efeito é mais importante na relação estabelecida entre o Funchal e os concelhos limítrofes de Câmara de Lobos e Santa Cruz, após a melhoria das acessibilidades. Em 2011, segundo os Censos, 27,3% e 35,8% da população residente respetivamente em Câmara de Lobos e em Santa Cruz saíam do respetivo município para trabalhar ou estudar, a maioria no Funchal.

O desemprego, diminuiu bastante no período de 1991 a 2001, tanto no Funchal (passou de 7,5% para 4,8%), como na RAM (desceu de 6,6% para 4,6%) devido aos contributos do turismo e das obras públicas. No entanto, nos últimos anos, acompanhando a situação nacional, o desemprego tem aumentado de forma preocupante. De acordo com as Estatísticas do Emprego do INE, na RAM a taxa de desemprego passou de 7,4% em 2010, para 14,3% em 2011 (3º trimestre) e para 17,5% em 2012 (3º trimestre). Segundo a Europa Eures¹¹, portal europeu da mobilidade profissional, o Centro Regional de Emprego do Funchal tinha 23 741 desempregados, no final de novembro de 2012.

Em 2001, o principal meio de transporte utilizado nos movimentos pendulares dos indivíduos da Região foi o transporte privado (37,2%), tal como a nível nacional. O transporte coletivo representava a segunda opção (36,6%). Comparativamente a 1991, verificou-se uma diminuição acentuada na percentagem de indivíduos que se deslocavam a pé, de 46,0% em 1991 para 25,8% em 2001, em detrimento de um forte

¹⁰ Quociente entre a população empregada numa determinada unidade territorial e a população aí residente e empregada.

¹¹<http://ec.europa.eu/eures/main.jsp?lang=pt&acro=Imi&catId=438&countryId=PT®ionId=PT3&langChanged=true>

aumento na utilização do transporte privado. O transporte coletivo manteve, em 2001, a segunda posição. Este indicador manifesta o hábito cada vez mais comum das pessoas não andarem a pé e o acentuado uso do transporte privado, lesando o ambiente, “apagando” determinadas áreas das cidades da imagem que dela se vai construindo, e prejudicando relação comércio/consumidor/centro de cidade.

Em 2001, 31,5% da população residente não possuía nenhum grau de qualificação académica e 27,6% tinha apenas o 1º ciclo do ensino básico. Em 2011, 9,2% da população residente não possuía nenhum grau de qualificação académica e 31,4% tinha apenas o 1º ciclo do ensino básico. Os baixos níveis de escolaridade refletem-se nos fracos rendimentos, no reduzido interesse pela cultura e, naturalmente, nos padrões de consumo.

Este indicador será também estudado, no que toca à situação dos comerciantes do centro da cidade do funchal. Será, assim, analisada a habilitação literária de cada comerciante alvo do inquérito e feita a sua relação com outros indicadores, como a sua idade e as perspetivas sobre o futuro da atividade.

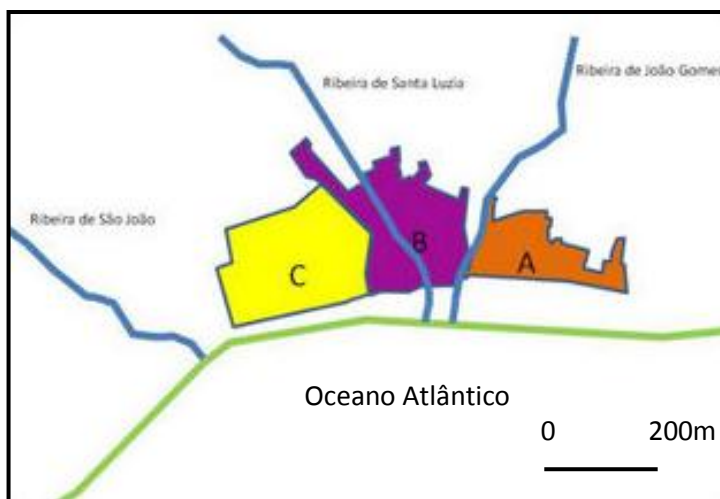
O Funchal, com cerca de 688 alojamentos por km² em 2011, é o concelho com maior concentração de alojamentos, à semelhança do que acontece com a densidade populacional (1461,6 hab./Km²). Neste ano, o Funchal, registava um dos índices de envelhecimento dos edifícios mais elevado, com um valor de 2,6 para uma média de 1,4 para a RAM¹². No centro da cidade do Funchal, este indicador pode ser um entrave não só à reabilitação dos prédios para fins comerciais, como também para habitação, uma vez que uma das situações que pode ajudar a resolver o problema do centro da cidade em termos de falta de residentes é sem dúvida criar condições para incentivar o retorno ou o interesse pelo centro, onde a melhoria das condições de habitabilidade são fundamentais.

2- Crescimento e morfologia urbana do Funchal

A partir da análise de Bettencourt (2010) podemos identificar diferentes áreas de crescimento da cidade. Assim, o núcleo de Santa Maria até à ribeira de João Gomes corresponde à primeira área de crescimento (Figura 13, área A), embora a autora, identifique aqui duas subáreas distintas, com base na orientação dos quarteirões: a

¹² Índice de envelhecimento dos edifícios: relação existente entre o número de edifícios construídos até 1960/número de edifícios construídos após 2001.

primeira é paralela à costa e estruturou-se em torno da rua de Santa Maria e, mais tarde, da rua Nova, localizada a norte daquela; a segunda subárea corresponde à expansão da rua de Santa Maria para nascente, apresentando espaços mais estreitos e perpendiculares à linha de costa. A segunda área de crescimento da cidade é a que se localiza entre a ribeira de João Gomes e a rua do Sabão, estendendo-se para norte pela rua dos Ferreiros (Figura 13, área B). Por último, temos a área de expansão urbana entre a Rua do Sabão e o Mosteiro de São Francisco (atual Jardim Municipal), que corresponde à “cidade manuelina” e que se desenvolveu a partir do Campo do Duque, (espaço da Igreja da Sé e Avenida Arriaga) construído segundo uma estrutura ortogonal regular (Figura 13, área C).



Fonte: Base ortofotomapa de 2004, Câmara Municipal do Funchal.

Figura 13 – Esquema das áreas de expansão da cidade do Funchal

O Funchal do século XVII e XVIII pouco cresceu, verificando-se alguma expansão para norte, ao longo da ribeira de Santa Luzia e para poente. No século XIX, a foi apresentado um projeto, provavelmente da autoria de Oudinot, que propunha a expansão da cidade para oeste. Apesar de nunca ter sido executado, este documento constitui uma primeira tentativa de planificação de crescimento da cidade. Esta expandiu-se, tendo superado os primeiros obstáculos impostos pelo relevo, sobretudo a Oeste, na margem direita da Ribeira de São João, e a Norte, na zona de Santa Clara e dos antigos Moinhos. A abertura de novas estradas facilitou a expansão urbana, mas a cidade permanecia degradada e conservava um cariz “rural”.

No século XX, “o Funchal alargou-se, tendo crescido sobretudo através de um processo de dispersão de pequenas moradias que, com o decorrer do século, acabaram por se espalhar por todo o seu anfiteatro” (Bettencourt, 2010, p.131).

O arquiteto-urbanista Ventura Terra foi o autor do Plano Geral de Melhoramentos para o Funchal, em 1915 à Câmara Municipal. Propunha grandes mudanças a nível do traçado da rede viária, destacando-se “a abertura de uma ampla avenida marginal, que se estendia desde o Forte de S. Tiago até à Ribeira de S. João, prolongando-se depois por uma rua, também ela litoral, até ao Largo de António Nobre. Paralelamente a esta avenida criava uma outra que passava sobre a Praça da Constituição e continuava para Leste até ao Lazareto, passando muito perto do Campo da Barca e para Oeste pelas Angústias até à Estrada Monumental. Mais para o interior e ainda com um traçado sensivelmente paralelo às avenidas, sugeria o alargamento da Rua da Carreira e da atual Rua do Bom Jesus, propondo uma nova praça para o Largo do Colégio” (Bettencourt, 2010, p.136). Partindo da avenida marginal, propunha ainda um conjunto de outras avenidas paralelas entre si, bem como passeios laterais e placas centrais arborizadas. Tal conceção denotava bem a intenção do arquiteto em ter espaços na cidade onde as pessoas pudessem movimentar-se comodamente, conviver, conversar e deste modo valorizar o peão e a cidade, a cidade e o ambiente, a cidade moderna virada para o turismo e o bem-estar dos que nela habitam.

No início do século, anos 20/30 apresentado, o Funchal mantinha ainda uma feição rural. A área mais urbana seria a compreendida entre Santa Maria Maior, Câmara Municipal e o cais. Apesar do Plano de Ventura Terra (que não foi executado) não existiam grandes avenidas que permitissem a circulação fluida quer dentro do Funchal, quer para outros concelhos. (Lopes, 2006). Surge então a figura de Fernão de Ornelas, que chegou à presidência da Câmara Municipal em 1935, responsável pelo grande plano de urbanização da cidade que viria a transformar a capital madeirense, conferindo-lhe modernidade.

As principais obras levadas a cabo prenderam-se com o calcetamento (o mau estado das ruas impossibilitava a normal circulação de pessoas), abertura de ruas e alargamento de outras, a instalação de esgotos, a construção de fontanários, um mercado, um matadouro, bairros económicos e escolas, a distribuição de luz elétrica, a instalação de cabos telefónicos e de sinalização luminosa, a organização do comércio e da indústria (Lopes, 2006).

A modernização da cidade no tempo de Fernão de Ornelas foi muito importante para criar condições de mobilidade e acessibilidade internas. Há a destacar a extensão da Avenida do Mar e das ruas 5 de Outubro e 31 de Janeiro e a abertura de novas vias, com destaque para a rua dos Mercadores, atual rua Fernão de Ornelas (que não existia e foi rasgada de raiz para melhorar o acesso ao mercado municipal, denominado dos Lavradores inaugurado em 1940), e as avenidas Arriaga e do Infante (amplas e com passeios de ambos os lados).

Ao longo do século XX, face à necessidade cada vez maior de a cidade se expandir e de criar condições de habitabilidade e circulação para as pessoas, surgem diferentes planos urbanísticos (Quadro 7), dos quais há a destacar o já referido Plano de Ventura Terra (1915), o Plano de Urbanização para a Cidade do Funchal (1931-33) elaborado pelo arquiteto Carlos Ramos e o Plano de Urbanização do Funchal (1959) da autoria do arquiteto-urbanista João Faria da Costa (Bettencourt, 2010). Na década de 60 surge o Plano de Urbanização do Funchal, elaborado pelo arquiteto José Rafael Botelho. Antes da aprovação deste Plano, a Câmara Municipal do Funchal organizou, em 1969, um Colóquio de Urbanismo, no qual Raul da Silva Pereira afirmou que no Funchal apesar de haver “o predomínio de zonas urbanas contínuas, formando bairros com as suas características próprias, as habitações surgidas posteriormente destacam-se pela sua dispersão, interpenetrando-se as habitações com as terras de cultura. De tal modo que o concelho do Funchal, sendo o mais urbanizado, é também, um tanto paradoxalmente, um dos mais agrícolas” (Pereira, 1969, p.796).

Das medidas referidas neste colóquio Raul da Silva Pereira salientava a importância da criação de novas vias de circulação e a melhoria de algumas das existentes, a renovação das áreas centrais (requalificando núcleos históricos) e novas expansões urbanas “as zonas consideradas: *zona turística e recreativa*, na parte ocidental da cidade (até a Praia Formosa) — a que se julga oferecer melhores condições para um desenvolvimento turístico prioritário ordenado; *zonas residenciais* a nascente do novo quartel e a sul do hospital regional, que apresentam condições propícias a um desenvolvimento predominantemente habitacional, devendo por isso constituir as principais zonas de expansão da cidade num futuro próximo” (Pereira, 1969, p.805). O principal obstáculo, para a execução destas medidas, teria a ver com a dificuldade em dispor dos terrenos necessários para as novas suburbanizações e dinheiro para a criação

das infraestruturas. Com base nestes objetivos e nestas áreas, foi aprovado, em 1972, o primeiro Plano Director do Funchal.

Nos finais do século XX, o Funchal apresentava alguns problemas de acessibilidade ao centro da cidade, nomeadamente os decorrentes da localização do porto comercial muito perto do coração da cidade, ocupação excessiva de serviços na zona histórica o que contribuía para o abandono da habitação e congestionamento de trânsito (Bettencourt, 2010).

Assim, foram traçadas novas linhas de ação que passaram pela deslocalização do porto comercial para o Caniçal e reconversão do porto turístico e pela definição de novas centralidades através da dotação de certas áreas (em termos de equipamentos, atividades, mobilidade) e da requalificação dos núcleos históricos (pedonização, melhoramento dos pavimentos, dos edifícios residenciais e dos estabelecimentos comerciais) para atrair população e turistas.

Um fator muito importante que influenciou a evolução do centro da cidade foi a definição de novas centralidades no Funchal, no âmbito do Plano Diretor Municipal (1997). Entre essas centralidades destacam-se Amparo/Ajuda e Penteadá, resultantes de uma aposta na função habitacional, no comércio e nos serviços e a Madalena, onde se destaca a oferta de comércio de proximidade. O centro da cidade foi, assim, confrontado com a perda de utilizadores, correndo o risco dos seus espaços públicos se esvaziarem, com a emergência dos locais de lazer e de recreio em áreas menos centrais e com o aparecimento de novos espaços “interiorizados” (centros comerciais) que oferecem as funções originárias dos espaços públicos tradicionais.

Em resposta a este novo contexto, a autarquia desenvolveu uma política baseada na criação de condições para voltar a haver habitação, condigna, no centro da cidade, através de incentivos à reconstrução, isenções de taxas e outros benefícios. Para além destas medidas, realizam-se todos os anos uma série de eventos no centro da cidade (a festa do vinho, a festa da flor, o carnaval...), visando atrair pessoas de toda a Região e muitos turistas, nacionais e estrangeiros. Mais recentemente, surgiram a festa do livro, Funchal 500 anos (de elevação a cidade), Funchal Jazz, para além de outras, eventos que contribuem muito positivamente para o comércio e a animação do centro da cidade.

Para além da requalificação de muitos fogos no centro histórico, diversos espaços foram alvo de intervenção, destacando-se a rua 5 de outubro e a área do Plano de Pormenor do Carmo, apostando na combinação de diferentes usos do espaço

(habitação, comércio e serviços). Apesar disto, entre os momentos censitários de 2001 e 2011, as freguesias do centro da cidade perderam população, com exceção da Sé.

Quadro 7 - Planos Urbanísticos do Funchal no século XX

Autor / designação	Data	Principais objetivos
Ventura Terra -Plano de Melhoramentos para o Funchal	1915	Organização e remodelação do centro da cidade quanto à rede viária.
Carlos Ramos -Plano de Urbanização da cidade	1931-33	Abertura de largas avenidas. Continuação da expansão da cidade para oeste.
Fernão de Ornelas -Intervenções Urbanísticas	1935-47	Aposta na modernização, mobilidade e acessibilidade da cidade (de uma forma faseada) tendo por base o Plano de Ventura Terra.
João Faria da Costa -Plano de Urbanização do Funchal	1959	Aposta na modernização da cidade. Destacam-se as obras da Praça do Município e do Edifício da Capitania do porto do Funchal.
José Rafael Botelho -Plano de Urbanização do Funchal.	1968-69	Expansão urbana para Oeste, renovação do centro da cidade, conservação do património urbano natural e edificado, revitalização do centro da cidade e novas vias de circulação.
Câmara Municipal do Funchal -Plano Director do Funchal	1972	Garantir um conveniente apetrechamento urbano, eficiente rede de circulação e comunicações, defender património edificado e natural.
Câmara Municipal do Funchal -Plano Director Municipal do Funchal	1997	Defesa e valorização do património cultural, mobilidade e acessibilidade, criação de habitação, valorização dos espaços públicos e recuperação da orla marítima. Definição de novas centralidades.

Fonte: *Planos Urbanísticos*

3- Evolução recente e estrutura atual do comércio no Funchal

Nesta segunda fase da investigação, fez-se uma recolha de dados de estabelecimentos comerciais existentes e de serviços em ruas pedonais do centro da cidade (rua Dr. Fernão de Ornelas, rua de Santa Maria, rua de João Távira e ruas da Queimada de Cima e de Baixo), para duas datas diferentes. A primeira data escolhida foi 1971, tendo sido possível, a partir de bibliografia consultada fazer uma listagem dos estabelecimentos existentes. Esta data é importante, pois permite-nos reconstituir a estrutura funcional dessas ruas nos derradeiros momentos do Estado Novo e às portas da revolução de abril, antes das grandes mudanças que daí advieram.

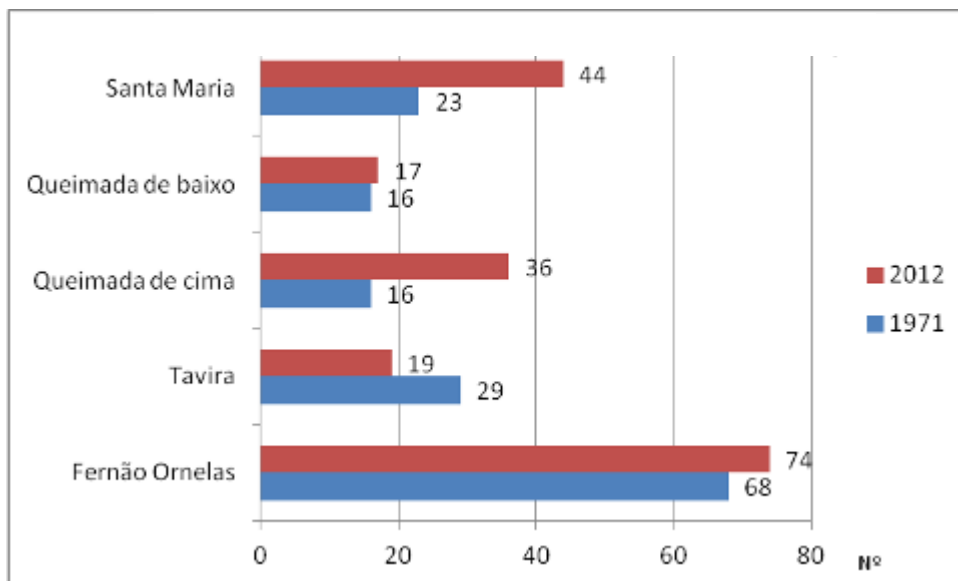
O segundo momento escolhido foi 2012, tendo recorrido a trabalho de campo para contabilizar, porta a porta, as funções de comércio e pequenos serviços existentes. A data foi escolhida para tentar compreender os efeitos da pedonização e retratar o comércio do centro do Funchal, no auge de uma crise económico-financeira, de grande

austeridade, com desemprego, subida de impostos, baixa de salários e pensões, com efeitos diretos e nefastos na atividade comercial.

A informação recolhida para as duas datas mencionadas foi organizada de acordo com a classificação do comércio retalhista e dos serviços, proposta por Barata Salgueiro (1996).

3. 1- Evolução recente com base em três exemplos de áreas pedonais

As áreas sobre as quais incide este estudo são (a) a rua Dr. Fernão de Ornelas; (b) o conjunto formado pelas ruas de João Tavira e as Queimadas de Cima e de Baixo; (c) a rua de Santa Maria. A repartição dos estabelecimentos de comércio e serviços revela que a maior parte se localizam na rua Dr. Fernão de Ornelas, quer em 1971, quer em 2012 (figura 14). A sua localização e o facto de atribuir maior importância à circulação pedonal, sem estar totalmente encerrada ao trânsito, podem justificar a sua relevância como eixo comercial do centro do Funchal. A rua de Santa Maria, passou de 23 estabelecimentos em 1971, para 44 em 2012, mas há que referir que em 2009, eram apenas 24, pelo que o grande desenvolvimento ocorreu só nos últimos anos com uma aposta forte na revitalização dos espaços, através de animação de rua, recuperação de imóveis e conclusão em 2011, do processo de pedonização do seu trajeto principal, garantindo a passagem diária, de uma forma cómoda, a muitas pessoas. Já a rua de João Tavira parece, ano após ano, definir cada vez mais, pois apesar da sua localização e de estar pedonizada, não tem animação de rua e torna-se insegura, sobretudo após o encerramento dos estabelecimentos. Entre as ruas da Queimada de Cima e da Queimada de Baixo, destaca-se a primeira por ter duplicado o número de estabelecimentos e apostado na diversificação da oferta. A Queimada de Baixo, entre 1971 e 2009 registou uma quebra de 16 para 11 estabelecimentos, embora entre 2009 e 2012, tivesse recuperado para 17. Nestas ruas o setor da restauração foi dos que mais cresceu, em resultado da pedonização que favoreceu a instalação das esplanadas.



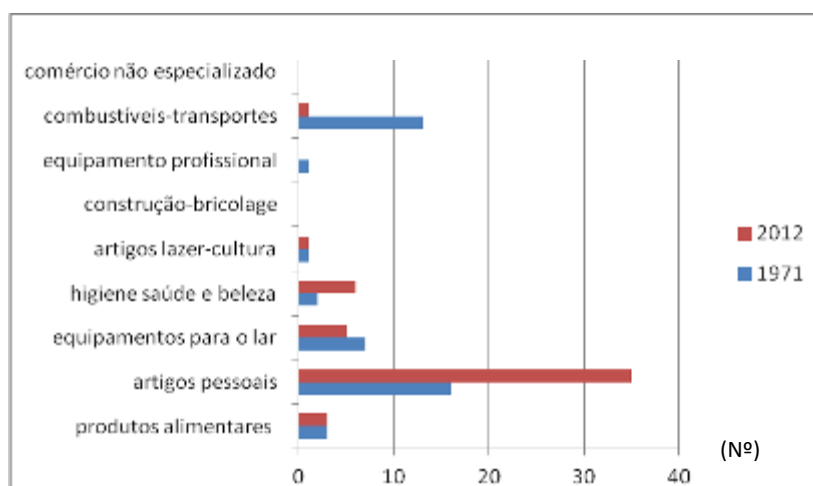
Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

Figura 14- Estabelecimentos de Comércio e Serviços, por ruas (1971 e 2012).

Em 1971, na rua Dr. Fernão de Ornelas dominava o comércio de artigos pessoais, com 16 estabelecimentos, seguido dos combustíveis-transportes com 13 (figura 15). Destacavam-se ainda os estabelecimentos ligados à importação e exportação, que tinham muitos dos seus escritórios sediados nesta rua (na altura era comum a existência de um agente comercial, que servia de intermediário entre produtores e consumidores). As lojas de retrosaria, tecidos e lãs, (9), estavam bem representadas, seguindo-se as ourivesarias e relojarias, (4). Nesta altura, o mais usual era a venda de tecido a metro, e de todos os materiais necessários para que depois fosse feito o fato ou o vestido, normalmente em casa, dada a pouca relevância do pronto-a-vestir. Não havia, nesta altura, lojas de calçado na rua. Os produtos alimentares estavam pouco representados.

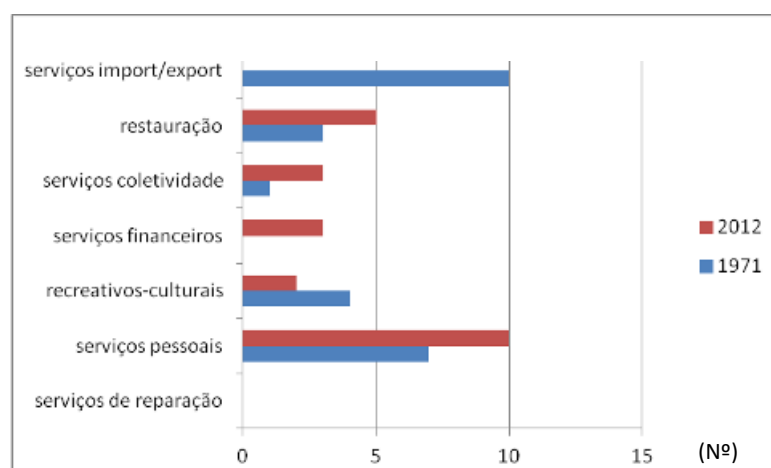
Em 2012, destaca-se o desaparecimento dos estabelecimentos ligados à importação e exportação, uma vez que os intermediários perderam importância no abastecimento, já que grande parte das suas funções foram integradas pelas grandes distribuidoras. Os combustíveis-transportes também perderam relevância, com o encerramento e/ou mudança de rua de alguns *stands* e lojas de peças, anteriormente existentes. O facto de a rua ter reforçado a circulação pedonal, reduzindo para uma faixa a circulação automóvel, ajuda a compreender esta mudança. O setor ligado aos artigos pessoais continua a dominar na rua (grande representação das lojas de vestuário - 13, ao

contrário das de retrosaria, tecidos e lãs). As ourivesarias e relojarias assumiram importância crescente na rua, no último ano, com a abertura de 5 lojas de compra e venda de ouro e metais preciosos, reflexo da atual conjuntura de crise económica. Estes valores relativos a 2012, vão ao encontro das conclusões de Gomes (2000) com base no levantamento funcional, realizado no centro do Funchal em 1997, o qual mostrou uma clara predominância dos estabelecimentos ligados aos artigos pessoais, com cerca de 40% do total no comércio de rua e dentre os artigos pessoais quase 60% pertencentes ao vestuário.



Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

Figura 15- Estabelecimentos comerciais na rua Dr. Fernão de Ornelas, por ramo de atividade (1971 e 2012).

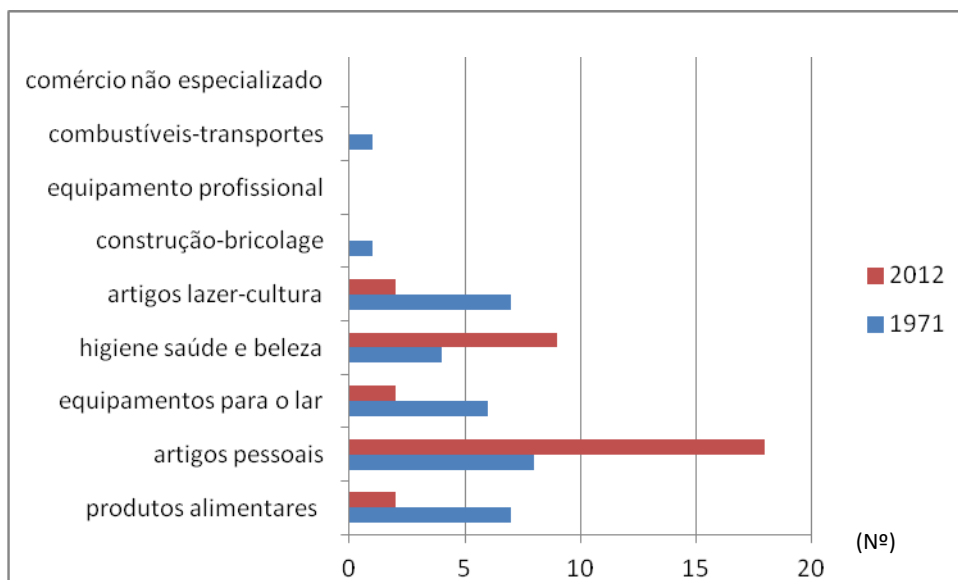


Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012

Figura 16- Estabelecimentos de Serviços na rua Dr. Fernão de Ornelas, por ramos de atividade (1971 e 2012).

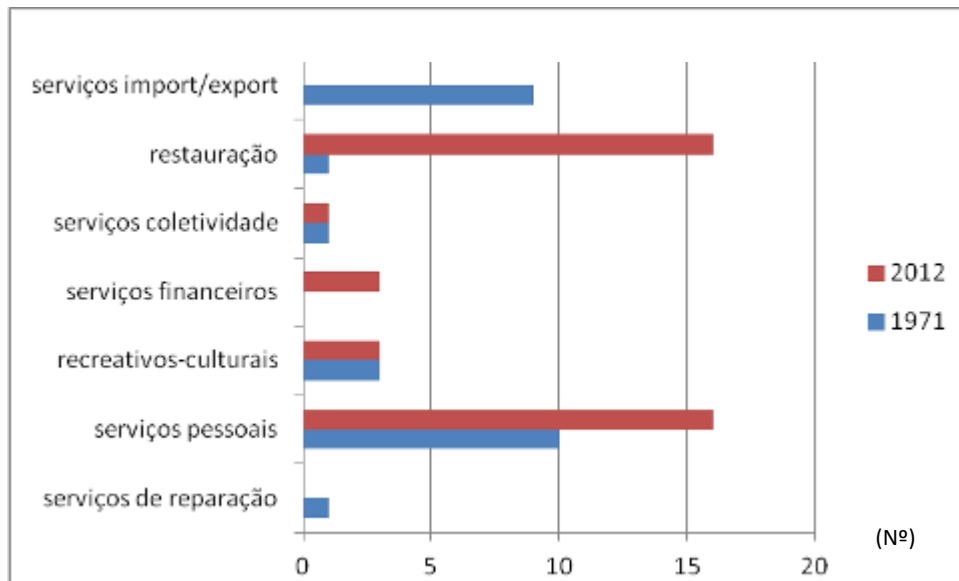
No espaço pedonal constituído pelas ruas de João Távira e das Queimadas de Cima e de Baixo, em 1971, a nível do comércio, destaca-se a venda de artigos pessoais (vestuário), artigos de lazer e cultura (fotógrafo, papelarias e artigos religiosos), produtos alimentares e por fim, equipamento para o lar (artesanato). Na rua de João Távira sobressai a representação das farmácias (figura 17). Nos serviços, predominavam os de natureza pessoal, ocorrendo uma concentração de barbearias, especialmente na rua da Queimada de Baixo (figura 18). Os serviços de importação e exportação também tinham importância.

No ano de 2012, com a pedonização e a possibilidade de colocação de esplanadas, o espaço tornou-se mais atrativo e a restauração conheceu grande desenvolvimento. Os serviços pessoais também se expandiram bastante, sobretudo cabeleireiros e estéticas na rua da Queimada de Cima. Na rua da Queimada de Baixo, predominam as lojas de vestuário e na de João Távira as farmácias e as óticas continuam a marcar presença. As barbearias desapareceram (ou deram lugar a cabeleireiros), bem como os serviços de importação e exportação. Por fim, os produtos alimentares (dada a concorrência dos vendedores ambulantes na rua), os artigos de lazer e cultura (devido à concorrência) e o equipamento para o lar (desaparecimento de várias casas de bordados e de eletrodomésticos após a pedonização da rua, dada a dificuldade na carga e descarga) contam apenas com dois estabelecimentos.



Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

Figura 17- Estabelecimentos comerciais na rua de João Távira e Queimadas de Cima e de Baixo, por ramos de atividade (1971 e 2012).



Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

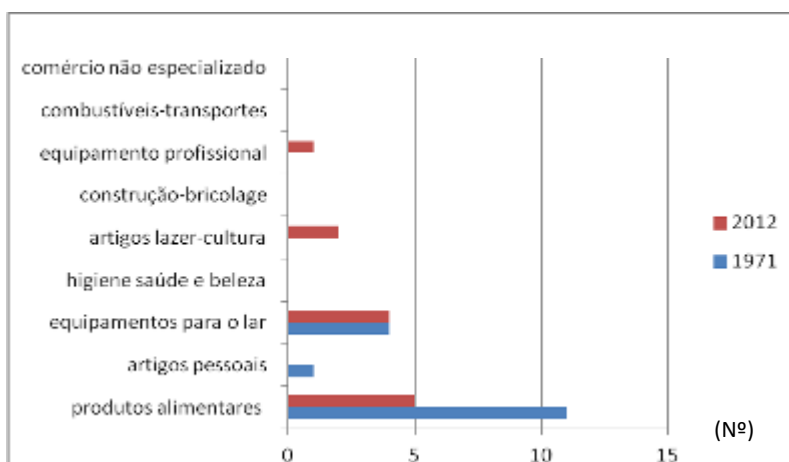
Figura 18- Estabelecimentos de Serviços na rua de João Távira e Queimadas de Cima e de Baixo, por ramos de atividade (1971 e 2012).

Na rua de Santa Maria, em 1971, a oferta comercial era dominada pelos produtos alimentares (figura 19). Era uma rua que tinha muitos residentes na envolvente, os quais tinham uma relação de confiança forte com os comerciantes deste eixo. Dos 11 estabelecimentos alimentares, 9 eram mercearias¹³; o equipamento para o lar, detinha 4 estabelecimentos (artesanato) e os artigos pessoais (loja de fazendas), apenas um. Os serviços pessoais contavam com dois estabelecimentos (duas barbearias) e a restauração estava representada por uma pastelaria (figura 20). Para o ano de 2012, as figuras 19 e 20, mostram que houve uma alteração do perfil funcional da rua, relacionada com o processo de pedonização e com a mudança de imagem (animação cultural através de festas e iniciativas como a pintura de portas que tantos turistas atrai).

Assim, beneficiando da conclusão recente do processo de pedonização, a restauração predomina em larga escala, com vinte estabelecimentos. Quanto aos outros ramos, importa referir a existência de cinco estabelecimentos de produtos alimentares (duas mercearias), dois de serviços pessoais (cabeleireiros) e a manutenção (atípica) de um estabelecimento grossista, numa rua pedonal, relativamente perto do centro da

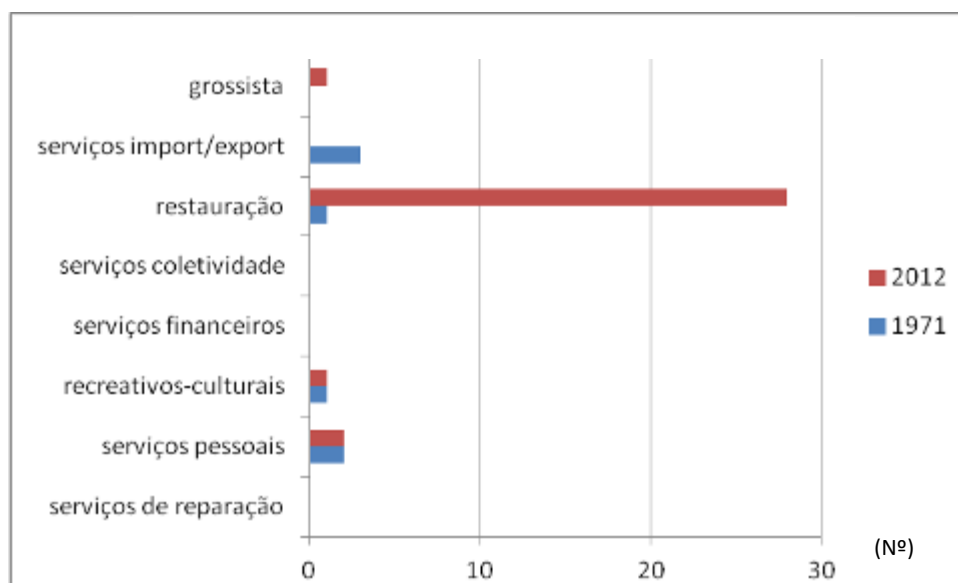
¹³ O “minifundismo” é uma característica do comércio tradicional, em particular no ramo alimentar. A proliferação de pequenas mercearias, lugares de venda de fruta, talhos, etc, antes da entrada das grandes empresas de distribuição alimentar, que se inicia timidamente no final da década de 1960.

cidade, ainda que o seu aspeto degradado e a reduzida quantidade de produto à venda faça prever um fim para breve.



Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

Figura 19- Estabelecimentos comerciais na rua de Santa Maria, por ramo de atividade (1971 e 2012).



Fonte: Anuário Comercial de Portugal, 1971 e levantamento funcional fevereiro de 2012.

Figura 20- Estabelecimentos de Serviços na rua de Santa Maria, por ramos de atividade (1971 e 2012).

A comparação dos atuais estabelecimentos de comércio e serviços com os que existiam em 1971, revela mudanças mas também algumas persistências. Dos atuais 190

estabelecimentos, 21 já existiam naquela data, 14 dos quais na rua Dr. Fernão de Ornelas. Dentre estes, 3 são ourivesarias e 2 são cabeleireiros.

O comércio de artigos pessoais mantém-se dominante e reforça a sua posição na rua Dr. Fernão de Ornelas e no espaço pedonal constituído pelas ruas de João Távira e Queimadas de Cima e de Baixo. Nestes dois espaços os serviços pessoais são os mais importantes e a restauração também ganhou peso. A rua de Santa Maria após a pedonização, revela tendência para a especialização na restauração, com perda de importância da oferta alimentar e ligeiro reforço do equipamento para o lar.

Na evolução das funções foi possível detetar a afirmação do equipamento pessoal e dos serviços pessoais, a perda de importância dos serviços relacionados com a importação/exportação e o reforço da restauração. Algumas funções adaptaram-se às novas exigências dos consumidores: as lojas de fazendas evoluíram para estabelecimentos de pronto-a-vestir; algumas barbearias transformaram-se em cabeleireiros ou salões de beleza, uma loja de venda de pneus e câmaras-de-ar, diversificou para peças de automóveis, houve mercearias que deram lugar a bares/garrafeiras e restaurantes.

Em geral, estas ruas pedonais do centro do Funchal evoluíram no sentido semelhante ao verificado em muitos outros centros de cidade, ou seja, decréscimo das unidades de venda de produtos alimentares (nomeadamente de mercearias), encerramento de lojas de materiais de construção, armazéns e oficinas. Mas as que ficam são lojas que já fazem parte do dia-a-dia de várias gerações de Funchalenses, adquirindo o cunho de lojas de tradição, embora a maior parte lute com grande esforço para se adaptar aos tempos modernos, às novas formas assumidas pela concorrência e aos novos hábitos e comportamentos de compra dos consumidores.

3.2- O aparelho comercial no centro da cidade

No centro do Funchal, os estabelecimentos ligados à venda de artigos pessoais, têm um peso muito importante ocorrendo uma grande concentração na freguesia da Sé. Além da concentração comercial, importa destacar o exagerado número de estabelecimentos que, podendo dar a imagem de uma intensa vida urbana, acabam também por criar uma concorrência excessiva. Gomes (2000), cita R. Rodrigues, para referir que este aspeto já se fazia sentir nos anos 50 e acrescenta que ”dispor a Madeira de perto de 4000 estabelecimentos, entre os quais 1080 agentes ou comissários de

fabricantes estrangeiros, nacionais e produtos ultramarinos” (2000, p.43), e ainda por cima a maior parte situada na cidade do Funchal, principalmente no centro, é sem dúvida um fator preocupante. Em dezembro de 2011, o Diário de Notícias, considerava que a Madeira possuía lojas para um milhão de habitantes (Diário de Notícias, 20 de dezembro de 2011). Referia ainda um estudo na posse da Associação de Comércio e Serviços que concluía que a Madeira possuía um centro comercial a mais e em termos de distribuição alimentar precisava apenas de metade das lojas para satisfazer a procura¹⁴. A consequência deste excesso de oferta, é o encerramento de lojas no centro do Funchal, gerando mais desemprego e menos rendimentos. A Associação defendia, na altura, um Plano de Ordenamento do Comércio, para evitar acréscimo de oferta no futuro, ou seja, o licenciamento de novos espaços deveria atender à oferta já existente na zona. Lino Abreu, presidente da Associação, afirmava ainda, que por cada posto de trabalho criado num centro comercial, havia 1,7 postos de trabalho que desapareciam no comércio local e que se trocava um posto de trabalho estável, por um instável. Contestava ainda numa altura de crise e contenção, o facto de a Direção de Comércio e Indústria, pouco fazer para incentivar a modernização do comércio no centro da cidade. Num estudo da Direção Regional de Comércio da Madeira (2002), sobre o comércio tradicional, para avaliar as suas potencialidades, competitividade e aspetos a melhorar, concluía-se que os consumidores valorizam cada vez mais a qualidade e a diversidade, aumentando a exigência na compra, o que pressupõe a adoção de medidas pelo comércio tradicional ou o seu encerramento torna-se inevitável. As principais palavras para identificar o comércio tradicional, foram: hábito, antiguidade, espaço escuro, gerido por pessoas mais velhas, inexistência de estética na arrumação dos produtos e localizado na baixa da cidade. Mais positivo é o fator de diferenciação do comércio tradicional, baseado na relação que se cria entre comerciante e consumidor. O comércio tradicional apresenta como fatores mais favoráveis nas lojas especializadas do ramo não alimentar a confiança, a segurança na compra, a qualidade, a acessibilidade e o atendimento (personalizado) especializado. O menos favorável é o horário (rígido e não acompanhando o praticado em lojas de *franchising* ou centros comerciais), o preço (os produtos são mais caros na maior parte dos casos), a falta de estacionamento perto das

¹⁴ Embora tratando-se de um exagero, o facto é que há lojas a mais no Funchal, apesar de a sua população ultrapassar os 110 mil habitantes e ser visitada diariamente por muitos turistas.

lojas (dificulta o transporte de produtos desde a loja até ao carro), o facto de ter de repartir as compras por várias lojas (no centro comercial está tudo concentrado) e as atitudes de alguns empregados (sobretudo a demora no atendimento). Para os consumidores as condições para o aumento e/ou manutenção das compras no comércio tradicional seriam a existência de mais variedade de produtos, mais competitividade nos preços, modernização dos estabelecimentos, maior facilidade de estacionamento, melhor arrumação das lojas, melhor atendimento, mais serviços aos clientes, mais competências técnicas, mais comodidade na compra (telefone e entregas em casa).

Há uma necessidade crescente do comércio tradicional se renovar para atrair e manter clientes (renovação das lojas, fidelização de clientes, por exemplo). Esta renovação terá de envolver os comerciantes, as associações de comerciantes e poder local, que também pode dar o seu contributo através principalmente da melhoria das acessibilidades e redução de impostos/taxas.

Quanto ao local da cidade escolhido onde o comércio tradicional é mais reconhecido e apreciado é a Baixa do Funchal, quer por residentes quer por turistas. O estudo considera a Baixa ou centro do Funchal como uma força aglutinadora para o comércio tradicional, com um impacto semelhante ao de uma marca. A Baixa é associada também a momentos de lazer, possuindo forte capacidade de atração de turistas que a elegem como destino de visita e de compras (Direção Regional de Comércio, 2002).

Em artigo de 13 de agosto de 1997, o Diário de Notícias da Madeira, fazendo menção à zona histórica da Sé, denominava-a, em termos comerciais, como “Centro comercial ao ar livre”. De referir sobre este aspeto, que o Funchal, mercê de um clima ameno, durante uma boa parte do ano, se apresenta com uma clara vantagem para poder usufruir deste “Centro Comercial a Céu Aberto”, ainda que, para tal, seja necessário, aumentar a atração do centro urbano, através de uma estrutura de gestão público-privada. Assim, seria necessário implicar todos os agentes do centro da cidade, ou de uma rua/conjunto de ruas, por exemplo, com uma conceção global de oferta comercial, serviços, cultura e ócio, envolvendo uma grande participação (financeira) pública. Quanto ao comércio do centro do Funchal, e pelo que nos foi dado conhecer pelas conversas mantidas com vários comerciantes e através dos questionários, a maior parte tem uma visão muito individual do seu negócio, e mesmo que a sua visão seja mais

ampla, o “centro comercial a céu aberto” terá imensa dificuldade em ser posto em prática, devido à falta de capacidade de investimento dos comerciantes.

No que à rua Dr. Fernão de Ornelas, diz respeito, e ao comércio tradicional, em particular, importa referir, alguns estabelecimentos que, pela sua importância no negócio, bem como para a identidade do próprio centro da cidade, se mantêm, de pedra e cal, desde há muitos anos, fazendo parte do imaginário de referência, de muitos Funchalenses. O primeiro é a Casa Amorim, sita no número 20 do prolongamento da dita rua no largo do Phelps, desde 1949, no ramo dos artigos pessoais, (pronto a vestir). Em 1950 surgiu a Casa Chinesa, loja de retrosaria, sita no número 62, e que apesar das dificuldades, mantêm-se fiel, ao figurino que tinha à data da fundação, tendo realizado poucas alterações. Anterior a 1968, é a Casa das Noivas, no número 45 da rua, onde continua a vender tecidos a metro. O número 71, propriedade do Grupo Sá, acolhe a Pérola dos Cafés que em 1956, depois de ter sido camisaria mudou de ramo; é um bom exemplo do que uma mercearia nos dias de hoje ainda pode oferecer a quem a visita: o sorriso, o saber atender de quem recebe, a qualidade dos produtos, os odores que contentam, mesmo quem passa na rua. O já citado jornal, publica ainda, que na data de abertura da rua, “reparando que as pessoas passavam mais no passeio de baixo, do que no de cima, o Sá comprou a Pretinha do Café, no número 78, (do outro lado da rua) que era uma loja de loiças”. Esta loja teria o mesmo destino que a anterior, ou seja venda de produtos alimentares, dos quais salientamos o café. Os principais fregueses de antigamente, da rua e do seu comércio, eram pessoas da cidade, mas do campo vinha também muita gente. Era aqui que as pessoas adquiririam os bens de que necessitavam, uma vez que não abundavam em quantidade e qualidade noutros pontos da ilha. Com o tempo, as vendas foram caindo, pois abriram outros estabelecimentos, mais modernos e mais baratos, os hábitos mudaram, as mentalidades também, e os donos das lojas optaram pela especialização. Hoje encontram-se envoltas numa crise sem precedentes, cuja solução pode passar pela mudança de ramo, obras de remodelação do próprio edifício, especialização, montras e interiores mais apelativos, embora se sintam cansados da situação e, no geral, pouco abertos à mudança e ao investimento. “...o comércio hoje ou é bom ou é mau, ou seja, independentemente da sua forma, do contexto onde se insere para nós o fundamental é saber o seu modo de atuação” (entrevista com o presidente da Mesa da Associação de Comércio e Indústria do Funchal, Dr. Assis Correia, 2011).

4- Urbanismo comercial e pedonização do centro do Funchal

4.1- A experiência do urbanismo Comercial do Funchal

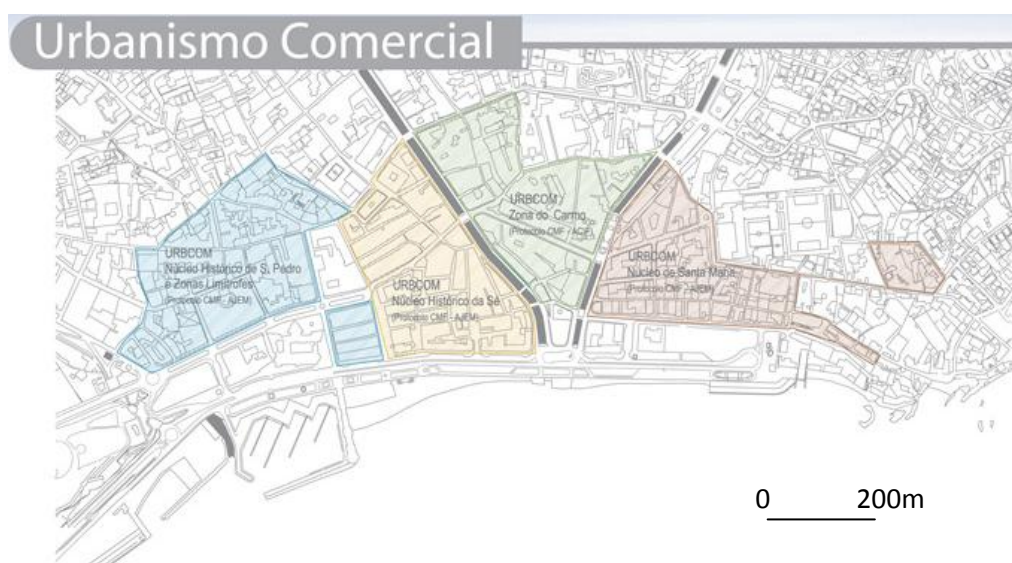
No Funchal, a Câmara Municipal e a Associação de Jovens Empresários, implementaram o PROCOM no núcleo histórico da Sé e posteriormente no de S. Pedro, que se traduziram numa requalificação de estabelecimentos comerciais e em várias intervenções no domínio público, incluindo o desenho urbano, pavimentação, iluminação, mobiliário urbano e sinalética. Para além destas intervenções, foi feita divulgação, promoção e animação comercial, tendo como objetivo a revitalização do comércio existente e do próprio centro da cidade.

Os núcleos históricos, pela sua importância na matriz original do tecido urbano, contribuem para a definição da identidade da cidade e dos seus habitantes e para reforçar a sua capacidade de atração. O comércio tradicional tem um ritmo que dificulta a sua adaptação às mudanças sociais rápidas e profundas e os comerciantes (salvo raras exceções) têm um perfil que não lhes permite encontrar soluções para responder à agressividade da concorrência de centros comerciais, cadeias internacionais de lojas, redes de *franchising*, e de venda eletrónica. Para os centros das cidades e os núcleos históricos, que sofrem com o afastamento de moradores e consumidores em favor dos núcleos suburbanos e das grandes superfícies comerciais da periferia, as políticas orientadas para a regeneração urbana e comercial são encaradas com otimismo. A maior parte das soluções conhecidas neste domínio assentam na cooperação entre autarquias, associações comerciais e empresários, e reclamam o envolvimento dos cidadãos na reabilitação e manutenção dos velhos centros e lugares históricos. No caso específico do núcleo histórico da Sé, a sua revitalização no âmbito do PROCOM, através de incentivos e investimentos resultou no esforço do seu papel como lugar de encontro, ocupação de tempos livres e opção em termos de consumo (Jovens Empresários da Madeira, 2000).

Em dezembro de 2005, o Jornal da Madeira noticiava, a respeito do URBCOM, que se pretendia revitalizar a zona do Carmo (freguesia da Sé), para aumentar a sua atratividade. A área de intervenção prevista contemplava as ruas 31 de Janeiro, Visconde de Anadia, Dr. Fernão de Ornelas, Bom Jesus, São João de Deus e Praça da Autonomia, incluindo 15 arruamentos e 233 estabelecimentos comerciais. O Plano previsto para as áreas entre o Carmo e o Mercado dos Lavradores, datado de 1999, mas com sucessivos adiamentos, previa nesta altura contactar os empresários para serem

recolhidos os projetos de cada um, para avançar com as obras. Durante o ano de 2006, procedeu-se à revitalização de toda a área, incluindo a rua Dr. Fernão de Ornelas.

Assim, em 2006, o programa previsto para a freguesia da Sé (incluindo as ruas de João Tavira, Queimada de Cima e Queimada de Baixo) no âmbito do URBCOM (Figura 21), estava em fase de conclusão, faltando apenas a colocação de sinalética, e era apontado como um caso de sucesso. Foi um programa que levou à requalificação de estabelecimentos comerciais, ao encerramento de ruas ao trânsito e à introdução de mobiliário urbano, entre outros. Na freguesia de São Pedro (incluindo Santa Clara), em 2006 decorria ainda, a colocação de algum mobiliário urbano e de sinalética. Na freguesia de Santa Maria (inclui a rua de Santa Maria) estava igualmente prevista a colocação de sinalética e melhoria da iluminação pública, tal como no Carmo onde se previa ainda alterar o pavimento. Assim, entre 1990 e 2006, a Câmara Municipal do Funchal, investiu 29 milhões de euros em obras de renovação e requalificação urbana do centro histórico (recuperação de pavimentos, calcetamentos integrais, construção e/ou alargamento de passeios, recuperação de fachadas e até construções de raiz). Na rua de Santa Maria procedeu-se à recuperação do pavimento.



Fonte: Câmara Municipal do Funchal

Figura 21 – As áreas de intervenção nos projetos de urbanismo comercial (URBCOM) no Funchal

Em entrevista realizada ao vice-presidente da Câmara Municipal, constatamos que a cidade do Funchal, nas últimas duas décadas assistiu a três fatores que foram

fundamentais na sua evolução (a requalificação urbanística, a criação das grandes superfícies comerciais e a definição de novas centralidades). Sendo uma das cidades com maior número de candidaturas a projeto de urbanismo comercial (PEUC/PROCOM e PUC/URBCOM), segundo o autarca, assistiu-se a uma verdadeira revolução no que respeita à requalificação urbanística, beneficiando da parceria entre o investimento público e privado.

Deste modo, em várias ruas do centro da cidade verificou-se desde finais dos anos 90, a requalificação dos pavimentos com calçada portuguesa e a renovação e colocação do mobiliário urbano, na sequência de decisão política de encerrar ao trânsito diversas artérias da cidade. Assim, segundo declarações do autarca 29 ruas da cidade estão fechadas ao trânsito (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009), definindo um circuito pedonal com cerca de 4 km.

Na mesma época uma outra ocorrência viria a ser determinante para a evolução da cidade e do seu comércio, que foi a implantação de grandes superfícies comerciais na periferia. Primeiro foi o *Madeira Shopping* (2001), localizado em Santa Quitéria, na freguesia de Santo António e depois o *Forum Madeira* (2005), localizado na Estrada Monumental, na freguesia de São Martinho, ambos contribuindo decisivamente para mudar hábitos de compra e incutir uma nova dinâmica comercial fora do espaço central da cidade. Há ainda um terceiro fator que influenciou a evolução do centro da cidade que foi a definição de novas centralidades no Funchal, como foi referido anteriormente.

Outro dos grandes problemas, segundo Bruno Pereira, foi a contestação de populares e principalmente dos comerciantes no que toca ao desenvolvimento dos espaços pedonais. A medida, quando começou a ser implementada na capital madeirense, “não foi consensual, como qualquer outra que implique alteração da vivência dos cidadãos” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). São exemplos a rua da Alfandega e Avenida Arriaga, que foram fechadas em 2006, e provocaram alterações no negócio dos comerciantes, gerando, por isso grande oposição. “Mas agora, na generalidade, as pessoas concordam que foi uma mais-valia para a cidade, visto que a tornou ambientalmente mais limpa, do ponto de vista da emissão de gases, e a tornou mais segura, pois verificou-se uma redução no número dos acidentes rodoviários e atropelamentos” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

Destaca que o município do Funchal apostou na restrição dos locais de estacionamento livre, algo que veio beneficiar o comércio, “porque antes as pessoas

paravam o carro todo o dia e agora são rotativos, o que é uma mais-valia para o comércio no centro da cidade” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). Por outro lado, foi introduzida a tarifa com valores diferenciados para os estacionamento – os preços são mais elevados quanto mais perto estiverem do centro, o que permite “maior rotação, mais pessoas no comércio e estacionamento mais disciplinado, e mais cidadãos a circular a pé na cidade, aumento dos espaços de restauração e bebidas em algumas artérias, em esplanadas” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009), o que demonstra, para Bruno Pereira, os benefícios de uma política pedonal sustentável como a que foi implementada no Funchal.

O autarca admite que existem algumas desvantagens para os comerciantes, consoante os sectores de atividade, sobretudo para carga e descarga de mercadorias mais volumosas e pesadas por parte dos fornecedores, ou entrega de mercadorias ao cliente final (no caso por exemplo da venda de móveis), tendo a autarquia pré-definido horários para estes casos.

O vice-presidente do município argumenta que a “realidade de uma cidade é sempre dinâmica” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009), pelo que a Câmara Municipal prefere não encerrar integralmente as ruas, “porque pode representar um problema para a segurança” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009). “É necessário um certo equilíbrio entre encerrar uma rua e ter movimento suficiente, para que, por exemplo, à noite não existam situações de insegurança por ser uma artéria deserta” (*Jornal i*, 2 de agosto de 2009).

Outra questão que está a ser estudada mas encontra oposição e contestação por parte dos comerciantes do centro do Funchal é o reequacionamento dos horários de abertura dos estabelecimentos, principalmente no que respeita ao domingo, o que já acontece com as grandes superfícies comerciais. Ainda neste ponto, a abertura ao sábado à tarde em algumas ruas, poderá também impulsionar o pequeno comércio. Já mais avançada está a questão da abertura à hora de almoço, pois já é praticada por muitos comerciantes e com proveito. Para finalizar este ponto, há ainda alguns comerciantes (poucos) que defenderam uma flexibilização diária do horário de trabalho, na qual já não era viável, abrir portas às 9h da manhã, como habitual, abrindo então uma hora mais tarde e prolongando essa hora no encerramento ao fim do dia, para aproveitar a saída de possíveis consumidores do seu local de trabalho.

Outra medida que tem beneficiado o centro da cidade e o seu comércio, é a boa articulação entre a Câmara Municipal do Funchal e as Associações Empresariais,

visando a valorização e promoção do espaço em questão, pois tem contribuído decisivamente para a atração de população. Assim, temos como exemplo na zona histórica da cidade ou “zona velha”, o Festival *On Bay* (que teve o seu primeiro evento em 2006, realizado habitualmente em meados de julho) promovido pelo Hotel aí instalado; trata-se de um evento de arte (Pintura, Escultura, Retrato, Banda Desenhada, Artes Circenses, Música, Artesanato, Fotografia, Dança, Design, Multimédia), num projeto de solidariedade social, que atrai e leva muita população nesses dias para o centro da cidade. É um evento com financiamento privado e apoio logístico da autarquia, através da cedência e montagem do palco e limpeza da área.

A Câmara Municipal do Funchal sendo entidade licenciadora do comércio, pode apoiar os comerciantes através da redução de diversas taxas e de benefícios fiscais. Pode funcionar ainda como agente facilitador da articulação entre as diversas entidades.

Sobre os próximos projetos do município do Funchal nesta área, Bruno Pereira destaca que para melhorar o tráfego pedonal a escolha poderá recair em retirar faixas de rodagem, aumentando os passeios e dando mais mobilidade a todos os cidadãos, em particular dos que têm necessidades especiais.

A propósito das intervenções já feitas pelo município, dá como exemplo a principal rua comercial da cidade, a Fernão de Ornelas, que tem agora apenas uma faixa de rodagem e cujos passeios foram alargados. Refere ainda o projeto que está a ser desenvolvido na estrada Monumental, na zona hoteleira, que passa pela construção de uma ciclovia, que com o tempo vai “chegar ao centro da cidade”, e articular-se com o espaço pedonal¹⁵.

4.2- As ruas comerciais pedonais da cidade (casos estudados)

“Em 1946, com o calcetamento das ruas e o aumento da circulação viária na cidade, em breve surgiram inúmeros problemas e mesmo atropelamentos. A Câmara e a Polícia de Segurança Pública elaboraram então uma circular¹⁶, vinculada pelo comandante daquela força no Funchal, empenhado em regularizar o melhor possível o trânsito de peões na via pública, com o fim de evitar ao máximo os constantes acidentes de viação. A circular aconselhava assim: que se deveria andar sempre sobre os passeios

¹⁵ A opinião do autarca é baseada na notícia de 2 de agosto de 2009 da versão online do *Jornal i* e também de entrevista feita em novembro de 2011.

¹⁶ CR 1946. Circular de 18 de mai., of. De 31 de mai. (Carita, R., 2003, 37).

e tanto quanto possível pela direita do seu itinerário; não atravessar a rua despreocupadamente, devendo fazê-lo na perpendicular; evitar aglomerações de pessoas nas esquinas e passeios; em passeios estreitos e precisando de falar com alguém, procurar a entrada de uma porta livre para evitar o impedimento do trânsito pelos mesmos e nas ruas que não possuam passeios, procurar as bermas. Não se deveriam ainda tomar nem apejar das camionetas em marcha, não estacionar junto das esquinas e em locais movimentados, e nos cruzamentos, seguir as indicações dos sinaleiros” (Carita, R., 2003, 37).

Como se pode constatar pela circular da década de 1940 acima referida, as situações de conflito entre trânsito e peões eram já eram motivo para tomada de decisões. Volvidos quase 70 anos, com a massificação do transporte automóvel na cidade a situação já não se consegue resolver apenas com circulares, exigindo um esforço concertado por parte do poder local e regional, no sentido de adotar políticas que favoreçam a cidade, as suas gentes e as suas atividades em consonância com o uso do automóvel.



Fonte: Site da Câmara Municipal do Funchal

Figura 22- Ruas pedonais da cidade do Funchal

1- Rua dos Aranhas; 2- Avenida Arriaga; 3- Tavira e as transversais Bispo e Queimadas de Cima e de Baixo; 4- rua dos Ferreiros; 5- rua da Carreira; 6- rua Fernão de Ornelas (semi-pedonal); 7- rua de Santa Maria e transversais; 8- rua dos Murças; 9- rua da Alfândega; 10- rua do Sabão; 11- rua do Esmeraldo; 12 rua dos Tanoeiros; 13 rua da Sé; 14 rua do Aljube (semi-pedonal); 15 rua dos Capelistas; 16 rua Doutor António José de Almeida; 17- Largo Gil Eanes

No Funchal, as ruas pedonais ou com fortes limitações ao trânsito são em número elevado e localizam-se, na sua maioria, na freguesia da Sé, onde ocorre a maior concentração de espaços comerciais e de serviços da cidade (Figura 22). Na impossibilidade de fazer um comentário a todas as ruas pedonais ou com limitações ao trânsito da cidade, optou-se, por fazer uma breve descrição das que têm no presente, ou tiveram num passado recente, importância a nível comercial.

A crescente utilização do automóvel no Centro do Funchal e as consequentes emissões de poluentes levaram à limitação do acesso do automóvel às áreas centrais da Cidade e ao encerramento de algumas vias ao trânsito, de forma a devolver ao cidadão mais espaço urbano para as suas vivências. Esta política restritiva começou nos anos 90, com o encerramento das ruas da Queimada de Cima e de Baixo (1993), rua João Távira (1996), rua do Bispo (1995/1996), rua de Santa Maria (1997), ruas dos Murças, Capelistas e rua António José de Almeida (2001) e rua do Esmeraldo (2002). Em 2004, foi encerrada a faixa sul da Avenida Arriaga.

Algumas artérias conheceram alterações profundas em termos de trânsito, destacando-se as ruas dos Ferreiros, do Aljube e 5 de Outubro (1999). Também a rua da Carreira foi afetada pelas alterações ao trânsito. Trata-se de uma via extensa e estreita, considerada já no início do século passado a principal artéria da cidade, com grande diversidade e densidade de estabelecimentos comerciais, em geral antigos. Nos últimos anos esta via perdeu importância e o comércio entrou em crise – factos a que não serão estranhas as alterações ao trânsito. A maior parte está interdita ao automóvel, mantendo-se apenas um pequeno troço com circulação para permitir o acesso ao parque de estacionamento (69 lugares) do centro comercial “Arcadas de S. Francisco”.

A rua dos Ferreiros situada entre a Sé e o Mercado dos Lavradores, mais propriamente desde a rua 5 de Outubro até à Ponte do Torreão, é uma rua das mais transitadas do Funchal. De sul para norte, começa por ser um percurso pedonal, com alguma importância comercial, embora esteja em perda há já alguns anos. A partir da Praça do Município deixa de ser pedonal e quanto mais se afasta do centro, mais frequentes são os espaços comerciais devolutos.

A Rua do Aljube, situada entre a Sé e a Rua dos Ferreiros, é um eixo muito central, que continua a ter um papel relevante a nível do comércio. Os seus passeios são largos e retira vantagem de ficar ao lado da Sé, um dos pontos mais visitados da cidade.

Tem trânsito apenas num sentido, com espaço reduzido para o automóvel e com semáforos e passadeiras, havendo uma clara preocupação com o peão.

O encerramento ao trânsito da faixa sul da Avenida Arriaga tornou-a num dos eixos mais dinâmicos do centro da Cidade, oferecendo a todos os cidadãos e turistas um espaço urbano de qualidade, com variadas atividades ao longo do ano, tais como, a feira do livro, o mercado das oportunidades, a expo-energia, a semana da mobilidade.

A rua do Carmo, situada a norte da rua Dr. Fernão de Ornelas, dá acesso a muitos lugares de estacionamento, especialmente do centro comercial Anadia, e, por isso, não pode ser interdita ao trânsito. Na rua do Seminário, situada entre as ruas do Carmo e Dr. Fernão de Ornelas, foi adotada uma solução de compromisso, com prioridade para o peão, sendo os seus passeios um pouco mais largos e com proteção.

Na rua dos Aranhas e no Largo Gil Eanes, o Município instalou um sistema automático de acesso automóvel (pilaretes, semáforo e reconhecimento automático da viatura). O acesso a estes arruamentos encontra-se condicionado ao trânsito entre as 10h00 e as 17h00 nos dias úteis e das 10h00 às 12h00 aos sábados. Durante este período apenas as viaturas devidamente autorizadas podem aceder.

De seguida, apresentamos com maior detalhe as ruas selecionadas para estudo, no presente trabalho.

4.2.1- Rua Dr. Fernão de Ornelas

A rua Dr. Fernão de Ornelas, é uma rua do centro do Funchal, que pertence à freguesia da Sé. A Norte confronta com a rua do Carmo, havendo na interseção o Largo do Phelps. A sul confina com a rua Visconde Anadia. Antes de se entrar na análise da situação atual, é importante conhecer um pouco das origens e da história desta rua.

No dia 7 de novembro de 1946, foi deliberado em reunião de Câmara Municipal do Funchal, atribuir o nome de Dr. Fernão de Ornelas Gonçalves, à rua que se deveria chamar então de Nova Rua dos Mercadores (Almanaque Regional, 1992). A rua era uma das mais importantes e inovadoras, em termos urbanísticos e ambientais¹⁷, uma vez que o seu perfil era o de uma grande avenida.

¹⁷ O projeto foi da autoria do Engenheiro Raul Andrade Araújo, que inicialmente estudara a rua com uma largura de 12 metros e um comprimento de 190 metros. Os passeios, mediam cada um 3 metros e a faixa de rodagem 6 metros. Contudo, aumentou-se a zona destinada aos veículos para 9 metros, o que passou a largura total para 15 metros.

Com o aumento da circulação de pessoas nos passeios, o espaço tornou-se reduzido, pelo que as árvores existentes nos passeios foram retiradas, transformando a rua numa vulgar via de circulação de veículos e peões, cada vez em maior número.

No entanto, em 1993 voltaram a ser plantadas árvores, junto ao passeio do lado esquerdo, em virtude das recentes alterações ao trânsito, terem ditado um sentido único naquela via e uma zona de estacionamento periódico (parcómetros). Foram igualmente ampliados os passeios, facilitando a circulação das pessoas.

Apesar de hoje ser (quase) unânime a importância das alterações ocorridas na rua não só para os comerciantes, consumidores, turistas, bem como para a cidade, na imprensa da altura, as dúvidas eram muitas e os protestos, também. No dia 14 de novembro de 2003, o Diário de Notícias, publicava “Fernão de Ornelas vira beco – obras geram dúvidas”. A notícia desenvolvia-se em volta da inquietação de transeuntes, comerciantes e bombeiros, no caso de incêndio. “Afunilamento da histórica rua com o encerramento de uma faixa de rodagem, agravada pela colocação de ferros nos passeios que levantam outros problemas. A retirada dos espaços reservados ao estacionamento de um lado e a colocação de barras metálicas, no outro, concorreram para estrangular a via e limitar a intervenção dos agentes de segurança em caso de emergência decorrente de sinistros”. O que é facto é que as ruas vizinhas, são todas estreitas e congestionadas, o que, em caso de incêndio, pode ter consequências graves.

O mesmo jornal, no dia 8 de dezembro desse ano, noticiava que, com a colocação do tapete de alcatrão (escondendo o paralelepípedo tradicional), chegavam ao fim as obras de reconversão, remodelação e requalificação da rua Dr. Fernão de Ornelas iniciadas em agosto. Para além do alargamento dos passeios, da alteração no trânsito (com apenas uma faixa de rodagem), da colocação de mobiliário urbano e da plantação de árvores, era ainda salientada a recuperação de fachadas, contribuindo para tornar a rua mais apresentável e atrativa.

Esta rua é um verdadeiro *ex-libris* do comércio do Funchal, com uma elevada densidade comercial. Predomina um comércio ligado aos artigos pessoais (35 estabelecimentos), nomeadamente, calçado (7), vestuário (13) e relojoarias (12), embora com outros ramos e pequenas unidades de bar e restauração. A sua localização, muito próxima do mercado “dos Lavradores”, garante-lhe passagem diária de muitos milhares de pessoas não só Funchalenses, como também de outros concelhos, bem como muitos turistas que não perdem a oportunidade de a percorrer. Há ainda a referir, o facto de

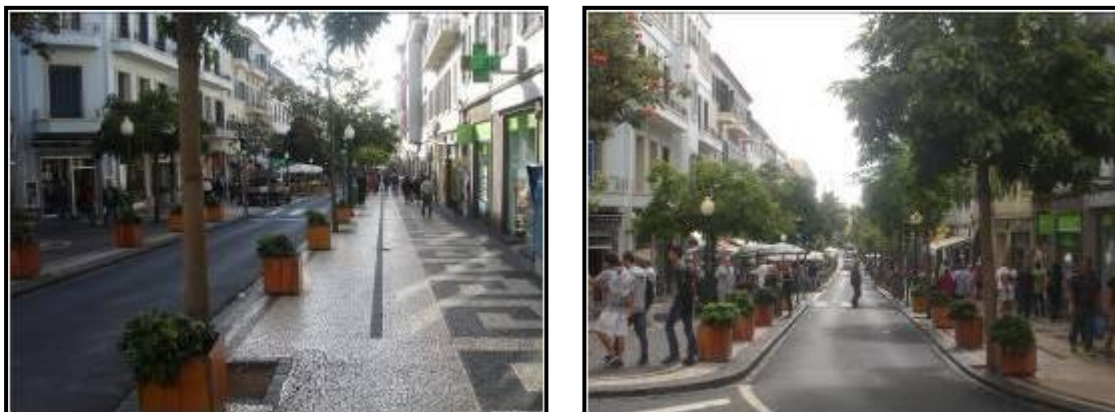
ficar perto de um terminal de camionagem, não só de outras freguesias do concelho do Funchal, como da Empresa de camionagem Rodoeste que faz o serviço de transporte de passageiros de concelhos como Câmara de Lobos, Ribeira Brava, Ponta do Sol, Porto Moniz e São Vicente. Em frente, na Rua Brigadeiro Oudinot, o serviço de transporte é assegurado para Santa Cruz e Machico, via freguesias do Caniço, Gaula e aeroporto até Água de Pena. Relativamente perto, entre a Casa da Luz e o teleférico, na rua Artur de Sousa “Pinga”, também existe um importante terminal de transporte coletivo, para as zonas altas do Funchal e na rua José da Silva, para o concelho de Santana e freguesias de Curral das Freiras, Caniço e Camacha.

A proximidade a uma Escola Secundária (Liceu Jaime Moniz) também faz com que muita população juvenil, circule diariamente por esta rua. Esta população aproveitando as lojas (atrativas) de moda jovem, e principalmente as inúmeras esplanadas, contribui para melhorar o ambiente urbano, tornando a rua mais alegre e divertida.

De referir ainda, que, nos últimos anos este eixo foi alvo de intervenções, no âmbito do que se pode chamar urbanismo comercial, não só através do melhoramento do mobiliário urbano (instalação de floreiras) e alargamento dos passeios, como da intervenção nas fachadas dos edifícios, e por último, com a aposta na semi-pedonização, no sentido em que embora a rua não tenha sido totalmente fechada ao trânsito, possui apenas uma faixa de rodagem, com semáforos para limitar a velocidade e os passeios norte e sul foram alargados, permitindo, uma melhoria na deslocação das pessoas, com uma significativa interferência no comércio (aspeto que será retomado no último capítulo, através da opinião dos comerciantes).

Em suma, a rua Dr. Fernão de Ornelas constitui um bom exemplo de vigor do comércio de rua com o encerramento de lojas, mas igualmente com a abertura de espaços mais modernos, de maior qualidade, mais pensados em função do consumidor e da satisfação das suas necessidades, cada vez mais exigentes (Figuras 23 e 24). A rua que se pensou interditar ao trânsito, possui uma faixa de rodagem e na opinião do Presidente da Mesa da Associação de Comércio e Indústria do Funchal: “o encerramento [da Fernão de Ornelas] provavelmente era o abandono daquela rua, pois hoje tem ruas na cidade que foram encerradas e que começam a não ter vivência...ou seja, esse encerramento na globalidade nalgumas artérias levou ao abandono das suas áreas comerciais, porque o não conseguir chegar lá e a dificuldade nas cargas e

descargas prejudica toda a vivência comercial. A evolução hoje das cidades pressupõe que as ruas não sejam completamente encerradas, mas, em alternativa tenham trânsito condicionado e limitado em termos de velocidade (entrevista realizada pelo autor em novembro de 2011).



Fonte: Fotos do autor, 2012

Figuras 23 e 24 – Pedonização na rua Dr. Fernão de Ornelas

4.2.2- Rua de João Tavira

A rua de João Tavira, com cerca de 120 metros de extensão, faz parte da freguesia da Sé, confrontando a norte com a rua Câmara Pestana e a sul com o cruzamento da avenida Arriaga, rua António José Almeida e rua do Aljube. A leste existem ainda três transversais: (de norte para sul): rua do Bispo e ruas das Queimadas de Cima e de Baixo.

Embora com aspeto diferente do atual esta rua é mencionada já em 1508, devendo o seu nome ao tabelião João Tavira que, em 1483, aí vivia. Na década de 1970 era conhecida como tendo uma função comercial importante e um intenso movimento de peões. Data de setembro de 1972, um projeto Camarário, que previa o seu alargamento, uma vez que esta se integrava no esquema de circulação principal da zona central da cidade. O projeto previa ainda renovações de edifícios, no lado nascente da rua, uma vez que o lado poente possuía muitos edifícios recentes e no conjunto era mais difícil de remodelar. O projeto contemplava o alargamento do passeio já existente do lado poente e uma nova frente com passeios amplos. A componente estética também foi valorizada, uma vez que se tentou abandonar a rigidez de um alinhamento reto para dar ao transeunte perspectivas variadas e recorte mais conforme com a envolvente da arquitetura classificada.

A localização da rua nas proximidades da Sé (um dos mais importantes conjuntos de arte sacra do património Português) e do Museu de Arte Sacra, da Igreja do Colégio, da Câmara Municipal e do Museu de Fotografia “os Vicentes” garante-lhe passagem diária de inúmeros turistas. Para além destes, a rua também é percorrida por muitas pessoas dada a sua importância comercial e a proximidade ao edifício da Segurança Social, localizado no início da rua das Pretas.

Esta rua mantinha importância comercial nos anos 90, não só pela forte presença do comércio tradicional, mas também pela abertura do “Centro Comercial Tavira”, um condomínio comercial que surgiu em 1987 e que em 1999 contava com 42 lojas (Gomes, 2000). De acordo com este autor, o centro comercial, “parece estabelecer uma grande relação com o arruamento pedonal” uma vez que acabou por contribuir para densificar o comércio da rua e do centro da cidade. Mais recentemente, o comércio da dita rua está a passar por uma crise sem precedentes, com o encerramento de várias lojas na rua e no próprio centro comercial que deverá fechar as suas portas até ao final do presente ano (2012). De acordo com alguns comerciantes deste centro comercial, consegue-se perceber que as razões para o seu fim, se prendem sobretudo com a grande quebra nas vendas. Em segundo lugar, a parte residencial do edifício carece urgentemente de obras (edifícios da década de 60), pelo que não fazia sentido entrar em obras nos pisos superiores (residenciais) mantendo um comércio decadente em funcionamento nos pisos inferiores.

O comércio tradicional na rua de João Tavira tem ao longo dos últimos anos conhecido uma quebra não só na faturação, como também no número de estabelecimentos. À data da contagem (fevereiro de 2012), do número de estabelecimentos, (sem atender às lojas do Centro Comercial), verificava-se que entre os poucos que continuavam abertos, predominavam os que estavam ligados à higiene, saúde e beleza (5), sendo de destacar neste ramo, as farmácias (2) e os oculistas (3). As lojas de artigos pessoais (4) e a restauração (4) também tinham ainda alguma importância.

Nos últimos anos, a rua passou por várias alterações integradas numa operação de renovação urbana, com destaque para o seu encerramento progressivo ao trânsito, sendo a última fase (troço entre a rua Câmara Pestana e a rua do Bispo) concretizada entre 1992/1996 (Figuras 25 e 26). Procedeu-se ao calcetamento integral da rua, arborização e colocação de mobiliário urbano (busto de Baden Powell, três bancos para

descanso dos transeuntes). Alguns edifícios, foram objeto de renovação dos seus interiores (especialmente de espaços no rés-do-chão) e de algumas fachadas. No entanto, é notória a presença de muitos edifícios com fachadas degradadas e fraca iluminação, o que torna a rua algo insegura, especialmente nas noites de inverno. Além disso, o valor das rendas na rua permanece elevado, o que faz com que muitos comerciantes fechem portas e outros não queiram ou nem consigam investir.



Fonte: Fotos do autor, 2012

Figuras 25 e 26 – Pedonização na rua de João Távira

4.2.3- Rua da Queimada de Cima

Esta via pública estabelece comunicação entre a rua de João Távira e a dos Ferreiros. Teve noutro tempo o nome de rua do Oliveira e depois o de rua Afonso Vaz. Paralela a ela e a pouca distância ficam a norte a rua Gomes Freire (atual rua do Bispo) e a sul a rua da Queimada de Baixo. Nos anos 20 nestas ruas localizavam-se os estábulos destinados ao alojamento dos cavalos de aluguer e dos bois e muars empregados na condução dos carros e corsas...”que muito afeiam o local e muito concorrem para a insalubridade daquelas ruas” (Elucidário Madeirense III, 1921). Nos dias de hoje é uma rua com uma extensão a rondar 130 metros, onde predominam os estabelecimentos de serviços pessoais (10), com destaque para os cabeleireiros/estética (6), embora a venda de artigos pessoais (9) e a restauração (7) tenham também importância. Aliás, nos últimos anos a restauração foi dos ramos que mais cresceu, provavelmente em resultado da pedonização (Figuras 27 e 28).



Fonte: Fotos do autor, 2012

Figuras 27 e 28 – Pedonização na rua da Queimada de Cima

4.2.4- Rua da Queimada de Baixo

Em conjunto com a rua do Estanco Velho, constituía a antiga rua de São Sebastião. A sua extensão atual ronda os 100 metros. As ruas das Queimadas lembram o grande incêndio ocorrido naqueles quarteirões no fim do século XVI (1593). Na Rua da Queimada de Baixo, predominam os estabelecimentos ligados à restauração (5) e à venda de artigos pessoais (5).

Estas ruas foram em 2 de janeiro de 1993, integradas numa operação de renovação urbana e encerradas ao trânsito (edital nº165/92). Após a interdição foi realizado o calcetamento integral das mesmas. No Diário de Notícias, do dia 4 de janeiro de 1993, podia-se ler que o objetivo era tornar mais transitável a cidade e proporcionar o descongestionamento do centro, forçando simultaneamente a saída para a periferia. A circulação automóvel apenas é permitida para cargas e descargas e ainda para moradores, por um período determinado e sem abandono da viatura. Em termos de mobiliário urbano, há a destacar as floreiras e o arranjo de algumas fachadas de edifícios, que contribuiram para melhorar a aparência da rua, beneficiando o comércio e o aparecimento de esplanadas (Figuras 29 e 30).



Fonte: Fotos do autor, 2012

Figuras 29 e 30- Pedonização na rua da Queimada de Baixo

4.2.5- Rua de Santa Maria

O primitivo núcleo de ocupação da cidade, localizava-se na zona Leste da baía do Funchal, tendo recebido inicialmente o nome de Santa Maria ou de Santa Maria do Calhau. Este núcleo urbano estendia-se, desde a Ribeira de Santa Maria (atual ribeira de João Gomes), até ao Corpo Santo. A rua que, de um modo natural, resultou desta implantação recebeu o nome de Rua de Santa Maria (antiga Rua dos Caixeiros).

A Rua de Santa Maria confronta a oeste com a rua Brigadeiro Oudinot e a este com a rua do Lazareto e ronda os 630 metros, sendo que 350 metros são pedonais e os restantes com circulação automóvel. De oeste para este a rua começa por ser pedonal e atravessada por algumas ruas, sendo umas pedonais e outras com trânsito. A primeira é a rua da Boa Viagem pedonal e com tradição no comércio do calçado, seguindo-se a Travessa do Accioli, também pedonal e aproveitada em parte do seu percurso, para um pequeno mercado, de antiguidades. De seguida, surgem a rua dos Barreiros e a Travessa de João Caetano, ambas com passagem de veículos. Na continuação, aparece a Travessa do Pimenta, pedonal, e por fim, a Travessa das Torres, que marca o início do troço da Rua de Santa Maria com circulação automóvel. Esta separação também é evidente a nível do comércio e da vida da própria rua, uma vez que está bem vincada a forte presença de restauração na parte pedonal e, a partir da travessa das Torres até ao final da rua de Santa Maria para leste até à rua do Lazareto, assistimos a uma diminuição significativa da restauração, cafés e do próprio movimento das pessoas. Embora tenha havido um esforço para alterar a situação, a degradação de alguns edifícios nesta parte da rua é evidente. Nos últimos anos, a rua de Santa Maria conheceu obras de

beneficiação que vão ao encontro do conceito de reabilitação urbana. Assim, foram beneficiadas as calçadas da rua de Santa Maria, bem como das suas transversais. Além disso, em 1995 foi celebrado um protocolo, de colaboração entre a Câmara Municipal do Funchal e o Ministério do Comércio e do Turismo, para a valorização sociocultural e turística do núcleo histórico de Santa Maria, apoiando investimentos para a criação de estruturas de animação cultural, em património histórico, com efeitos estruturantes na dinamização turística regional. As ações desenvolvidas envolveram a recuperação de vários imóveis habitacionais e de equipamentos socioculturais (Centro de Artesanato e Oficinas de Restauro; Centro de Informação Histórico-turístico; Associação de Professores Reformados, ...), o arranjo de fachadas, e coberturas em edifícios da rua e transversais e a edição do roteiro do Núcleo Histórico de Santa Maria. Este conjunto de ações incentivou os particulares a também eles procederem à recuperação de vários imóveis.

Em 2002 foi assinado um acordo de colaboração entre várias instituições (o Instituto de Apoio ao Turismo, o Município do Funchal, a Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, a Sociedade Imobiliária do Terreno do Arsenal, Lda. e o Instituto de Desenvolvimento Empresarial da Região Autónoma da Madeira). Beneficiando do Programa PITER¹⁸, surgem propostas de particulares, que investiram na atividade turística propondo infraestruturas hoteleiras de qualidade. No domínio do investimento público, o programa contemplou uma *promenade* à beira-mar e um jardim público.

É de salientar ainda o programa RECRIA¹⁹, que contempla uma comparticipação na recuperação de imóveis arrendados. Este programa constava de um apoio financeiro para custear parte das obras de conservação e beneficiação nos imóveis arrendados, a fundo perdido, que podia ir até 41% dos gastos totais das obras. A Câmara Municipal, no período de duração das obras concedeu, em imóvel também ele recuperado,

¹⁸ Programas Integrados Turísticos de Natureza Estruturante e Base Regional (PITER), são constituídos por um conjunto coerente de projetos de investimento, complementares entre si e implementados num horizonte temporal limitado, que prosseguem os mesmos objetivos estratégicos, com vista a alcançar alterações estruturais na oferta turística local ou regional e impacte económico-social significativo na área territorial em que se inserem. (Fonte: IAPMEI)

¹⁹ RECRIA – Regime Especial de Comparticipação na Recuperação de Imóveis Arrendados, regulado pelo DL 329-C/2000 de 22 de dezembro.

alojamento temporário. Esta oportunidade favoreceu a recuperação e beneficiação de vários imóveis, numa zona degradada e de intervenção prioritária.

A Rua de Santa Maria iniciou o seu processo de renovação e requalificação urbana em 1996/1997, tendo o objetivo sido atingido em julho de 2011, quando viu grande parte do seu percurso fechado ao trânsito, tornando-se pedonal. A rua foi assim devolvida aos peões, beneficiando os estabelecimentos comerciais e as esplanadas e proporcionando melhores condições de circulação pedonal. A Câmara Municipal do Funchal estipulou, assim, que de segunda a sexta-feira entre as 10h30m e a 1 hora da manhã e aos fins-de-semana e feriados entre as 10h30m e as 3 horas da manhã, a circulação automóvel fica interdita, estando apenas aberta no restante horário para cargas e descargas. Ou seja, as cargas e descargas são permitidas pelo acesso da Rua Brigadeiro Oudinot com saídas na Rua dos Barreiros, Travessa João Caetano, Travessa do Pimenta e Travessa dos Escaleres.

O Projeto de arte das portas abertas, foi desenvolvido na zona velha, principalmente na rua de Santa Maria, e as suas finalidades eram tornar a zona mais atrativa através da arte e mostrar que a cultura pode ser rentável, uma vez que a rua se tornou ponto de passagem de muitos turistas e curiosos.

Este conjunto de ações contribuiu para devolver as pessoas à dita “zona velha”, até há bem pouco tempo estigmatizada e marginalizada devido à droga e à prostituição. Se por um lado se conseguiu restituir a animação, a alegria, o movimento, também se conseguiu de certa forma estancar a saída de moradores num processo que já se arrastava há algum tempo. A rua está mais bonita, com grande potencial imobiliário e comercial, e também mais segura e mais limpa (Figuras 31 e 32).



Fonte: Fotos do autor, 2012.

Figuras 31 e 32 – Rua de Santa Maria (troço pedonizado).

4.3- Caracterização do comércio e do comerciante dos espaços pedonais

O inquérito por questionário (Anexo II) sobre o qual recaem os dados e as conclusões que se apresentam de seguida foi aplicado em Novembro e Dezembro de 2011 e Janeiro de 2012, diretamente a comerciantes das ruas anteriormente citadas e estudadas (rua de Santa Maria, rua Fernão de Ornelas, rua de João Tavira e as duas transversais, Queimada de Cima e de Baixo). Apesar do dispêndio de tempo, esta opção permitiu um maior contacto com os comerciantes e tornou possível o conhecimento da história de muitas lojas, dos saudosos anos em que a casa estava sempre cheia e não faltavam os desabafos em relação às crises ou à falta de apoio, ou esquecimento por parte desta ou daquela entidade. Esta experiência foi muito importante para um melhor conhecimento dos aspetos favoráveis, bem como dos constrangimentos e por vezes, de alguma falta de esperança em relação ao futuro dos comerciantes e do comércio no centro do Funchal.

Depois de auscultar a opinião dos decisores políticos e da principal associação comercial do Funchal, bem como de um dos sindicatos representativos de trabalhadores do comércio, era importante ouvir a opinião daqueles que estando no terreno e mais diretamente ligados ao setor, têm uma visão mais apurada e real da situação vivida em cada rua do centro da cidade.

O questionário está dividido em três partes, sendo a primeira respeitante ao perfil do comerciante (idade, género, naturalidade, escolaridade, local de residência). A segunda parte do questionário incide sobre as características do negócio. A dimensão do estabelecimento, total e área de venda, será aproveitada para aferir do tamanho do estabelecimento que predomina em cada rua e o número de pessoas que aí trabalham, destacando a importância do emprego feminino, pois como já tivemos oportunidade de mencionar e citando Cachinho (2005), o comércio é dos setores de atividade que mais contribui para a integração da mulher no mercado de trabalho. De seguida, o inquérito questionava sobre o número de pessoas ao serviço por escalões etários, a situação do estabelecimento se alugado ou próprio e no caso de alugado, o valor do aluguer. Esta pergunta “valor do aluguer mensal”, foi problemática, pois a maior parte dos comerciantes não se sentiu à vontade para revelar valores. A pergunta seguinte questionava o comerciante sobre a evolução das vendas nos últimos três anos. O horário de funcionamento do estabelecimento, também é um dado importante principalmente para ver a situação de cada estabelecimento no que diz respeito à hora de almoço,

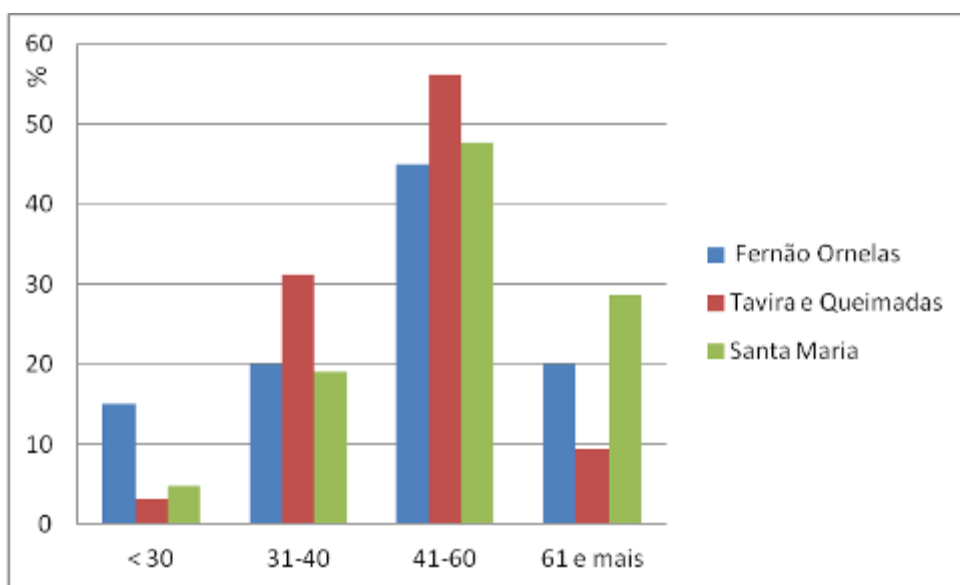
sábados à tarde e domingos e feriados. A questão seguinte respeitante às alterações introduzidas nos últimos 5 anos visava compreender se os comerciantes, na sua maioria, estão a tentar ultrapassar as dificuldades do setor, da concorrência e da falta de poder de compra dos consumidores com inovações, com atitudes reativas ou se, pelo contrário, se estão a resignar, a culpar a má sorte ou uma qualquer entidade esperando, sem nada fazerem, para que o atual estado se altere. Ainda quanto ao negócio questionou-se o inquirido sobre a posse de outro(s) estabelecimento(s) no centro histórico da cidade, se é do mesmo ramo, se está localizado numa rua pedonal e quais as vantagens e inconvenientes daí resultantes. Para finalizar indagou-se se já recorreu a algum programa de apoio ao comércio e porque o (não) fez.

A terceira parte do questionário revela-se fundamental para o objetivo do trabalho, na medida em que incide sobre a localização do estabelecimento no espaço pedonal. Aqui o comerciante é questionado sobre o processo de pedonização e os seus efeitos no comércio do centro do Funchal, sendo facultadas opções para facilitar a resposta e o seu tratamento. No caso específico das ruas em estudo, pergunta-se se a pedonização prejudicou ou beneficiou certos ramos de negócio (e quais) e se o estabelecimento que explora foi beneficiado ou prejudicado (e porquê). No caso da rua Dr. Fernão de Ornelas, que não é pedonal, o trânsito tem apenas um sentido e os passeios foram alargados e no caso da rua de Santa Maria, que não é totalmente pedonal, questiona-se se seria útil fechar a rua totalmente ao trânsito e porquê. Os comerciantes foram ainda questionados sobre os efeitos dos centros comerciais, mais propriamente do Dolce Vita, que se localiza junto ao centro da cidade. Foram ainda convidados a sugerir duas medidas consideradas importantes para melhorar o comércio tradicional do Funchal. Para finalizar questionou-se o comerciante sobre a pertença a alguma associação comercial da cidade, quais as vantagens de ser associado e se costuma participar em alguma iniciativa proposta pela mesma e porquê.

Os dados apurados, são apresentados para as três áreas em estudo, para a rua Dr. Fernão de Ornelas; rua de Santa Maria e para o conjunto das ruas de João Tavira, Queimada de Cima e Queimada de Baixo. A amostra recolhida em cada uma das ruas foi a seguinte: rua Dr. Fernão de Ornelas, 54%, rua de João Tavira e Queimadas, 45%, e rua de Santa Maria, 48%.

4.3.1- Perfil do comerciante

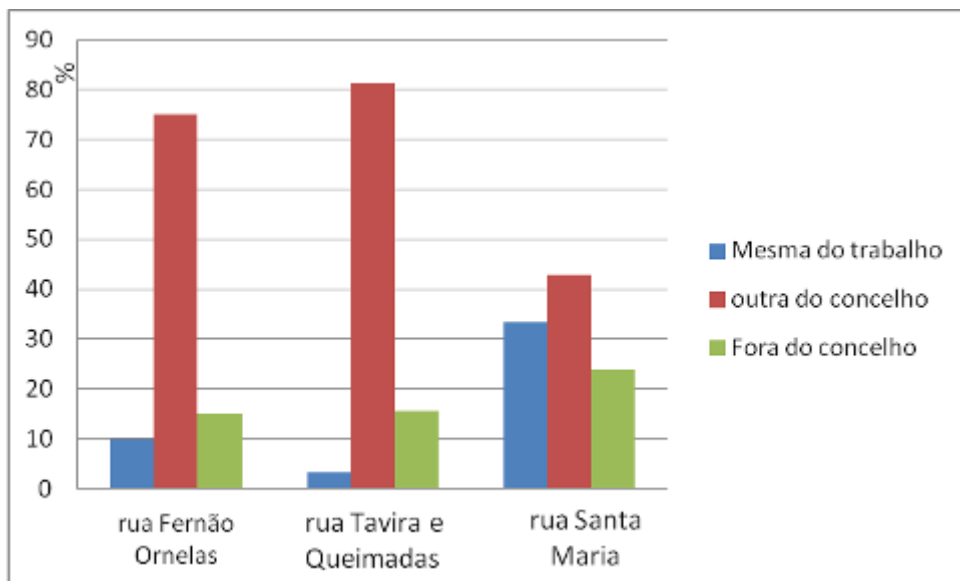
No conjunto das três áreas foram inquiridos 93 comerciantes: 40 na rua Dr. Fernão de Ornelas; 32 na rua de João Tavira e Queimadas e 21 na rua de Santa Maria. Os comerciantes das ruas em estudo são sobretudo homens 60%, na rua Fernão de Ornelas, 65,6% nas ruas João Tavira e Queimadas e 76,2% em Santa Maria, que regista a maior percentagem. A idade dos comerciantes predomina entre os 41 e os 60 anos de idade (Figura 33). É considerável o peso de comerciantes dos que têm 61 e mais anos (28,6%) na rua de Santa Maria, 20%, na Fernão de Ornelas e 9,4% na João Tavira e Queimadas. Na sua maioria os comerciantes são naturais do Funchal.



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011

Figura 33 - Idade dos comerciantes inquiridos em 2011.

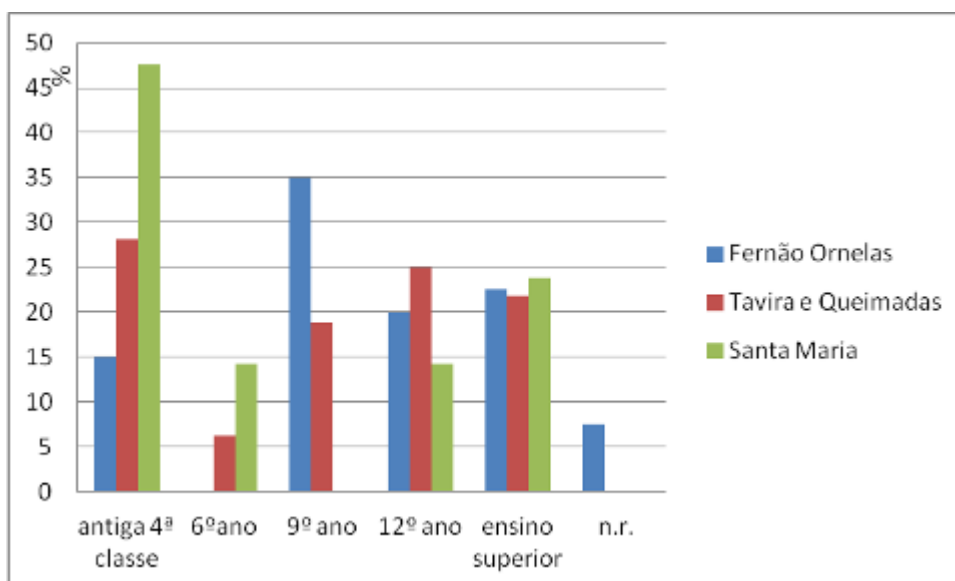
A maior parte dos comerciantes residem noutra freguesia do concelho onde trabalham (maioritariamente em São Martinho e Santo António, as mais populosas do Funchal). A percentagem mais elevada ocorre nas ruas João Tavira e Queimadas (75%) seguindo-se a rua Fernão de Ornelas (81,3%) e a rua de Santa Maria onde 42,9% dos comerciantes moram fora da freguesia com o mesmo nome (Figura 34).



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011

Figura 34 - Freguesia de residência dos comerciantes inquiridos

No que se refere ao grau de escolaridade dos comerciantes verifica-se que na rua Fernão de Ornelas a maioria tem o 9º ano, e apesar de 15% ter apenas a antiga 4ª classe, há uma percentagem considerável com o ensino secundário completo e o ensino superior, o que dá indicações de um nível mais elevado de escolaridade dos comerciantes desta rua, sobretudo se comparado com a média da qualificação académica da Região Autónoma da Madeira (2011). De facto, a média da região aponta para 9,2% da população residente sem nenhum grau de qualificação académica e 31,4% apenas com o 1º ciclo do ensino básico. Quanto ao ensino superior a média da região também é mais baixa (12,5%) do que a média dos comerciantes desta rua (acima dos 20%). A escolaridade do comerciante das ruas João Tavira e Queimadas mostra que a maioria tem a antiga 4ª classe (28,1%) o que indicia um nível baixo de escolaridade dos comerciantes. Contudo, a percentagem de comerciantes com o ensino superior nestas ruas está bastante acima da média da região. A escolaridade dos comerciantes da rua de Santa Maria mostra que a maioria tem a antiga 4ª classe (quase 50%) e que não chega a 15% os que têm o 12º ano, apesar de ter quase 25% com ensino superior.



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 35 - Escolaridade do comerciante em 2011

A rua Fernão de Ornelas, o eixo mais nobre dos três que são analisados, revela a presença de mais comerciantes jovens e com níveis de escolaridade mais elevados. Pelo contrário, nas restantes áreas, em particular na rua de Santa Maria, onde há uma presença mais acentuada de comércio alimentar e restauração, os comerciantes são mais idosos e com menor grau de escolaridade, embora haja uma percentagem considerável (quase 25%) com o ensino superior.

4.3.2- Perfil do negócio

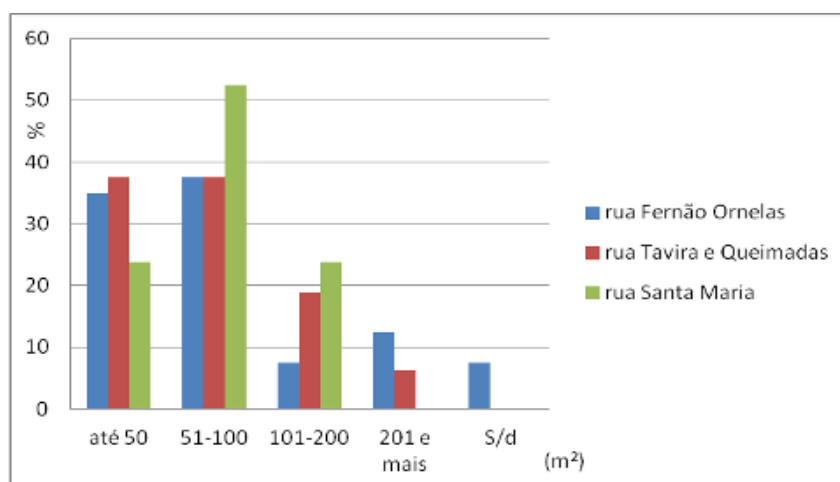
A repartição funcional dos inquéritos realizados nas três áreas traduz os perfis de negócio distintos em cada uma delas (Quadro 8): na rua Fernão de Ornelas, predominam os estabelecimentos não alimentares, os quais representam 82,5% dos inquéritos realizados neste eixo; são sobretudo lojas de artigos pessoais, com destaque para o pronto a vestir (26%). No conjunto das ruas João Tavira e Queimadas, o ramo do negócio com maior peso nos inquéritos é o dos serviços (cabeleireiros, ateliers de costura, imobiliárias), seguindo-se, o ramo não alimentar, com o comércio de artigos de higiene, saúde e beleza (farmácias, óticas, dietéticas e perfumarias) e a restauração e cafés, com 25%. Na rua de Santa Maria, predominam os estabelecimentos ligados à restauração (47,6%), seguidos do comércio não alimentar (23,8%).

Quadro 8 – Estabelecimentos comerciais inquiridos por ruas e ramos de negócio.

Ruas	Fernão de Ornelas		João Tavira e Queimadas		Santa Maria		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Ramo do negócio								
Alimentar	1	2,5	1	3,1	3	14,3	5	5,4
Não alimentar	33	82,5	10	31,3	5	23,8	48	51,6
Restauração	3	7,5	8	25	10	47,6	21	22,6
Serviços	3	7,5	13	40,6	3	14,3	19	20,4
Total	40	100,0	32	100,0	21	100,0	93	100,0

Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro de 2011.

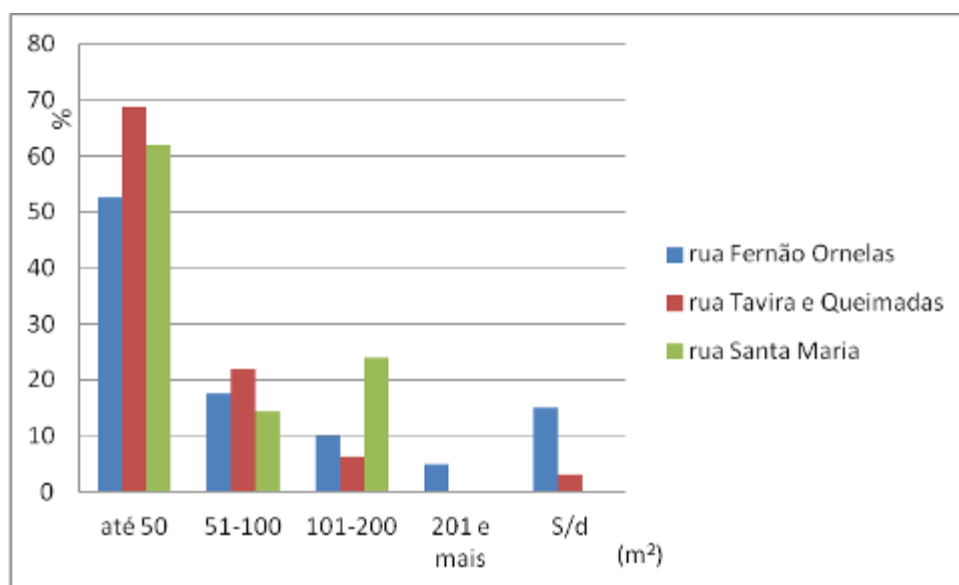
A maioria dos estabelecimentos é de pequena dimensão na rua Fernão de Ornelas e no conjunto das ruas João Tavira e Queimadas, sobretudo se tivermos em conta que o espaço já engloba armazém, ou zona de arrumos, ou cozinha, no caso da restauração (Figura 36). A maior parte tem até 100 m², visto que a dimensão até aos 50 m² e a seguinte dos 51 até aos 100 m², têm percentagens idênticas. O espaço reduzido pode funcionar como um entrave à diversificação/ampliação do sortido, para além de condicionar o volume de negócio. Os estabelecimentos de maior dimensão são, essencialmente, os estabelecimentos de marca: Feira dos Tecidos, Pull and Bear, Tezenis, no vestuário, Calzedónia, nos acessórios e Tribo e Casa na decoração, todos localizados na rua Fernão de Ornelas, evidenciando o seu estatuto no centro de comércio da cidade. Quanto à rua de Santa Maria, a dimensão média é maior do que na maioria dos estabelecimentos das outras ruas em estudo, uma vez que nesta predominam os cafés e principalmente os restaurantes, que precisam de mais espaço para poderem levar a cabo a sua atividade.



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 36 - Dimensão total dos estabelecimentos inquiridos (m²)

A dimensão da área de venda é inferior a 50 m² em mais de 60% dos estabelecimentos inquiridos, (Figura 37). Trata-se de uma dimensão reduzida, se considerarmos que em muitos estabelecimentos a área de venda corresponde à área total, o que dificulta a arrumação e a ampliação/diversificação do sortido e deixa pouca margem de manobra para a decoração e arranjo do espaço interior. Além disso, há a destacar que mais de 20%, possui uma área de venda entre os 101 e os 200 m² em Santa Maria, o que é um valor bastante considerável, não só em termos de comerciantes mas sobretudo em termos de área. Mais uma vez, se destaca o peso dos estabelecimentos de restauração.



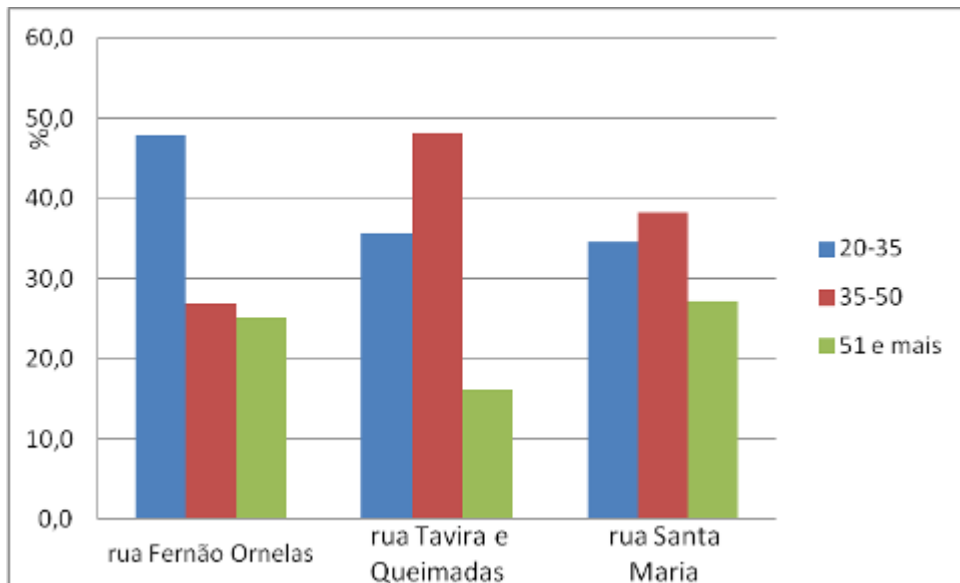
Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 37 - Dimensão da área de venda dos estabelecimentos inquiridos (m²)

Na rua Fernão de Ornelas, do total de pessoas (169) que trabalham nos estabelecimentos inquiridos mais de metade são mulheres (56,2%). Por outro lado, do total de trabalhadores, apenas 11,2%, são familiares, situação bem diferente de há algumas décadas atrás, em que grande parte dos estabelecimentos eram autênticas unidades familiares. A média de trabalhadores por estabelecimento é de 4,2, embora os 15 trabalhadores da loja “Feira dos Tecidos” e os 7 da loja “Tezenis”, contribuam para distorcer este valor. Ainda assim, o número de trabalhadores por estabelecimento reflete a pequena dimensão dos mesmos. Já no conjunto João Tavira e Queimadas, do total de pessoas que trabalham nos estabelecimentos (112), mais de metade são mulheres (59,8%), o que significa uma percentagem bastante elevada de absorção de trabalho

feminino no setor do comércio. Aqui, 23,2% dos trabalhadores, são familiares, o que é um valor significativo. A média de trabalhadores por estabelecimento é de 3,5. Em Santa Maria, do total de pessoas que trabalham nos estabelecimentos (105), quase metade são mulheres (42,9%). Apesar disso, é de referir que é a percentagem mais baixa de mulheres a trabalhar nos estabelecimentos do conjunto de ruas estudado. Por outro lado, do total de trabalhadores, 28,6%, são familiares, sendo o eixo que tem maior percentagem. A média, de trabalhadores, por estabelecimento, também é a maior, contabilizando-se 5, devido essencialmente ao predomínio da restauração.

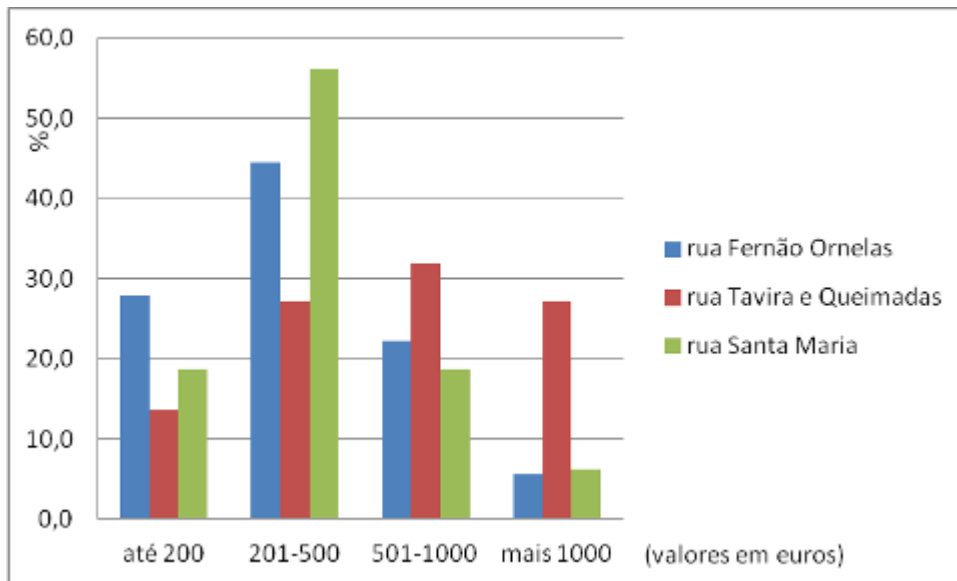
Na repartição das pessoas ao serviço nos estabelecimentos por grupos etários (Figura 38), predomina (quase metade) o escalão dos 20 aos 35 anos. É um escalão etário baixo, demonstrando que é neste setor que uma franja importante de jovens, por vezes ainda estudantes, encontra o seu primeiro trabalho remunerado. Além disso, há um importante peso de pessoas ao serviço com 51 e mais anos (25,1%), o que indicia, na maior parte dos casos, muitos anos de casa e de comércio e, a nosso ver, mais dificuldade em adaptar-se a situações de mudança. O grupo de idades, que predomina no conjunto da rua João Tavira e Queimadas (quase metade), é o dos 35 aos 50 anos. Trata-se de um grupo etário já avançado, propício a dificuldades, no que diz respeito à inovação, mudança de determinados comportamentos e atitudes e até, no caso de desemprego, mais dificuldade em arranjar um novo emprego. Há também um peso significativo de pessoas ao serviço com 51 e mais anos (16,1%), o que aumenta os problemas já mencionados. Em Santa Maria, há que referir que nos deparámos com alguns problemas para poder tirar conclusões mais aprofundadas, uma vez que tendo em conta a existência de vários restaurantes com um quadro de pessoal mais amplo, os proprietários dos mesmos, sabendo o número de trabalhadores, desconhecem as suas idades, pelo que alguns não responderam a esta questão. Assim, dos 105 trabalhadores contabilizados, nos estabelecimentos alvo do inquérito, não conseguimos saber a idade de 50. Dos restantes 55, após o tratamento dos dados verificaram-se as seguintes conclusões: há pouca diferença nas classes de idades escolhidas, predominando a dos 35 aos 50 anos com 38% e uma percentagem elevada da classe com mais de 51 anos (27%), ou seja uma quantidade considerável de trabalhadores com mais idade o que indicia, na maior parte dos casos, muitos anos de casa e/ou de comércio e maior dificuldade em lidar com situações de mudança.



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 38 – Repartição do pessoal ao serviço, por grupos etários

Na rua Fernão de Ornelas, a maior parte dos estabelecimentos são alugados e muitos deles há bastante tempo, o que interfere com o valor da renda (figura 39). É também de realçar que apesar de nesta rua ter havido um esforço de renovação de alguns edifícios, muitos deles centenários, nomeadamente das suas fachadas, algumas lojas funcionam, nos andares superiores, sem indicação muito visível no rés-do-chão e com a escadaria e paredes de acesso algo degradados e que repelem, pelo menos, novos clientes. No conjunto das ruas João Tavira e Queimadas, a maior parte dos estabelecimentos são alugados e alguns há relativamente pouco tempo, o que interfere com os valores da renda. Em Santa Maria, a maior parte dos estabelecimentos são também alugados mas tendo em conta que o valor do aluguer, por m², é o mais baixo das ruas em estudo, terá consequências num valor mensal mais reduzido.



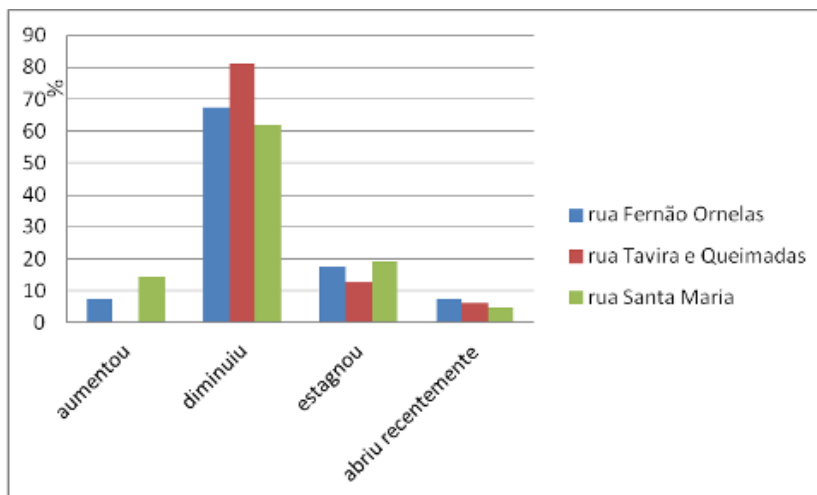
Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 39 - Valores do aluguer mensal dos estabelecimentos inquiridos

Importa salientar a extrema dificuldade que tivemos em obter este dado, pois muitos comerciantes mostraram-se pouco à vontade para falar das rendas. Posto isto, a maior parte dos valores do aluguer na rua Fernão de Ornelas vão dos 201 aos 500 euros, o que faz concluir que esta franja tem o estabelecimento alugado há já muitos anos, apesar da sua pequena dimensão. De facto, é uma das ruas mais caras em termos de aluguer de espaços comerciais e segundo informações conseguidas numa das imobiliárias aí sediadas, o valor por m^2 é de 50 Euros e apesar disso, a maior parte dos estabelecimentos está a pagar, devido à antiguidade dos contratos, apenas 10 Euros. No conjunto das ruas João Tavira e Queimadas a maior parte dos valores do aluguer vão dos 501 aos 1000 euros, o que nos leva a concluir que esta franja tem o estabelecimento alugado há relativamente pouco tempo e/ou por outro lado, interfere também o facto de o preço do m^2 de cada espaço alugado, ter um valor considerável. É que este conjunto de ruas tem das rendas comerciais mais caras e, segundo informações conseguidas numa das imobiliárias alvo de inquérito, o valor por m^2 é de 40 Euros e há dez anos atrás, seria ainda mais alto. Assim sendo, nota-se ainda uma percentagem baixa, dos valores até aos 200 euros (13,6%) e uma percentagem muito significativa (27,3%) de valores mensais acima dos 1000 euros, o que tendo em conta o número de unidades comerciais existentes de reduzida dimensão e face às dificuldades económicas e financeiras que atravessam, não é muito promissor em relação ao futuro das mesmas. Em Santa Maria, a

maior parte dos valores do aluguer vão dos 201 aos 500 euros, o que nos permite supor que esta franja tem o estabelecimento alugado há já alguns anos, apesar de os estabelecimentos serem maiores em comparação com os das outras ruas. Dentre as ruas estudadas, esta é aquela onde se praticam rendas de espaços comerciais mais baratas, rondando os 20€/m² e cerca de 5€/m² há 10 anos atrás, segundo informações conseguidas numa imobiliária. Apesar de ser a mais barata, valorizou muito, em consequência da política urbanística de revitalização da área em questão.

A maior parte dos comerciantes das três áreas em estudo afirmou que o valor das vendas nos últimos três anos, diminuiu, apontando como razões, a crise económica e a consequente diminuição do poder de compra dos consumidores (Figura 40). Uma quantidade menor de comerciantes referiu ainda o excesso de oferta (lojas próximas do mesmo ramo; lojas de comerciantes orientais; hipermercados). Essa diminuição é também reflexo do menor fluxo de pessoas nas ruas, da entrada em circulação do Euro, do agravamento dos impostos e do endividamento pessoal. Na rua de Santa Maria, é também referido o problema de muitas pessoas terem abandonado a zona, preferindo outras áreas para residir. Um pequeno número de inquiridos afirmou não só que o comércio estagnou mas também que o volume de negócios se tornou mais irregular refletindo o ciclo mensal de despesas, a concorrência dos centros comerciais, a falta de estratégia comercial, a crise económica, a intempérie de 20 de Fevereiro de 2010 e a diminuição do turismo. Os comerciantes, que afirmam que o volume de negócios aumentou, especialmente no último ano, são os das lojas de compra e venda de ouro, que lucram com a situação de crise. Na rua de Santa Maria, os que dizem que o volume de negócios aumentou justificam-se com o aumento do movimento de pessoas na rua devido à animação e às remodelações efetuadas.



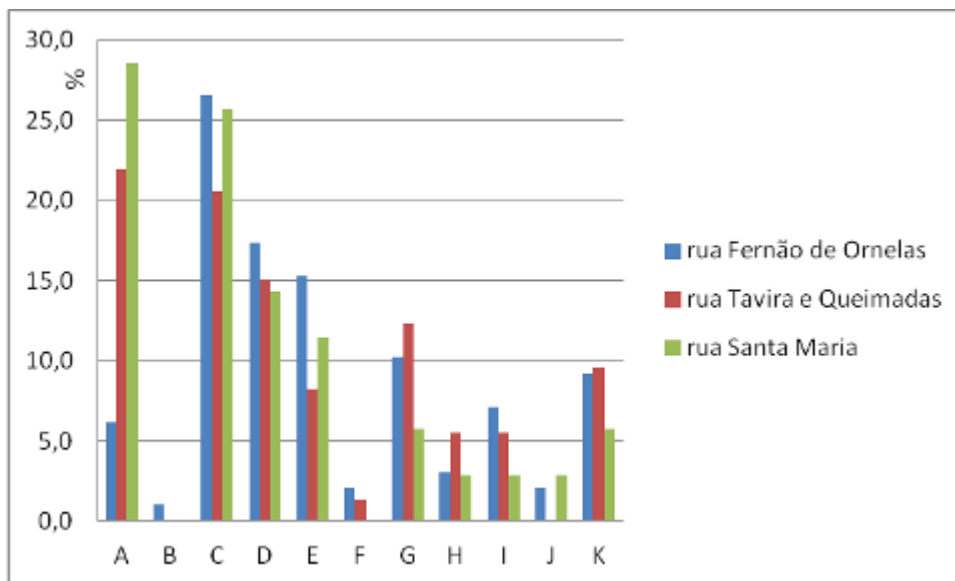
Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 40 - Evolução do volume de vendas nos últimos três anos

O horário de funcionamento é muito diferente de estabelecimento para estabelecimento e, no caso da restauração e cafés, como é natural é mais prolongado sendo, abrindo mais cedo e encerrando mais tarde. No entanto, o horário que é mais usual é o das 9 h até às 19h, sem encerrar ao almoço. Aliás, quanto ao encerramento à hora de almoço, apenas 14 estabelecimentos o praticam (8 na rua Fernão de Ornelas e 6 nas ruas de João Tavira e das Queimadas), justificando-se com a escassez de procura, o hábito, o encerramento do mercado próximo motivos de ordem religiosa e dificuldade de pagamento de horas extras com a contratação de mais empregados. Aos sábados o horário mais comum é o das 9h às 13h, à tarde apenas se mantêm abertos seis estabelecimentos na rua Fernão de Ornelas e seis nas ruas de João Tavira e das Queimadas. Os outros não o fazem invocando razões idênticas às acima referidas para a não abertura no período do almoço. O domingo, por sua vez, é usado apenas por uma quantidade ínfima de comerciantes e de uma forma não habitual, só em épocas específicas como o Natal ou quando há navios de cruzeiro a fazer escala no porto do Funchal. Na rua de Santa Maria o horário mais praticado é o das 11h às 23h e o das 9h às 19h. Quanto ao encerramento à hora de almoço, apenas 4 dos estabelecimentos inquiridos o praticam, devido ao hábito e por considerarem que não compensa. Aos sábados, o horário mais usual é das 11h às 24h e durante a tarde apenas 8 estabelecimentos não estão abertos, devido à forte presença da restauração nesta rua. Os que não abrem alegam haver pouco movimento na cidade e pouco pessoal para trabalhar. Ao domingo estão abertos 9 dos comerciantes inquiridos, tendo em conta,

mais uma vez, a importância da restauração. Os que não estão abertos alegam falta de movimento, o hábito de fechar, necessidade de descanso do pessoal e o facto de não compensar economicamente devido aos gastos com o pessoal.

De acordo com o inquérito realizado foi na rua Fernão de Ornelas que os comerciantes realizaram mais investimentos nos seus estabelecimentos (Figura 41). De facto, 26,5% dos comerciantes inquiridos renovaram os seus estabelecimentos, a nível do mobiliário, iluminação e montras, 17,3% adquiriram material informático e 15% colocaram equipamentos de segurança. Apenas 10% apostaram na formação de pessoal e 3,1% na prestação de serviços ao cliente o que demonstra alguma inércia face à crise, diminuição do poder de compra e concorrência, ou mesmo comodismo face à rápida mudança nos hábitos dos consumidores. Nas ruas de João Tavira e Queimadas, 21,9% dos comerciantes não introduziram alterações nos últimos 5 anos, demonstrando falta de ação perante a crise, as adversidades, a necessidade premente de mudança, a concorrência e a mudança de hábitos e gostos dos consumidores. Esta atitude pode também ter contribuído para justificar o encerramento de estabelecimentos comerciais, especialmente, na rua de João Tavira. Contudo, 1/5 dos comerciantes renovaram o seu estabelecimento a nível do mobiliário, iluminação e montras, 15,1% adquiriram material informático e 12,3% apostaram na formação de pessoal. Apenas 9,6% investiram em publicidade e 5,5% em serviços aos clientes o que demonstra alguma inércia dos comerciantes em termos de estratégia para manter os clientes, fidelizá-los e angariar novos. Na rua de Santa Maria, 28,6% dos inquiridos não fizeram alterações nos estabelecimentos nos últimos 5 anos, mas 1/4 renovaram o mobiliário, a iluminação e as montras. De seguida, 14,3% adquiriram material informático e 11,4% colocaram equipamentos de segurança. Apenas 5,7% investiram na formação do pessoal e em publicidade e só 2,9% melhoraram os serviços ao cliente.

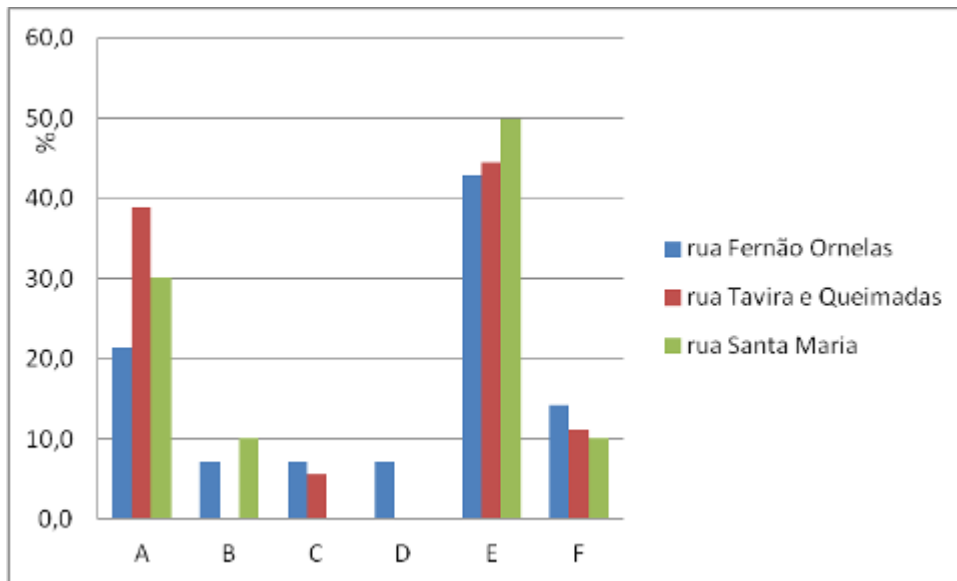


A- Não houve alterações; B- Mudança de ramo de atividade; C- Obras de renovação do estabelecimento (mobiliário, iluminação, montras); D- Aquisição de equipamento informático; E- Aquisição de equipamento de segurança; F- Aquisição de outros equipamentos; G- Formação do pessoal; H- Prestação de serviços ao cliente (cartão fidelização, cartão de crédito, entregas ao domicílio, facilidades de pagamento); I- Ampliação do sortido; J- Redução do sortido (focalização nos produtos mais procurados); K- Publicidade (correio, anúncios, ofertas).

Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011

Figura 41 - Alterações no estabelecimento nos últimos 5 anos

Quase metade (sobretudo na rua de Santa Maria) dos comerciantes que não investiram no seu estabelecimento nos últimos 5 anos invocam o facto de não ter capital disponível para investir (Figura 42). Esta razão indicia, por um lado, a dificuldade de muitos comerciantes em sobreviver face à concorrência (e outros contratempas), mas, por outro lado, também alguma falta de esperança e conformismo face aos problemas (o que, em certos casos, reflete a idade relativamente avançada). Na rua Fernão de Ornelas, 21,4% dos comerciantes abriram recentemente o estabelecimento mas quase 15% apontaram como razão para não investirem, a falta de mercado e não sentirem necessidade de fazer investimentos. Alguns apontaram a intenção de se reformarem em breve e/ou de passar o negócio. Nas restantes ruas a % de estabelecimentos que abriu há pouco tempo é relativamente elevada (40% nas ruas de João Tavira e das Queimadas; 30% na rua de Santa Maria).



A- Abriu recentemente e não se justifica fazer mais investimentos; B- Não precisa, pois o negócio é lucrativo; C- tem intenções de se reformar em breve; D- Tem intenções de passar o negócio; E- Não tem capacidade financeira para investir; F- Outra razão.

Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011

Figura 42 - Razões para não investir no estabelecimento

A pequena dimensão empresarial dos comerciantes presentes nestas ruas é também demonstrada pelo facto de, em regra, não possuírem outros estabelecimentos no centro histórico do Funchal (72,5% na rua Fernão de Ornelas; 87,5% nas ruas de João Tavira e das Queimadas; 71,4% na rua de Santa Maria). Na rua Dr. Fernão de Ornelas, dos restantes que possuem outro estabelecimento, 90% são no mesmo ramo e 63,4% localizam-se numa rua pedonal. Os que não se localizam em ruas pedonais vêm como principais desvantagens o trânsito, a poluição atmosférica e sonora, a falta de segurança, a falta de dinamismo, turistas e pessoas a circular. Como principal vantagem apontam o facto de as rendas serem mais baixas. Nas ruas de João Tavira e das Queimadas, os poucos comerciantes que possuem outro estabelecimento são do mesmo ramo e 50% estão em ruas pedonais. Os que não se localizam em ruas pedonais apontam como principais desvantagens a menor frequência e comodidade da clientela e a falta de estacionamento. Como principais vantagens referem a existência de um maior número de clientes que se deslocam de carro, e o facto de a rua nunca ficar deserta, diminuindo a possibilidade de assaltos. Parar o carro por minutos para fazer compras é outra das vantagens, pois numa rua que não é pedonal, podemos, no caso de haver parquímetros,

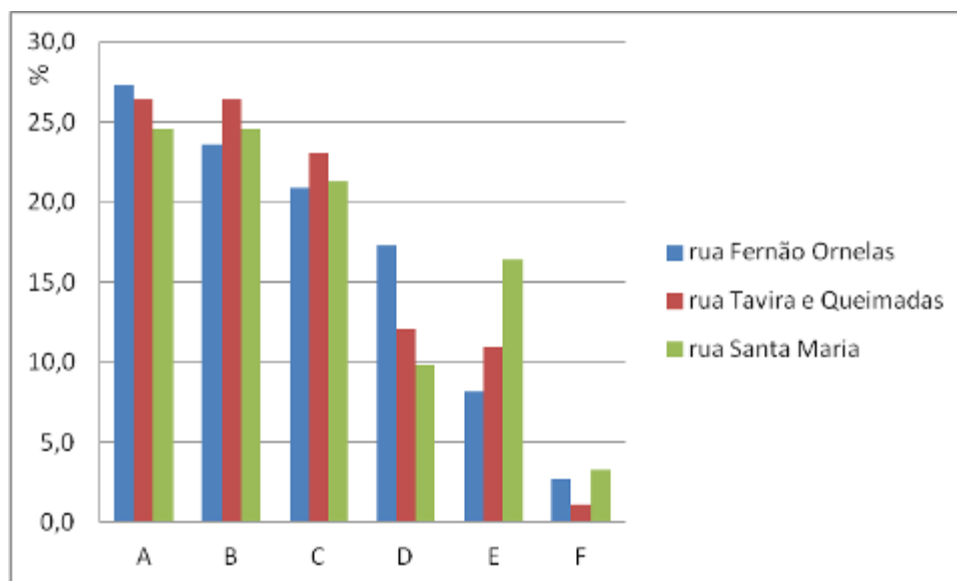
fazê-lo. Nota-se aqui alguma controvérsia entre comerciantes, no sentido em que para alguns a rua pedonal tem mais pessoas, porque podem andar a pé comodamente, mas outros apontam na direção oposta, afirmando que poder deslocar-se de carro para uma rua que não é pedonal, faz com que haja mais consumidores, sendo que, segundo eles a rua assim, nunca fica deserta, e podem parar por instantes para fazer compras. Na rua de Santa Maria, 29,6% dos comerciantes possuem outro estabelecimento, do mesmo ramo, no centro histórico do Funchal, 2/3 dos quais numa rua pedonal. Os que se localizam em outras ruas pedonais vêm como principais desvantagens a dificuldade de acesso e o abastecimento das lojas. Como principal vantagem apontam o facto de passarem mais pessoas nas ruas.

A maior parte dos comerciantes inquiridos não recorreu a nenhum programa de apoio, justificando com base no facto de não trazer nenhuma vantagem para o seu negócio, na falta de informação, na dificuldade e demasiada burocracia, por não ter necessidade (apesar da crise e do facto de poucos estabelecimentos terem afirmado que nos últimos anos o volume de negócios cresceu), ou por ter aberto o negócio recentemente. Os que já recorreram, referiram os programas “+ comércio”, os apoios do Instituto de Desenvolvimento Empresarial para reparação dos estragos provocados pela intempérie de 20 de fevereiro de 2010, os apoios à criação de emprego, os incentivos a fundo perdido para obras e renovação de instalações, algumas iniciativas da ACIF e o aproveitamento de alguns fundos europeus.

4.3.3- Localização no espaço pedonal

Um dos objectivos fundamentais do inquérito consistia em conhecer a opinião dos comerciantes sobre a pedonização das ruas do centro do Funchal (Figuras 43 e 44). A maioria dos inquiridos na rua Fernão de Ornelas considera que a pedonização das ruas do centro do Funchal beneficiou o comércio tradicional (82,5%), porque passam mais pessoas na rua (27,3%), as condições de circulação pedonal são melhores (23,6%), há menos poluição (20,9%) e as pessoas associam mais a compra ao lazer (17,3%). Outras razões apontadas foram o facto de o espaço ter ficado mais seguro, mais bonito e atrair mais turismo. Nas ruas de João Tavira e das Queimadas, e também na rua de Santa Maria, 75,7% dos comerciantes referem que a pedonização das ruas do centro do Funchal beneficiou o comércio tradicional, apontando razões idênticas às referidas pelos inquiridos na rua Fernão de Ornelas. Os comerciantes da rua de Santa Maria referiram

ainda que, para além da pedonização do espaço, a lei que proibiu fumar dentro dos estabelecimentos, também contribuiu para a proliferação das esplanadas.

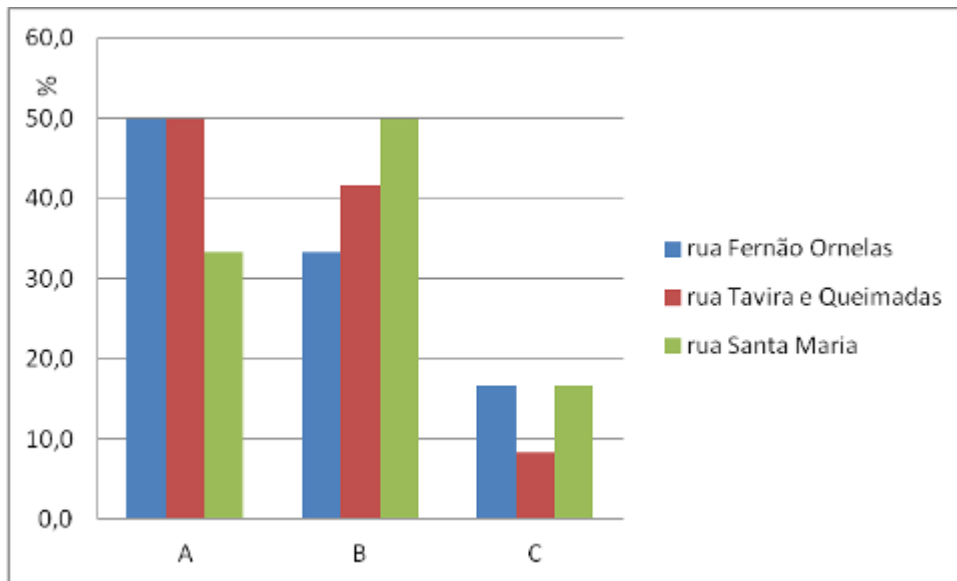


A- Passam mais pessoas na rua; B- As condições de circulação pedonal são melhores; C- Há menos poluição; D- As pessoas associam o lazer e a compra; E- Há mais segurança; F- Outra razão.

Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011

Figura 43 - Aspectos positivos da pedonização no centro do Funchal

Quanto às consequências negativas da pedonização (Figura 44), na rua Fernão de Ornelas, dos comerciantes que acham que a pedonização não beneficiou o comércio tradicional do centro (17,5%), metade referiu que as pessoas compram menos porque não trazem o carro. Outras respostas destacaram a maior dificuldade no abastecimento da loja, o transporte de sacos pesados até ao estacionamento distante e o parque de estacionamento ser muito caro. Nas ruas de João Tavira e das Queimadas, dos 24,3% que consideram que o comércio tradicional não saiu beneficiado (percentagem maior do que na rua Fernão de Ornelas), metade também associou ao facto de as pessoas comprarem menos por não trazerem o carro. A dificuldade no abastecimento da loja (41,7%) e o facto de a pedonização facilitar a “desertificação nocturna” das ruas (8,3%) foram outras razões referidas. Na rua de Santa Maria dos 24,3% de inquiridos que acham que a criação do espaço pedonal não beneficiou o comércio tradicional, metade justificou-se com a maior dificuldade no abastecimento das lojas mas também apontaram outras razões: 1/3 referiram que as pessoas compram menos porque não trazem o carro e 16,7%, referem outras razões, sem as especificarem.



A- As pessoas compram menos porque não trazem o carro; B- O abastecimento da loja é mais difícil; C- Outra razão.

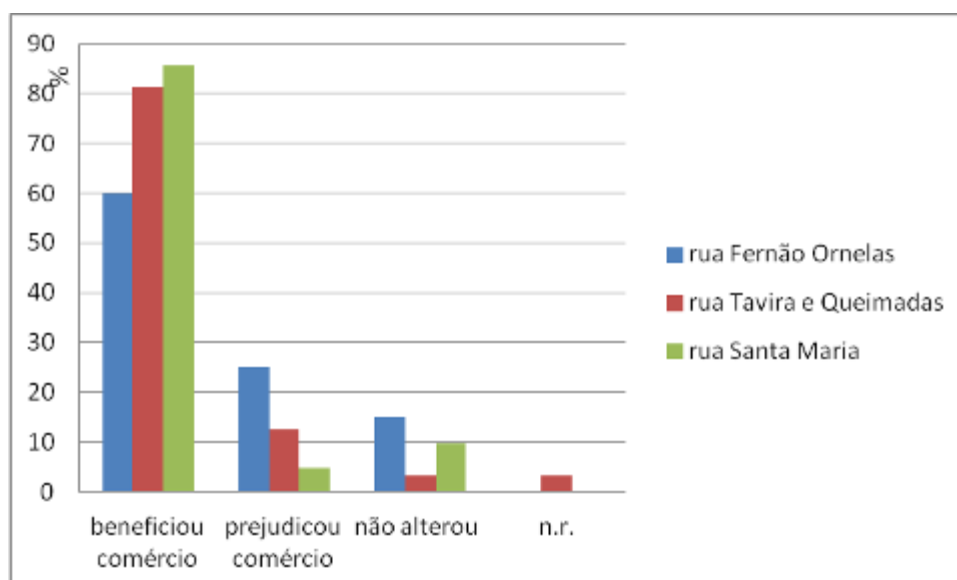
Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 44 - Aspectos negativos da pedonização no centro do Funchal

Especificamente sobre os efeitos da pedonização no comércio da rua onde se localiza o estabelecimento (Figura 45), 60% dos comerciantes da rua Dr. Fernão de Ornelas, consideram que o comércio saiu beneficiado, devido à presença de menos carros, mais pessoas e mais turistas; o espaço tornou-se mais bonito, mais seguro, com esplanadas e passeios mais largos, garantindo assim melhores condições de circulação pedonal, mais espaço, conforto e potenciando a associação entre compra e lazer. Por sua vez, ¼ dos inquiridos considera que o comércio foi prejudicado, devido à falta de estacionamento barato e de proximidade (parcómetros), à escassez de animação na rua e ao problema do abastecimento das lojas. Apesar de haver uma faixa de rodagem com apenas um sentido, é certo que se notam alguns problemas no abastecimento das lojas, bem como no transporte de mercadorias volumosas e pesadas para o consumidor. Por fim, 15% referem que a (semi-) pedonização, não teve consequências sobre o comércio. No caso específico das ruas de João Tavira e das Queimadas, 81,3% dos comerciantes acham que o comércio foi beneficiado, pois as condições de circulação pedonal, atração de clientes e turistas e a segurança melhoraram consideravelmente, há mais espaços para esplanadas, ocorreu revitalização e reforço do comércio. Por sua vez, 12,5% consideram que o comércio foi prejudicado, devido a não poderem circular carros, pois

isso traduz-se numa quebra na procura. Por fim, 3,1% acham que a pedonização não interferiu com a situação do comércio e 3,1% não respondeu a esta questão. Na rua de Santa Maria, 85,7% dos inquiridos referem que o comércio foi beneficiado, argumentando de forma idêntica aos das restantes ruas: melhores condições de circulação pedonal, maior capacidade de atração, mais animação e esplanadas; nova vida na zona velha, mais turistas, mais segurança e menos poluição. Apenas 4,8% acha que o comércio foi prejudicado, porque o abastecimento da loja se tornou mais difícil. Por fim, 9,5% refere que a pedonização não alterou a situação do comércio.

Em suma, apesar da concorrência, da crise e consequente diminuição das vendas a esmagadora maioria dos comerciantes inquiridos considera que a pedonização nestas ruas beneficiou o comércio não só do centro da cidade mas também o das ruas onde exercem a atividade.



Fonte: Inquérito aos comerciantes, dezembro 2011.

Figura 45- Influência da pedonização na rua onde exercem a atividade

Quando questionados sobre o possível efeito diferencial da pedonização entre diferentes ramos de atividade, 65% dos comerciantes são da opinião que todos os ramos de negócio beneficiaram, devido a mais espaço, mais conforto para ver montras e mais turistas nas esplanadas. No entanto, 35%, consideram que os ramos mais beneficiados foram a restauração (cafés, restaurantes e esplanadas), e algumas lojas de maior dimensão, sobretudo de equipamento pessoal (vestuário, sapataria, bijuteria). Os mais prejudicados foram as farmácias, as lojas de decoração e eletrodomésticos e os

armazenistas (devido ao transporte e carga e descarga de produtos pesados e de grande volume) e os cabeleireiros. O pronto-a-vestir surge como beneficiado na rua Fernão de Ornelas (provavelmente devido ao status mais elevado da rua e das respetivas funções) e como prejudicado nas ruas de João Tavira e das Queimadas aparece como dos mais prejudicados). Na rua de Santa Maria, a maioria dos inquiridos considera que a pedonização foi mais vantajosa para alguns ramos de negócio, designadamente para a restauração, que é aí dominante.

Inquiridos sobre as vantagens específicas para os seus estabelecimentos decorrentes de estarem localizados numa rua pedonal apontaram o aumento do fluxo de pessoas, e de turistas de cruzeiros, que se traduziu em maior volume de negócio; outros aspetos referidos foram o facto de a pedonização ter reforçado a “proximidade” ao mercado (rua Fernão de Ornelas) e a função de local de passagem e ter conferido um aspeto moderno e seguro que convida à fruição do espaço, das esplanadas e das montras, associando a compra ao lazer. A presença de mais pessoas faz passar a informação mais rapidamente, ou seja, o facto de a rua ser pedonal, facilita a difusão da informação, com benefício para o comércio. Na rua de Santa Maria, há mais espaço para as pessoas circularem, mais restaurantes e esplanadas, mais animação de rua e há o museu a céu aberto e a iniciativa das portas pintadas; tudo isto contribuiu para reforçar a presença de pessoas e turistas (segundo opinião de alguns comerciantes o fluxo de turistas terá, no mínimo triplicado). As principais desvantagens apontadas relacionam-se com a escassez de acessos, estacionamento e animação, principalmente aos fins-de-semana; com o custo do estacionamento e a dificuldade de acesso a veículos prioritários (socorro/ambulâncias) e ainda com a limpeza e a recolha de lixo e o condicionamento das cargas e descargas (entregas e abastecimento).

Na rua Fernão de Ornelas, apesar de muitos dos comerciantes serem defensores da pedonização e reconhecerem os seus benefícios para o comércio, 72,5% consideram que a rua não deverá ser totalmente interdita ao trânsito, por terem presentes, exemplos mal sucedidos em que tal aconteceu e também porque essa situação, impediria o acesso ao estacionamento do centro comercial Anadia, mesmo ao lado da rua em questão. A manutenção da circulação rodoviária é importante porque traz clientes e facilita as cargas e descargas. No entanto, 22,5%, são da opinião que seria positivo encerrar totalmente a rua ao trânsito, argumentando que reforçava a mobilidade pedonal e a zona de lazer, facilitava a instalação de mais esplanadas, as pessoas permaneciam

mais tempo, criava uma “atmosfera” de centro comercial a céu aberto, e, tudo isso, teria reflexos positivos no negócio. Na rua de Santa Maria, dos 21 comerciantes inquiridos, 16 têm o seu estabelecimento situado na parte pedonizada, sendo que os outros 5 estão localizados na parte aberta ao trânsito. Apesar de muitos dos comerciantes serem defensores da pedonização e dos seus benefícios para o comércio, dos 5 inquiridos atrás mencionados, 4 acham que a rua não deveria fechar totalmente ao trânsito, devido ao problema das cargas e descargas, e há dificuldade de acesso às residências por falta de alternativas.

Quanto aos centros comerciais, a maioria dos inquiridos considera que prejudicaram o comércio tradicional na medida em que provocaram uma concorrência (intraespecífica e interespecífica) muito intensa, dada a grande variedade de produtos, de lojas, de marcas e de serviços, porque estão abertos ao fim de semana e fecham mais tarde durante a semana, porque garantem maior conforto em dias de chuva e vento e têm estacionamento amplo e barato/gratuito. Funcionam como ponto de encontro de famílias, dispõem de marcas internacionais, praticam campanhas muito agressivas com preços mais baixos, são espaços modernos que envolvem a clientela numa atmosfera propícia à compra e ao lazer; perante estes argumentos as pessoas deixam de passear no Funchal, preferindo o centro comercial. A oferta que existe no centro da cidade não é a mesma que encontramos nos centros comerciais. Os (poucos) comerciantes que admitem que os centros comerciais não prejudicaram o comércio tradicional referem que as lojas dos centros comerciais são muito diferentes das do comércio tradicional e praticam preços muito elevados, pelo que não se constituem como concorrentes diretos. Na rua de Santa Maria, a restauração (principal ramo) não sofreu com a abertura dos centros comerciais na cidade e o turismo compensou alguma quebra verificada. De referir que alguns comerciantes salientaram que os Portugueses, em geral, não gostam de andar a pé e por esse facto preferem os centros comerciais ao comércio tradicional em ruas pedonais.

Especificamente em relação ao centro comercial, *Dolce Vita* (que abriu portas em 2007, no centro da cidade), para o comércio das ruas adjacentes os seus efeitos negativos foram a concorrência devido à concentração da oferta e o aumento das rendas nos estabelecimentos; as pessoas deixaram de ir ao centro “tradicional” (desvio de clientes), devido ao horário alargado e à proximidade do comércio tradicional. Os aspetos positivos têm a ver com melhoramento dos acessos, à reabilitação urbana,

valorização da zona, reforço do fluxo de pessoas nas ruas, o aumento da procura de lojas no centro, a mudança de atitude de alguns comerciantes da baixa que despertaram para a necessidade de qualificar o estabelecimento, o reforço do estacionamento devido ao parque do centro comercial (875 lugares), os preços elevados que interferem pouco com o comércio tradicional, abertura da farmácia do *Dolce Vita* 24h por dia, diversificação da oferta comercial. Os inquiridos mostram-se muito divididos quanto aos efeitos positivos e negativos do *Dolce Vita* para o centro da cidade: uns referem que este espaço não era necessário, não trouxe nada de novo e que pratica preços muito elevados; outros afirmam que o centro comercial em questão reforçou a sua capacidade de atração com benefícios para o comércio tradicional e para a valorização da área adjacente.

As principais medidas apontadas pelos comerciantes para melhorar o comércio tradicional são, a nível de iniciativas e intervenção de outras entidades, a necessidade de remodelar o mercado e a marina, criar mais ruas pedonais e mais estacionamento (mais barato e com introdução de descontos para quem faz compras), reduzir impostos e taxas; baixar o valor das rendas (a Câmara Municipal deveria controlar o preço do metro quadrado das unidades comerciais), flexibilizar os horários durante a semana e aos fins-de-semana (abertura ao sábado à tarde), melhorar os transportes públicos e criar ciclovias, melhorar o espaço público (mobiliário urbano, canteiros, iluminação, instalações sanitárias) e reforçar a segurança.

Quanto a medidas que os próprios comerciantes devem adotar é necessário incentivar o diálogo e criar parcerias para modernizar o comércio tradicional, inovar e diversificar a oferta nas lojas, apostar na publicidade das lojas (*facebook* e outras redes sociais), desenvolver campanhas para promover produtos nacionais/regionais, apostar na formação dos comerciantes e dos trabalhadores, transformar a rua num centro comercial a céu aberto com animação (por exemplo com oferta de produtos regionais, criação de lazer específico para crianças) e aproveitar melhor o turismo, em particular do mercado de cruzeiros.

Nas ruas de João Távira e das Queimadas notou-se a preocupação com a recuperação dos prédios antigos e com a segurança, principalmente depois de os estabelecimentos encerrarem, devendo melhorar a iluminação das ruas e reforçar o policiamento e a presença de guardas noturnos. Há comerciantes que se queixam de haver muitos espaços comerciais do mesmo ramo (concorrência intraespecífica) que,

vendendo o mesmo produto, competem cada vez mais entre si, sugerindo que a Câmara Municipal condicionasse o licenciamento, sobretudo de cafés e cabeleireiros, onde o excesso de oferta é mais sentido. Os comerciantes apontaram ainda a importância da animação das ruas, através de iniciativas como eventos religiosos e feiras gastronómicas.

Na rua de Santa Maria foi bastante repetida a necessidade de melhorar a iluminação e a limpeza da rua (a lavagem da rua e o tratamento dos esgotos deviam ser mais frequentes) devido à presença das esplanadas. Deviam abrir lojas de roupa, sapatarias e artesanato no horário noturno para público mais jovem (marcas conhecidas); foram também sugeridas mostras de artes e ofícios tradicionais (sapateiro, etc). Devia haver maior tolerância à noite no estacionamento, por parte das autoridades. Na restauração os menus deviam ser mais baratos e com novas ementas, preços mais baixos e/ou promoções. Para finalizar devia-se construir ou recuperar mais habitação para a rua ficar com mais residentes e mais atrativa.

Na rua Fernão de Ornelas foi referida a importância para o comércio da abertura do mercado durante a semana, fim-de-semana e feriados. Das inúmeras propostas merece comentário a questão do horário de funcionamento, em que uns comerciantes sugerem flexibilização e outros, uniformização com os centros comerciais. Uns sugerem mais iniciativas e intervenção das entidades, enquanto outros consideram que devem ser os próprios comerciantes a liderar as mudanças, tornando-se mais dinâmicos, dialogando, desenvolvendo parcerias, etc. É ainda curioso, e até um pouco paradoxal, que se defenda a pedonização como medida para melhorar o comércio local, quando 72,5% não considera útil o encerramento total ao trânsito da sua própria rua.

Quanto às associações é mais uma vez importante constatar que 70% dos comerciantes não pertencem a nenhuma associação, sendo que os que pertencem são maioritariamente membros da Associação de Comércio e Indústria do Funchal, sendo ainda de referir a Associação de Comércio e Serviços e a ASSICOM (Associação da Indústria e da Construção da Região Autónoma da Madeira). A rua de Santa Maria é a que apresenta maior percentagem de associados, a rondar os 40%.

As vantagens e apoios que conseguem das associações a que pertencem são a obtenção de informação, cursos e formação; apoio jurídico; ajuda monetária, parcerias, contactos e troca de impressões. No entanto, alguns inquiridos, afirmam que as Associações só ajudam os grandes comerciantes e que a maioria, nada beneficia. No

caso da rua de Santa Maria foi ainda referida a ajuda na execução da lista de menus ao setor da restauração, bem como apoio jurídico após a catástrofe natural do 20 de fevereiro.

No geral, a maioria dos comerciantes associados não costumam participar em iniciativas propostas pela respetiva associação porque, no seu entender, há falta de informação, não surgem boas propostas, falta de dinamismo e não há ações de divulgação das lojas e do comércio. Os que já participaram em iniciativas enumeraram as seguintes: expo-natal e feira das oportunidades, festival do vinho e do bordado, mostras e festivais, montras vivas, feiras, cursos e colóquios, a festa da flor e formação de pessoal e Programa + comércio. Na rua de Santa Maria, apesar de ter a percentagem mais elevada de associados, quando comparada com as outras ruas em estudo, constatase que mais de 90% não participam nas suas iniciativas, manifestando alguma indiferença pelas atividades da respetiva Associação.

5- Síntese

A população na cidade do Funchal (111892 hab.) concentra cerca de 42% da população da RAM (267785 hab.), o que é muito relevante em termos de potencial de mercado (reforçado ainda pela procura turística). Apesar dos esforços da autarquia, a população tem diminuído nas freguesias do centro da cidade, com exceção da freguesia da Sé, que na última década registou uma ligeira recuperação, embora o efetivo total seja muito baixo.

Até ao início do século passado, a cidade cresceu lentamente, para norte e oeste, mantendo um cariz rural, acusando níveis de degradação física e social elevados e um défice de urbanidade. No século XX foram apresentados vários projetos para a cidade, com destaque para ao Plano Geral de Melhoramentos para o Funchal, apresentado por Ventura Terra em 1915. Apesar de nunca ter sido implementado tinha uma conceção moderna de cidade e acabou por influenciar as realizações posteriores. A partir de 1935, Fernão de Ornelas, assumiu a presidência da edilidade e o responsável pelo grande plano de urbanização da cidade que viria a transformar a capital madeirense, dotando-a de avenidas e ruas amplas, infra-estruturas e equipamentos, conferindo-lhe pela primeira vez um carácter verdadeiramente urbano e moderno. O crescimento entretanto registado transformou o Funchal numa das principais cidades médias à escala nacional, com as vantagens e as limitações que esse estatuto lhe confere. O envelhecimento e perda da

população residente nas áreas centrais, embora não seja aqui tão pronunciado como noutras cidades, faz-se sentir e tem profundos reflexos na atividade económica, em particular no comércio. Entre as políticas para tentar minorar esses problemas destacam-se a implementação de projetos de urbanismo comercial, a pedonização de algumas das principais ruas de comércio e outras medidas para facilitar a acessibilidade e mobilidade no centro da cidade.

O recenseamento aos estabelecimentos em três áreas selecionadas na cidade, e a sua comparação com os dados de 1971, comprovam a importância da rua Dr. Fernão de Ornelas, como eixo comercial estruturante. Na rua de Santa Maria, a pedonização do troço principal da rua contribuiu para a sua revitalização e do seu comércio. Outro caso bem-sucedido foi a aposta na restauração nas ruas das Queimadas. Ao invés, a rua de João Tavira, apesar da sua localização central e de estar pedonizada, entrou em declínio.

O questionário aos comerciantes demonstrou a pequena dimensão das empresas e dos estabelecimentos, o baixo grau de escolaridade dos comerciantes e a sua fraca propensão para investires na modernização das lojas e na formação profissional. A maior parte dos estabelecimentos estão abertos à hora do almoço, mas encerrados ao sábado à tarde e domingos (à exceção da rua de Santa Maria, dada a importância da restauração). Mostram-se preocupados com a concorrência dos centros comerciais, mas divididos quanto ao impacto do Dolce Vita localizado no centro da cidade. A pedonização é reconhecida como positiva para a cidade e para o negócio pela maior parte dos comerciantes.

IV – Conclusões

O comércio tem uma importância muito grande a nível económico e social, uma vez que contribui para a criação de emprego e para o crescimento económico. Assumindo a cidade e o comércio uma relação de forte dependência, as mudanças na forma e nas funções da cidade são acompanhadas igualmente por diversas transformações e alterações no comércio. Nas últimas décadas, assistimos a profundas transformações morfológicas e funcionais na cidade, destacando-se, por um lado, as que ocorreram nas suas áreas centrais e, por outro, as que levaram à definição de novas centralidades e à reconversão de áreas para alargamento das funções urbanas tradicionais de comércio, serviços, turismo e lazer. Também o comércio sofreu profundas transformações sendo de realçar, no Funchal, a implantação de insígnias de

empresas estrangeiras, a abertura de novos centros comerciais (de grande dimensão e com um elevado número de lojas) fora do centro da cidade, que vieram criar novas centralidades (Madeira *Shopping*, 2001; *Forum Madeira*, 2005), com concentração de comércio, serviços, estacionamento grátis ou mais barato, preços mais acessíveis, horário alargado e mais animação. Estes fatores aliados à fraca capacidade de reconversão e adaptação do comércio no centro do Funchal fizeram com que vários estabelecimentos tivessem de encerrar. No entanto, apesar da crise, o que se nota nas ruas estudadas é que o número de estabelecimentos comerciais tem vindo a aumentar, com exceção da rua de João Tavira, que apesar da sua localização privilegiada e do facto de ser pedonal, entrou em declínio a nível comercial. Destacam-se em sentido inverso, a rua Dr. Fernão de Ornelas que continua a deter o maior número de estabelecimentos (mais qualificados e melhor adaptados às atuais necessidades e exigências dos consumidores), as ruas das Queimadas de Cima e de Baixo, que diversificando a sua oferta recuperaram alguns estabelecimentos e a rua de Santa Maria que, através das políticas de reconversão adotadas e da pedonização da maior parte da rua, aumentou bastante o número de estabelecimentos e a animação. Os apoios no âmbito do PROCOM e mais recentemente do URBCOM (ações de urbanismo comercial) foram muito importantes para o efeito.

A pedonização do espaço público urbano exerce uma forte influência no comércio do centro histórico do Funchal. Assim, as políticas desenvolvidas nesse âmbito têm consequências profundas na rua onde são implementadas, embora não se possa esperar que, por si, consigam resolver todos os problemas que afetam o centro da cidade e as suas atividades. É preciso adequar a pedonização às características de cada rua/espço e articulá-la com outras medidas para maximizar os seus efeitos. Na rua Fernão de Ornelas, a solução de semi-pedonização adotada, com passeios mais largos e semáforos para controlar a velocidade, permitiu que a rua continuasse a ter a importância que sempre teve (ou mesmo o seu reforço) em termos de fluxo de pessoas que a percorrem e a nível das atividades que oferece. Na rua de Santa Maria através da pedonização e da intensa animação criada, apareceram muitas esplanadas e o comércio tornou-se cada vez mais ativo. Em sentido oposto está a rua de João Tavira que, apesar de pedonizada, perdeu clientela e comerciantes, provavelmente porque a pedonização não foi complementada com ações de animação, reforço da iluminação pública e recuperação de edifícios degradados; acresce ainda que o “centro comercial Tavira” aí

localizado, após a abertura dos novos centros comerciais entrou em declínio, acabando por encerrar.

O questionário feito aos comerciantes destas ruas pedonais veio mostrar que a maioria dos estabelecimentos é de pequena dimensão, com um reduzido número de empregados, e que os comerciantes têm baixos graus de escolaridade e investem pouco no negócio, atribuindo escassa relevância às novas tecnologias e à formação de pessoal. Contudo, a maior parte dos estabelecimentos estão abertos à hora de almoço, embora encerrados ao sábado à tarde e aos domingos (exceção da rua de Santa Maria, por ter muitos estabelecimentos ligados à restauração); a concorrência dos grandes centros comerciais fez-se sentir no centro da cidade, embora as opiniões se dividam quando aos efeitos do mais recente, o *Dolce Vita*, localizado no próprio centro. Apesar de muitos comerciantes se queixarem da escassez de apoios e da falta de união no seio da “classe”, o certo é que a maioria não pertence a nenhuma associação comercial e muitos dos que são associados, não aderem às suas iniciativas. Alguns inquiridos queixam-se de haver um número exagerado de estabelecimentos na cidade, muitos do mesmo ramo e na mesma rua. Para finalizar, é de realçar que os comerciantes reconhecem a importância que a pedonização tem não só para o comércio da rua onde se localizam como para o seu negócio em particular, devido a passarem mais pessoas na rua, favorecer o encontro e o convívio, as condições de circulação pedonal serem melhores (mais cómodas), haver menos poluição (devido à interdição ou condicionamento da circulação automóvel), as pessoas associarem o lazer e a compra (cada vez mais importante) e haver mais segurança.

Em futuros trabalhos será importante avaliar a situação de outras ruas pedonais do centro da cidade em termos de evolução comercial, e conhecer a opinião não só dos comerciantes e da autarquia, mas também dos utilizadores desses espaços públicos pedonais de modo a corrigir aspetos menos bem conseguidos e a sugerir medidas de políticas relacionadas com a sua gestão.

Bibliografia

ALMANAQUE REGIONAL (1992) – *Almanaque Regional*. Posto Emissor do Funchal, Funchal.

Anuário Comercial de Portugal (1971), III Volume, 90ª edição.

ALDUAN, Alfonso Sanz (1998)- *Elogio y censura de la peatonalización de los centros históricos*, Burgos.

BAIROCH, Paul (1985) - *De Jericó à Mexico.Villes et Economies dans l’Histoire*. Paris, Gallimard.

BALSAS, Carlos J. L. (1999) – *Urbanismo Comercial em Portugal e a Revitalização do Centro das Cidades*, Ministério da Economia: Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, Lisboa.

BALSAS, Carlos J. L. (2000) – *O Urbanismo Comercial e as Parcerias Público-Privadas para a gestão do centro das cidades: ensinamentos da experiência estrangeira*, Lisboa. Estudo elaborado para o Observatório do Comércio.

BALSAS, Carlos, J. L. (2002) – *Urbanismo Comercial e parcerias público-privado*, Ministério da Economia: Gabinete de Estudos e Prospectivas Económica/Observatório do Comércio, Lisboa.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa (1992). *A cidade em Portugal. Uma Geografia Urbana*. Porto: Edições Afrontamento.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa (1996) – *Do comércio à distribuição. Roteiro de uma mudança*. Oeiras: Celta.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa (2002) – “*Estratégias empresariais, emprego e empregabilidade no comércio*”, Lisboa, Gepe.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa; MARQUES, Teresa Sá; DOMINGUES, Álvaro (2005) – “*Cidade e Sistema Urbano*”, in MEDEIROS, C.A, *Geografia de Portugal*, Lisboa, Circulo de Leitores, vol. II, pp.176-225.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa, e outros (2005) – “*A cidade como espaço de vida e lugar de produção*”, in MEDEIROS, C.A., *Geografia de Portugal*, Lisboa, Circulo de Leitores, vol. II, pp.306-404.

BARATA-SALGUEIRO, Teresa e CACHINHO, Herculano (ed.) (2011) – *Retail Planning for the Resilient City. Consumption and Urban Regeneration*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.

BARRETA, João (2007) – *Comércio, Cidade e Projectos de Urbanismo Comercial*, ed. do autor, Setúbal.

BARRETA, João (2009) “Centros Comerciais a céu aberto. Potencialidades da gestão integrada de centros urbanos”, *Prospectiva e Planeamento*, vol. 16, pp. 103-136.

BETTENCOURT, Luisa (2010) – “A Morfologia Urbana da Cidade do Funchal e os seus Espaços Públicos Estruturantes”, *Malha Urbana. Revista Lusófona de Urbanismo Morfologia* – (Estudos pós-graduados, nº10, Morfologia Urbana e espaço público), Lisboa.

CACHINHO, Herculano (1992) - « L’Urbanisme Commercial: un instrument au service de l’aménagement des activités commerciales » in Barata-Salgueiro, T (dir.) *Commerce, Aménagement et Urbanisme Commercial*, Lisboa, GECIC, 1992, pp. 247-260.

CACHINHO, Herculano (2002) – *O comércio retalhista português – Pós-modernidade, consumidores e espaço*. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica/Ministério da Economia, Lisboa.

CACHINHO, Herculano (2005) – “O comércio retalhista: da oferta de bens às experiências de vida”, in MEDEIROS, C.A., *Geografia de Portugal*, Lisboa, Circulo de Leitores, vol.III, pp.265-331

CARITA, Rui (2003) – “*Associação Comercial e Industrial do Funchal – Esboço Histórico (1933-2002)*”, Funchal, Edicarte.

DANTAS, Gilda (2011) – *Rede Urbana e Desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira*. Tese de Doutoramento em Planeamento e Ordenamento do Território, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, [Não Publicada].

DGCI (1991)- *Areas peatonales comerciales en España*, Estudios (Espanña. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) Madrid: Dirección General de Comercio Interior, Editora Ministerio de Industria Comercio y Turismo.

DIREÇÃO REGIONAL DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E ENERGIA (2002) – Estudo sobre “*O comércio tradicional na Madeira*”, in http://drcie.gov-madeira.pt/drcie/index.php?option=com_content&view=article&id=304&Itemid=837

ELIZAGÁRATE, Victoria (2006) – “El comercio y la regeneración urbana de la ciudad: Una estrategia integral de marketing de ciudades”, in *Distribución y Consumo*, nº84, p.40-49.

Encontro “*Cidade para o Cidadão. O Planeamento de Pormenor em Questão*”
Contributos recebidos das entidades convidadas a colaborar na preparação do Encontro 2006

FERNANDES, José Alberto Rio (1989) – “Circulação, peões e baixa: o caso do Porto”, in *Revista da Faculdade de Letras do Porto-Geografia*, I série, Vol. V, Porto, p.33-43.

FERNANDES, José Alberto Rio (1994/95) – “Urbanismo Comercial – a experiência Portuguesa”, in *Revista da Faculdade de Letras do Porto-Geografia*, I série, Vol. X/XI, Porto, p.105-125.

FERNANDES, José Alberto Rio (2007) – “As actividades comerciais e a valorização das áreas centrais”, in *Inforgeo*, Porto, nº 20/21, p. 129-135.

FERNANDES, José Alberto Rio; Rocha, Eunice (2009) – “O tempo, o espaço, o comércio e o caso da Rua de Santa Catarina, na cidade do Porto”, in *Cadernos da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Porto, Nº 1, p. 257-285.

GASPAR, Jorge (1986) – “*Dinâmica Funcional do Centro de Lisboa*”, Lisboa, Livros Horizonte, p.186.

GOMES, Vitor (2000) – *Leitura da lógica da Internacionalização e das ligações Global/Local no comércio do Funchal*, Funchal, Centro de Estudos de História do Atlântico.

JIMENEZ, Sebastián Molinillo (s/d)- *Centros comerciales de área urbana*, Universidade de Málaga, ESIC Editorial, Madrid.

JOVENS EMPRESÁRIOS DA MADEIRA (2000) – “*Procom*”, *Núcleo Histórico da Sé*, Funchal, Madeira.

KOEBEL, W.H. (1909) – “*Madeira, Old and new*”, Francis Griffiths, London.

LAMAS, José Ressano (2010) – *Morfologia Urbana e desenho da cidade*, 5ª edição, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

LOPES, Agostinho (2008) – “*A obra de Fernão de Ornelas na presidência da Câmara Municipal do Funchal (1935-1946)*”, Coleção Funchal 500 anos, Empresa Municipal “Funchal 500 anos”.

MARROU, Louis “Especialização e Comércio da Especialidade na Baixa pombalina: sua evolução histórica” in *Comércio de Especialidade*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa, 1989, pp. 9-23.

MÉRENNE-SCHOUMAKER, B.; BROWET, B. (1988) – “*Localisation du magasin – guide pratique*”, Bruxelas, Comité Belge de la Distribution.

MUMFORD, Lewis (1982) - “*A Cidade na História. Suas origens, transformações e perspectivas*”. São Paulo, Livraria Martins Fontes/ed Universidade de Brasília, 2ª ed.

Plano Director Municipal do Funchal – 1972, Câmara Municipal do Funchal.

Plano Director Municipal do Funchal – 1997, Câmara Municipal do Funchal.

Pedestrian Mobility Switzerland in <http://www.fussverkehr.ch/english/>

PEREIRA, Raul da Silva (1969) – “*Desenvolvimento e urbanismo do arquipélago da madeira*”, comunicação integrada no Colóquio de Urbanismo do Funchal.

RÉMY, Jean e VOYÉ, Liliane. (2004) – *A cidade: rumo a uma nova definição*. 3ª ed. Porto, Ed. Afrontamento.

RÉNÉ, Paul Desse (2001)– *Le nouveau commerce urbain, Dynamiques spatiales et stratégies des acteurs*, Rennes, PUR.

SÁ, Frederico Amado de Moura (2010) - *Espaço público à escala local*, Universidade de Aveiro, Secção Autónoma de Ciências Sociais, Jurídicas e Políticas [Dissertação de Mestrado em Planeamento do Território – Ordenamento da Cidade].

SARMENTO, Alberto Artur – (1953) - “*Freguesias da Madeira*” 2ª edição, Edição da Junta Geral do Distrito Autónomo da Funchal.

SILVA, Carlos Nunes – (2002) - “A Carta do Novo Urbanismo” e a “Nova Carta de Atenas”: a utopia urbana do Século XXI. *Cadernos Municipais – Revista de Acção Regional e Local*, Vol. XVI (79), pp. 35-47

SILVA, Fernando Augusto da e MENESES, Carlos de Azevedo de - (1978) – “*Elucidário Madeirense*», 4ª ed. - Funchal : Secretaria Regional da Educação e Cultura

VARGAS, Heliana Comin (2000) – “*O Comércio e cidade: uma relação de simbiose*”, http://www.usp.br/fau/deprojeto/labcom/produtos/2000_vargas_comerciocidadereelacaorigem.pdf

Publicações Periódicas

Diário de Notícias da Madeira

Jornal “i”

Jornal da Madeira

Índice de figuras

	Pg.
Figura 1- Rua pedonizada - Strøget em Copenhaga- considerada a maior rua pedonal do mundo	24
Figura 2- Rua Delícias- Eixo pedonal em Zaragoza (Espanha)	25
Figura 3- Rua Larios no centro histórico de Málaga	25
Figura 4- Rua Ancha – Leon- (Espanha)	26
Figura 5- Rua 25 de Março - São Paulo – Brasil	28
Figura 6- Braga – Pedonização da Avenida da Liberdade	37
Figura 7- Pedonização na baixa de Coimbra	38
Figura 8- Pedonização em Torres Vedras	39
Figura 9- Arquipélago da Madeira	41
Figura 10- Freguesias do concelho do Funchal	42
Figura 11- Parte da cidade do Funchal. Localização das ruas pedonais estudadas	43
Figura 12- Evolução do indicador per capita do poder de compra (1993-2009)	47
Figura 13- Esquema das áreas de expansão da cidade do Funchal	50
Figura 14- Estabelecimentos de Comércio e Serviços, por ruas (1971 e 2012)	56
Figura 15- Estabelecimentos comerciais na rua Dr. Fernão de Ornelas, por ramo de atividade (1971 e 2012)	57
Figura 16- Estabelecimentos de Serviços na rua Dr. Fernão de Ornelas, por ramos de atividade (1971 e 2012)	57
Figura 17- Estabelecimentos comerciais na rua de João Távira e Queimadas de Cima e de Baixo, por ramos de atividade (1971 e 2012)	58
Figura 18- Estabelecimentos de Serviços na rua de João Távira e Queimadas de Cima e de Baixo, por ramos de atividade (1971 e 2012)	59
Figura 19- Estabelecimentos comerciais na rua de Santa Maria, por ramo de atividade (1971 e 2012)	60
Figura 20- Estabelecimentos de Serviços na rua de Santa Maria, por ramos de atividade (1971 e 2012)	60
Figura 21- As áreas de intervenção nos projetos de urbanismo	114

comercial (URBCOM) no Funchal	66
Figura 22- Ruas pedonais da cidade do Funchal	70
Figura 23- Pedonização na rua Dr. Fernão de Ornelas	75
Figura 24- Pedonização na rua Dr. Fernão de Ornelas	75
Figura 25- Pedonização na rua de João Tavira	77
Figura 26- Pedonização na rua de João Tavira	77
Figura 27- Pedonização na rua da Queimada de Cima	78
Figura 28- Pedonização na rua da Queimada de Cima	78
Figura 29- Pedonização na rua da Queimada de Baixo	79
Figura 30- Pedonização na rua da Queimada de Baixo	79
Figura 31- rua de Santa Maria (troço pedonizado)	81
Figura 32- rua de Santa Maria (troço pedonizado)	81
Figura 33- Idade dos comerciantes inquiridos em 2011	84
Figura 34- Freguesia de residência dos comerciantes inquiridos	85
Figura 35- Escolaridade do comerciante em 2011	86
Figura 36- Dimensão total dos estabelecimentos inquiridos (m ²)	87
Figura 37- Dimensão da área de venda dos estabelecimentos inquiridos (m ²)	88
Figura 38- Repartição do pessoal ao serviço, por grupos etários	90
Figura 39- Valores do aluguer mensal dos estabelecimentos Inquiridos	91
Figura 40- Evolução do volume de vendas nos últimos três anos	93
Figura 41- Alterações no estabelecimento nos últimos 5 anos	95
Figura 42- Razões para não investir no estabelecimento	96
Figura 43- Aspetos positivos da pedonização no centro do Funchal	98
Figura 44- Aspetos negativos da pedonização no centro do Funchal	99
Figura 45- Influência da pedonização na rua onde exercem a atividade	100

Índice de quadros

	Pg.
Quadro 1 – Variáveis e indicadores básicos relativos ao comércio a retalho (excluindo automóveis e veículos a motor) na EU.27 e em Portugal (2009)	30
Quadro 2 – Evolução da população residente no Funchal e na RAM (1981-2011)	44
Quadro 3 – Evolução da população residente nas freguesias da Sé e Santa Maria Maior (Funchal), 1981-2011	45
Quadro 4 – Evolução da taxa de natalidade (‰) no Funchal e na RAM (1981-2010)	46
Quadro 5 – Repartição da população por grupos etários no Funchal (1981-2011)	46
Quadro 6 – Evolução da população empregada por setores de atividade (1991-2011)	46
Quadro 7- Planos Urbanísticos do Funchal no século XX	54
Quadro 8- Estabelecimentos comerciais inquiridos por rua e ramos de negócio	87

Anexos

Anexo I - Classificação do comércio e dos serviços (Barata-Salgueiro, 1996)

<p>Comércio a retalho</p> <p>1. <i>Produtos alimentares</i></p> <p>1.1 Hipermercados</p> <p>1.2 Supermercados</p> <p>1.3 mercearia, Minimercado</p> <p>1.4 Fruta e hortaliça</p> <p>1.5 Carne</p> <p>1.6 Peixe</p> <p>1.7 Pão</p> <p>1.8 Bebidas</p> <p>1.9 Chocolates, aperitivos</p> <p>1.10Café, chá</p> <p>1.11Comida a Peso</p> <p>1.12Congelados ne</p> <p>2. <i>Artigos Pessoais</i></p> <p>2.1. Vestuário</p> <p>2.2. Calçado</p> <p>2.3. Retrosaria, tecidos, lãs</p> <p>2.4. Ourivesaria, Relojoaria</p> <p>2.5. Acessórios</p> <p>3. <i>Equipamento para o lar</i></p> <p>3.1 Mobiliário</p> <p>3.2 Antiquários</p> <p>3.3 Decoração, Artesanato</p> <p>3.4 Iluminação</p> <p>3.5 Eletrodomésticos</p>	<p>3.6 Alta-fidelidade</p> <p>3.7 Utensílios do lar</p> <p>3.8 Têxtil lar</p> <p>4. <i>Higiene, Saúde e Beleza</i></p> <p>4.1 Perfumaria</p> <p>4.2 Farmácia</p> <p>4.3 Oculista</p> <p>4.4 Dietéticos e naturais</p> <p>4.5 Drogaria</p> <p>5. <i>Artigos lazer-cultura</i></p> <p>5.1 Papelaria, revistas</p> <p>5.2 Livraria</p> <p>5.3 Discos</p> <p>5.4 Fotografia</p> <p>5.5 Brinquedos</p> <p>5.6 Desporto, campismo, caça</p> <p>5.7 Flores, Plantas</p> <p>5.8 Animais</p> <p>5.9 Outros, ne.</p> <p>6. <i>Construção-bricolage</i></p> <p>6.1 Ferragens</p> <p>6.2 Vidro, madeira, borracha</p> <p>6.3 Tintas e vernizes</p> <p>6.4 Loiças sanitárias</p> <p>6.5 Materiais de construção</p> <p>7. <i>Equipamento profissional</i></p> <p>7.1 Escritório, informático</p>
<p>7.2 Instrumentos musicais</p> <p>7.3 Instrumentos científicos</p> <p>7.4 Máquinas profissionais</p> <p>7.5 Elétrico, eletrónico</p> <p>7.6 Outros equipamentos</p> <p>8. <i>Combustíveis-transportes</i></p> <p>8.1 Combustíveis</p> <p>8.2 Auto, moto</p> <p>8.3 Bicicletas</p> <p>8.4 Acessórios auto, pneus</p> <p>9. <i>Comércio não especializado</i></p> <p>9.1 Grandes armazéns</p> <p>9.2 Bazares, lojas 300</p>	<p>Serviços</p> <p>10 <i>Serviços de reparação</i></p> <p>10.1 Calçado</p> <p>10.2 Eletrodomésticos</p> <p>10.3 Automóveis</p> <p>10.4 Motos e bicicletas</p> <p>10.5 Relógios e joalharia</p> <p>10.6 Reparações, n.e.</p> <p>11 <i>Serviços Pessoais</i></p> <p>11.1 Barbearia</p> <p>11.2 Cabeleireiro, beleza</p> <p>11.3 Lavandaria</p> <p>11.4 Fotógrafo</p> <p>11.5 Reprografia</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 11.6 Funerária 11.7 Serviços pessoais, n.e. <i>12 Recreativos-culturais</i> <ul style="list-style-type: none"> 12.1 Lotaria, apostas 12.2 Agencia viagens 12.3 Discoteca, <i>pub</i> 12.4 Sala de jogos 12.5 Clube vídeo 12.6 Cinema 12.7 Teatro, museu 12.8 Galeria de arte <i>13 Serviços financeiros</i> <ul style="list-style-type: none"> 13.1 Bancos 13.2 Seguros 13.3 Imobiliárias <i>14 Serviços Colectividade</i> <ul style="list-style-type: none"> 14.1 Educação 14.2 Investigação 14.3 Saúde 14.4 Administração pública 14.5 Advogados, notários 14.6 Associações, sindicatos 14.7 Comunidades religiosas <i>15 Alojamento-Restauração</i> <ul style="list-style-type: none"> 15.1 Hotéis 15.2 Pensões 15.3 Café, pastelaria 15.4 Geladaria 15.5 Cervejaria, <i>snack</i> 15.6 Taberna, casa de pasto 15.7 Restaurante 15.8 Comida rápida <i>16. Serviço de importação e exportação</i>
--	---

Anexo II – Inquérito aos comerciantes das áreas pedonais do centro histórico

PEDONIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO NO FUNCHAL

Data: ___/___/2011; Rua: _____

A) Caracterização do comerciante

1) Idade: ___-anos; 2) Sexo: M F 3- Naturalidade : (País/conc./freg.): _____

4) Grau de Escolaridade: antiga 4ª classe ; 9º ano ou equivalente ; 12º ano ou equivalente ; Ensino superior (licenciatura): outro grau: (qual) _____

5- Local de residência (freguesia) : Mesma do local de trabalho Outra do concelho do Funchal _____; Fora do Concelho do Funchal _____

6- Profissão anterior: _____

7- Breve historial do seu percurso profissional: _____

B) O negócio

8- Ramo alimentar ; Não alimentar ; Restauração ; Serviços .

8-1 Código CAE (ou descrição do ramo): _____

9- Dimensão aprox. do estabelecimento: total: _____ m²; área de venda _____ m²

10- Número de pessoas que trabalham no estabelecimento: _____; dos quais _____ familiares.

11- Nº de pessoas ao serviço por escalões etários: 20-35 _____; 35-50 _____; >50 anos _____

12- O estabelecimento é próprio ou alugado? Se alugado, qual o valor do aluguer mensal? _____ €.

13- Nos últimos três anos o valor das vendas anuais no estabelecimento

Aumentou ; Diminuiu ; Estabilizou ? Porquê? _____

14- Horário de funcionamento do estabelecimento:

Dias de semana: _____

Sábados: _____

Domingos e feriados: _____

14.1. Porque encerra à hora de almoço/sábado à tarde/domingos e feriados (nos casos em que se aplique)? _____

15- Nos últimos 5 anos que alterações introduziu no seu estabelecimento/negócio:

Não houve alterações	
Mudança de ramo de actividade: (referir ramo anterior e ano da mudança)	
Obras de renovação do estabelecimento (mobiliário, iluminação, montras)	
Aquisição de equipamento informático	
Aquisição de equipamento de segurança	
Aquisição de outros equipamentos (quais?)	
Formação do pessoal	
Prestação de serviços ao cliente (cartão fidelização, cartão de crédito, entregas ao domicílio, facilidades de pagamento)	
Ampliação do sortido	
Redução do sortido (focalização nos produtos mais procurados)	

Publicidade (correio, anúncios, ofertas)	
--	--

16- Se não investiu, nem tem intenções de investir, é porque:

abriu recentemente e não se justifica fazer mais investimentos	
não precisa, pois o negócio é lucrativo	
tem intenções de se reformar em breve	
tem intenções de passar o negócio	
não tem capacidade financeira para investir	
Outra razão (Qual?)	

17) Possui outro(s) estabelecimentos no centro histórico do Funchal? Não ; Sim

17.1. Em caso afirmativo: do mesmo ramo de actividade ou de ramo diferente ? Neste caso qual o ramo? _____

17.2. Localiza-se numa rua pedonal ? Sim ; Não .

17.3. No caso de não se localizar numa rua pedonal, quais as vantagens e os inconvenientes que daí decorrem?

Vantagens: _____

Inconvenientes: _____

18- Recorreu a algum programa de apoio ao comércio? Não ; Sim ; Porquê?

C)A localização no espaço pedonal

19- Acha que a pedonização das ruas do centro do Funchal beneficiou o comércio tradicional?

Sim Porque	passam mais pessoas na rua	
	as condições de circulação pedonal são melhores	
	há menos poluição	
	as pessoas associam o lazer e a compra	
	há mais segurança	
	outra razão ()	
Não Porque	as pessoas compram menos porque não trazem o carro	
	O abastecimento da loja é mais difícil	
	outra razão ()	

19.1. No caso específico desta rua, o comércio foi beneficiado ; ou prejudicado? ; Porquê? _____

19.2. Acha que a pedonização foi mais vantajosa para uns ramos de negócio do que para outros? Não ; Sim ; Neste caso, quais os ramos mais beneficiados ? (porquê?) _____

_____ e os mais prejudicados? (porquê?) _____

19.3. Especificamente para o seu estabelecimento, quais as vantagens e os inconvenientes de estar localizado numa rua pedonal?

Vantagens: _____

Inconvenientes: _____

20- Acha que seria útil fechar totalmente a rua ao trânsito? Não ; Sim ; Porquê?

21- O aparecimento dos centros comerciais, prejudicou o comércio no centro tradicional do Funchal? Não ; Sim ; Porquê? _____

21.1. Especificamente em relação ao Dolce Vita, que está muito próximo do centro da cidade, o seu efeito terá sido positivo ou negativo para o comércio das ruas adjacentes?

Aspetos positivos: _____

Aspetos negativos: _____

22- O que deveria ser feito para melhorar o comércio no centro tradicional do Funchal?

(refira duas medidas). _____

23- É membro de alguma associação comercial da cidade? Não ; Sim ; Qual? _____

23.1. Desde quando? _____

23.2. Que tipo de vantagens/apoios obtém da associação? _____

23.3. Costuma participar em iniciativas propostas pela associação?

Não ; Porquê? _____

Sim ; quais? _____

FIM do Inquérito. Obrigado pela sua participação.