Programa de Revitalização do Comércio e Serviços do Funchal

Estudo de Caracterização e Diagnóstico do Comércio e Serviços do Funchal

Agosto de 2014

FUNCHAL MUNICÍPIO

DPE DEPARTAMENTO DE PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Gabinete de Informação Geográfica

As cidades são "filhas do comércio".

Pirenne, 1969

FICHA TÉCNICA

EXECUÇÃO

NOELIA ABREU, Geógrafa, Mestre em Gestão do Território

RAQUEL BRAZÃO, Geógrafa, Mestre em Gestão do Território

RICARDO PEREIRA, Geógrafo

SUSANA ANDRADE, Arquiteta, Pós-graduada em Eficiência Energética

PARTICIPAÇÃO

JORGE AFONSO, Engenheiro do Território

COLABORAÇÃO

Departamento de Águas e Saneamento Básico

Departamento de Ambiente

Departamento de Espaços Verdes

Departamento de Obras Públicas

Departamento de Sistemas e Tecnologias de Informação

Departamento de Trânsito

Departamento de Urbanismo

Divisão de Fiscalização Municipal

AGOSTO/2014

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS 7

SIGLAS E ACRÓNIMOS 12

INTRODUÇÃO

1. Introdução 14
2. Pressupostos 14
3. Objetivos
4. Metodologia 15
5. Área de Estudo 16
6. Período Temporal 17
7. Estrutura do documento 18

CAPÍTULO I
ENQUADRAMENTO TEMÁTICO

1. A Cidade e o Comércio 20
   1.1 A Dinâmica Comercial 21
   1.2 O Comércio e o Centro da Cidade 22
   1.3 O Comércio e o Centro Histórico 22
2. A Evolução Histórica do Comércio no Funchal 23
3. Do Contexto Regional ao Global 27
   3.1 O Comércio na Era da Globalização 30
4. O Comércio e Serviços no Ordenamento do Território 32
5. A Importância da Revitalização: Apoios Europeus e Outros Mecanismos 35
6. Quadro Normativo 38
7. SÍNTESES DO CAPÍTULO I 40

CAPÍTULO II
CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

1. Território 43
2. Aspetos Físicos 44
3. População 47
4. Parque Habitacional 50
5. Condições de Habitabilidade 53
6. Ambiente e Energia 56
7. Economia e Emprego 60
8. Mobilidade e Transportes 66
9. Infraestruturas e Equipamentos 74
10. Cultura e Património 80
11. SÍNTESES DO CAPÍTULO II 81

CAPÍTULO III
CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

1. Considerações Iniciais 84
2. A Oferta de Comércio e Serviços no Município 85
3. A Oferta de Comércio e Serviços na Área de Estudo 87
   3.1 Os Centros e Galerias Comerciais 107
   3.2 Os Mercados Municipais 110
   3.3 Estabelecimentos Encerrados: Indicador de Desvitalização 112
   3.4 Retrato dos Espaços Comerciais 114
4. Comportamento Evolutivo da Oferta 117
5. Perfil do Empresário 122
6. SÍNTESES DO CAPÍTULO III 125

CAPÍTULO IV
CARACTERIZAÇÃO DA PROCURA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

1. Fundamentos da Procura 128
2. O Residente 129
   2.1 Demografia 129
   2.2 Rendimento Familiar 132
   2.3 Mobilidade 135
   2.4 Outros Indicadores Caraterizadores de Procura 136
3. O Emigrante 139
4. O Turista 141
   4.1 O Turista por Via Aérea 142
   4.2 O Turista de Cruzeiro 143
5. A Importância da Dinamização do Espaço Público na Procura 147
   5.1 A Ludificação do Espaço Urbano 147
   5.2 Fruição dos Espaços Públicos 148
6. SÍNTESES DO CAPÍTULO IV 151

CAPÍTULO V
BASES PARA A FORMULAÇÃO DE PROPOSTAS E MEDIDAS DE REVITALIZAÇÃO

1. Análise Prospetiva Focada no Setor do Comércio e Serviços 154
   1.1 Comportamento Demográfico 154
   1.2 Políticas e Macrotendências 155
   1.3 Estratégia Europa 2020 e CompromissoMadeira@2020 156
   1.4 Indicadores a Reter 160
2. Análise SWOT 160

3. Eixos Estratégicos de Suporte à Revitalização do Comércio e Serviços no Funchal 164
4. Dinâmicas Territoriais: Zonamento 166

NOTAS FINAIS

1. NOTAS FINAIS 167

GLOSSÁRIO 169

BIBLIOGRAFIA 172

ANEXOS 174

ANEXO I

TABELA 1
Enquadramento Europeu - Regulamentação de Fundos Comunitários, para o período 2014-2020
TABELA 2
Enquadramento Nacional – Regulamentação de Fundos Comunitários, para o período 2014-2020
TABELA 3
Enquadramento Regional – Regulamentação de Fundos Comunitários, para o período de 2014-2020
TABELA 4
Síntese Legislativa Relativa ao Comércio e Serviços, com Interesse para o Presente Estudo

ANEXO II

Percentagem da Área Admissível de Comércio e Serviços, por Classe de Espaço do PDM de 1997

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 Fases inerentes à elaboração do programa de revitalização do comércio do Funchal 14
Fig. 2 Área de incidência do estudo 17
Fig. 3 Planta do centro do Funchal, Mateus Fernandes, 1570 23
Fig. 4 Planta do centro do Funchal, José Marques da Rosa, 1803 23
Fig. 5 Evolução do perímetro urbano do Funchal 26
Fig. 6 Áreas objeto de intervenção do programa URBCOM 27
Fig. 7 Repartição do VAB, por atividades, 2012 28
Fig. 8 Síntese de indicadores 30
Fig. 9 Planos de urbanização e pormenor abrangidos pela área de estudo 32
Fig. 10 Carta de ruído: Indicador Lden Dia, Entardecer e Noite e Ln Noite, respetivamente 33
Fig. 11 Reclamações relacionadas com o ruído 34
Fig. 12 Carta de ocupação e uso do solo da área de estudo, em 2010 35
Fig. 13 Superfície do território municipal (Divisão administrativa) 43
Fig. 14 Localização da área de estudo 43
Fig. 15 Modelo digital de terreno 44
Fig. 16 Precipitação média anual 45
Fig. 17 Precipitação média total e máxima diária ocorrida no Funchal e no Areeiro 45
Fig. 18 Temperatura média anual 46
Fig. 19 Temperatura do ar (ºC) no Funchal e no Areeiro 46
Fig. 20 Densidade populacional (N.º/ km²) no Funchal, por freguesia, em 2011 47
Fig. 21 Estrutura etária da população residente no Funchal, em 2011 47
Fig. 22 Variação da população residente por grupo etário, no Funchal, entre 2001 e 2011 (%) 48
Fig. 23 Estrutura etária dos indivíduos residentes na área de estudo, em 2011 48
Fig. 24 Indivíduos residentes na área de estudo, em 2011 49
Fig. 25 Total de famílias clássicas residentes na área de estudo, em 2011 49
Fig. 26 Habilitações literárias da população residente na área de estudo, em 2011 50
Fig. 27 Edifícios clássicos, na área de estudo, em 2011 50
Fig. 28 Gráfico dos edifícios por tipo, na área de estudo, em 2011 51
Fig. 29 Edifícios por tipo, na área de estudo, em 2011 51
Fig. 30 Edifícios, segundo o número de pisos na área de estudo, em 2011 52
Fig. 31 Número de alojamentos na área de estudo, em 2011 52
Fig. 32 Regime de propriedade dos alojamentos familiares clássicos de residência habitual da área de estudo, em 2011 53
Fig. 33 Gráfico dos edifícios, segundo a época de construção, na área de estudo, em 2011 53
Fig. 34 Edifícios, segundo a época de construção, na área de estudo, em 2011 54
Fig. 35 Proporção de edifícios muito degradados, por freguesias, em 2011 (%) 54
Fig. 36 Proporção de edifícios com necessidade de reparação, por freguesias, em 2011 (%) 55
Fig. 37 Edifícios licenciados, por freguesia, entre 2003 e 2013 55
Fig. 38 Proporção de edifícios construídos nos últimos 10 anos, por freguesias, em 2011 (%) 56
Fig. 39 Principais espaços verdes da área de estudo 57
Fig. 40 Ecopontos públicos e recolha seletiva porta-a-porta na área de estudo 57
Fig. 41 Despesas em ambiente por habitante (€/ hab.), em Portugal, na RAM e no Funchal, em 2012 58
Fig. 42 Investimentos em gestão de resíduos (€), no Funchal, em 2012 (%) 58
Fig. 43 Resíduos urbanos recolhidos (t) por tipo de recolha, no Funchal, entre 2002 e 2012 59
Fig. 44 Resíduos urbanos recolhidos (t) por tipo de resíduo recolhido seletivamente no Funchal, em 2012 59

Fig. 45 Consumo de energia elétrica (kWh) por tipo de consumo, no Funchal, em 2012 60
Fig. 46 Consumo de energia elétrica por habitante (kWh/hab.), em Portugal na RAM e no Funchal, em 2011 60
Fig. 47 Número de empresas, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 2012 61
Fig. 48 Número de estabelecimentos, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3), no Funchal, em 2012 61
Fig. 49 Evolução do número de empresas, de acordo com a forma jurídica no Funchal, entre 2004 e 201 62
Fig. 50 Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 2012 62
Fig. 51 Evolução do pessoal ao serviço (N.º) das Empresas, no Funchal, entre 2004 e 2012 63
Fig. 52 Constituição e dissolução de pessoas coletivas e entidades equiparadas, no Funchal, entre Janeiro de 2011 e Abril de 2014 63
Fig. 53 Taxa de sobrevivência (%) das Empresas nascidas 2 anos antes, no Funchal, entre 2006 e 2012 64
Fig. 54 Evolução do volume de negócios (€) das empresas, no Funchal, entre 2004 e 2012
Fig. 55 Volume de negócios (€) das empresas, por atividade económica 64
(Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 201264 65
Fig. 56 Taxa de desemprego por sexo (%),em Portugal, na RAM e no Funchal, em 2011 65
Fig. 57 Taxa de desemprego (%), no município do Funchal, por freguesias, em 2011 65
Fig. 58 Indivíduos residentes na área de estudo, empregados por setores de atividade, em 2011 66
Fig. 59 Situação perante o emprego das famílias clássicas, na área de estudo, em 2011 66
Fig. 60 População residente que trabalha ou estuda, segundo as entradas e saídas, por município, em 2011 67
Fig. 61 Duração do trajeto residência / local de trabalho ou estudo (%), no Funchal, em 2011 67
Fig. 62 População residente a exercer uma profissão e estudantes, segundo o principal meio de transporte utilizado, no Funchal, em 2011 68
Fig. 63 Áreas de operação das empresas de transporte público regional 68
Fig. 64 Principais destinos e carreiras de acesso das empresas de transporte público Regional 69
Fig. 65 Principais pontos de partida do centro do Funchal das empresas de transporte público regional 69
Fig. 66 Mapa da Rede de Serviço Urbano 70
Fig. 67 Indicadores sobre carreiras regulares de transporte de passageiros 70
Fig. 68 Existência de estacionamento nos alojamentos familiares clássicos de residência habitual, na área de estudo, em 2011 71
Fig. 69 Existência de estacionamento nos alojamentos familiares clássicos de residência habitual, na área de estudo, em 2011 71
Fig. 70 Estacionamentos na via pública da área de estudo 72
Fig. 71 Tipo de estacionamentos na via pública da área de estudo 72
Fig. 72 Parques de estacionamentos da área de estudo 73
Fig. 73 Movimento de passageiros no aeroporto da madeira, em 2012, segundo os meses 74
Fig. 74 Passageiros desembarcados, segundo o país do aeroporto de proveniência 74
Fig. 75 Movimento de passageiros de navios de cruzeiro, na RAM, em 2012 75
Fig. 76 Movimento de passageiros no Porto do Funchal, entre 2007 e 2012 75

Fig. 77 Rede viária muicipal 76
Fig. 78 Tipo de pavimento da rede viária da área de estudo 77
Fig. 79 Estado de conservação do pavimento da rede viária da área de estudo 77
Fig. 80 Rede de água potável da área de estudo e rede de saneamento básico da área de estudo 78
Fig. 81 Rede elétrica da área de estudo – linhas aéreas e cabos subterraneos 78
Fig. 82 Rede de telecomunicações da área de estudo 79
Fig. 83 Equipamentos coletivos da área de estudo 79
Fig. 84 Património classificado da área de estudo 80
Fig. 85 Nº de estabelecimentos de comércio e serviços do município, em 2014 85
Fig. 86 Edifícios com comércio e serviços no município, em 2014 86
Fig. 87 Nº de estabelecimentos de comércio e serviços do Município por tipos, em 2014 86
Fig. 88 Comércio e serviços do município (%) 87
Fig. 89 Estabelecimentos da área de estudo, por freguesias abrangidas, em 2014 87
Fig. 90 Edifícios da área de estudo com comércio e serviços, em 2014 88
Fig. 91 Nº de estabelecimentos da área de estudo por tipos, em 2014 88
Fig. 92 Gráfico do comércio e serviços da área de estudo (%) 89
Fig. 93 Edifícios da área de estudo com agências de viagens e similares, em 2014 90
Fig. 94 Edifícios da área de estudo com serviços de armazenagem, em 2014 90
Fig. 95 Edifícios da área de estudo com comércio de artigos desportivos, em 2014 91
Fig. 96 Edifícios da área de estudo com comércio de artigos lar e decorações, em 2014 91
Fig. 97 Edifícios da área de estudo com comércio de automóveis e acessórios, em 2014 92
Fig. 98 Edifícios da área de estudo com bancos, em 2014 92
Fig. 99 Edifícios da área de estudo com comércio de brinquedos, em 2014 93
Fig. 100 Edifícios da área de estudo com serviços de educação, em 2014 93
Fig. 101 Edifícios da área de estudo com comércio de eletrodomésticos e similares, em 2014 94
Fig. 102 Edifícios da área de estudo com comércio de equipamentos e produtos industriais, em 2014 94
Fig. 103 Edifícios da área de estudo com escritórios, em 2014 95
Fig. 104 Edifícios da área de estudo com serviços de estética, em 2014 95
Fig. 105 Edifícios da área de estudo com farmácias e artigos de saúde, em 2014 96
Fig. 106 Edifícios da área de estudo com comércio de ferragens e construção, em 2014 96
Fig. 107 Edifícios da área de estudo com comércio de flores e prendas, em 2014 97
Fig. 108 Edifícios da área de estudo com atividades de fotografia, em 2014 97
Fig. 109 Edifícios da área de estudo com hotelaria, em 2014 98
Fig. 110 Edifícios da área de estudo com serviços de lazer, em 2014 98
Fig. 111 Edifícios da área de estudo com serviços de limpeza, em 2014 99
Fig. 112 Edifícios da área de estudo com livrarias e papelarias, em 2014 99
Fig. 113 Edifícios da área de estudo com mediação imobiliária, em 2014 100
Fig. 114 Edifícios da área de estudo com comércio de mobiliário e equipamento de escritório, em 2014 100
Fig. 115 Edifícios da área de estudo com comércio de ótica, em 2014 101
Fig. 116 Edifícios da área de estudo com ourivesarias, em 2014 101
Fig. 117 Edifícios da área de estudo com comércio de perfumaria e cosmética, em 2014 102
Fig. 118 Edifícios da área de estudo com serviços de publicidade e artes gráficas, em 2014 102
Fig. 119 Edifícios da área de estudo com pronto-a-vestir e similares, em 2014 103
Fig. 120 Edifícios da área de estudo com serviços de reparações, em 2014 103

Fig. 121 Edifícios da área de estudo com restauração e bebidas, em 2014 104
Fig. 122 Edifícios da área de estudo com serviços de saúde, em 2014 104
Fig. 123 Edifícios da área de estudo com serviços de seguros, em 2014 105
Fig. 124 Edifícios da área de estudo com tabacarias em 2014 105
Fig. 125 Edifícios da área de estudo com comércio de tecnologias de informação e comunicação 106
Fig. 126 Edifícios da área de estudo com comércio diverso, em 2014 106
Fig. 127 Edifícios da área de estudo com serviços diversos em 2014 107
Fig. 128 Centros e galerias comerciais da área de estudo, em 2014 108
Fig. 129 Impacto nas vendas após a abertura do *Dolce Vita* 109
Fig. 130 Grandes centros comerciais fora da área de estudo 109
Fig. 131 Nº de horários de funcionamento atribuídos pelo Município, entre 2000 e 2006 109
Fig. 132 Nº de espaços do Mercado dos Lavradores, em 2014 110
Fig. 133 Nº de lojas em funcionamento do Mercado dos Lavradores por atividade, em 2014 110
Fig. 134 – Nº de *stands* em funcionamento do Mercado dos Lavradores, por atividade, em 2014 111
Fig. 135 Nº de lojas em funcionamento do Mercado da Penteada, por atividade, em 2014 111
Fig. 136 Arruamentos com estabelecimentos encerrados na área de estudo, em 2014 112
Fig. 137 Estado de conservação dos estabelecimentos (%) 114
Fig. 138 Área dos estabelecimentos (%) 114
Fig. 139 Ano de abertura dos estabelecimentos (%) 115
Fig. 140 Sistema de venda dos estabelecimentos (%) 115
Fig. 141 Meios de pagamento disponíveis (%) 116
Fig. 142 Tipos de investimentos realizados nos últimos 10 anos (%) 116
Fig. 143 Tipos de investimentos previstos a curto/médio prazo (%) 116
Fig. 144 Programas de apoio ao comércio e serviços (%) 117
Fig. 145 Evolução do nº de estabelecimentos, entre 2006 e 2014 117
Fig. 146 Evolução do nº de estabelecimentos de comércio, por tipos, 2006 a 2014 119
Fig. 147 Evolução do nº de estabelecimentos de serviços, por tipos, 2006 a 2014 121
Fig. 148 Situação do inquirido 123
Fig. 149 Habilitações do inquirido 123
Fig. 150 Nº de pessoas ao serviço 123
Fig. 151 Forma jurídica da empresa 124
Fig. 152 Dados sobre o consumidor 128
Fig. 153 Movimentos pendulares, 2011 129
Fig. 154 Pirâmide etária do Funchal, 2011 130
Fig. 155 Residentes por grupos etários 130
Fig. 156 População residente, segundo nível de ensino 131
Fig. 157 Principal meio de vida, 2011 131
Fig. 158 Situação na profissão 131
Fig. 159 Ganho médio mensal (€), em Portugal, na RAM e no Funchal, entre 2004 e 2011 132
Fig. 160 Poder de compra *per capita* em Portugal, na RAM e no Funchal, entre 1993 e 2011 132
Fig. 161 Distribuição das despesas total anual por agregado familiar 133
Fig. 162 Encargos médios mensais com aquisição ou arrendamento de habitação (€)em Portugal, RAM e Funchal, em 2011 133
Fig. 163 Agregados familiares com equipamentos de trabalho doméstico – Portugal, 2010-2011 134

Fig. 164 Agregados familiares com equipamentos de comunicação e lazer 134
Fig. 165 Proporção de indivíduos, que utilizam Internet, na RAM, entre 2003 e 2013 136
Fig. 166 Terminais de caixa automático multibanco, no Funchal, entre 1997 e 2013
Fig. 167 Número de compras através de terminais de pagamento automático, 137
no Funchal, entre 2004 e 2013 137
Fig. 168 Compras através de terminais de pagamento automático, no Funchal, entre
2004 e 2013 137
Fig. 169 Atividade da rede multibanco, no Funchal, no primeiro trimestre de 2014 137
Fig. 170 Variação homóloga acumulada da atividade da rede multibanco, no Funchal 138
Fig. 171Indicador de confiança do comércio 138
Fig. 172 Remessas, em milhares de euros, 2000-2013 – Venezuela e África do Sul 140
Fig. 173 Nº de passageiros nos aeroportos da RAM (milhares /ano) 143
Fig. 174 Distribuição das compras do truísta de cruzeiro, 2011 144
Fig. 175 Primeiro motivo de escolha do destino 145
Fig. 176 Nº de passageiros de navio de cruzeiros no Porto do Funchal – 2005-2013 147
Fig. 177 Movimento de passageiros no Porto do Funchal, segundo os meses – 2009-2014 147
Fig. 178 Prioridades da UE 2020 157
Fig. 179 Áreas de Desenvolvimento RAM 2020 158
Fig. 180 Análise SWOT 161
Fig. 181 Dinâmicas que integram o setor do comercial e serviços 165
Fig. 182 Planta de dinâmicas da atividade de comércio e serviços 166
Fig. 183 Planta de zonamento da atividade de comércio e serviços 166

SIGLAS E ACRÓNIMOS

AIA – Avaliação de Impacte Ambiental
AREAM – Agência Regional de Energia e Ambiente da Região Autónoma da Madeira
APCC – Associação Portuguesa de Centros Comerciais
APRAM, SA – Associação de Portos da Região Autónoma
ARU – Áreas de Reabilitação Urbana
CT- Comercio Tradicional
CS- Comércio e Serviços
CP – Comercio de Proximidade
CC – Centro Comercial
GMS – Grandes e Médias Superfícies
CAE – Classificação das Atividades Económicas
CMF – Câmara Municipal do Funchal
CE – Comissão Europeia
DOER – Diagnóstico de Orientação Estratégica Regional
DR – Diário da República
DRCIE – Direção Regional de Comercio Industria e Energia
UE – União Europeia
EaSI - 2014-2020 – Employment and Social Innovation -2014-2020
EE – Eficiência Energética
FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
FSE – Fundo Social Europeu
FDU – Fundo de Desenvolvimento Urbano
FEADER – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
FEAMP – Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e da Pesca
GR – Governo da República
IGFC – Instituto de Gestão dos Fundos Comunitários
IDE – Instituto de Desenvolvimento Empresarial
IDR, IP – RAM – Instituto de Desenvolvimento Regional da Região Autónoma da Madeira
IHRU – Instituto da Habitação e da reabilitação Urbana
LREC- Laboratório Regional de Engenharia Civil
Lden – Level day-evening-night
Db - decibel
ORU – Operação de reabilitação Urbana
PIB – Produto Interno Bruto
PITER – Programas Integrados Turísticos Estruturantes
PA – Programas de Apoio
PE – Parlamento Europeu
PME – Pequena e Média Empresa
PROCOM – Programas de Comercio – Apoio à Modernização
POTRAM – Plano de Ordenamento do Território da Região Autónoma da Madeira
PITER - Programas Integrados Turísticos Estruturantes e Base Regional
POOC – Planos de Ordenamento da Orla Costeira
PEUC – Projetos Especiais de Urbanismo Comercial
PUC – Projetos de Urbanismo Comercial
PPS – Plano de Pormenor de Salvaguarda
PDM – Plano Diretor Municipal
POVT – Programa Operacional de Valorização do Território
PO – Programas Operacionais
PEC – Programa de Estabilidade e Convergência
PDES – Plano de Desenvolvimento Estratégico
PNR – Programa nacional de Reformas
PNAEE – Plano Nacional de Acão para a Eficiência Energética

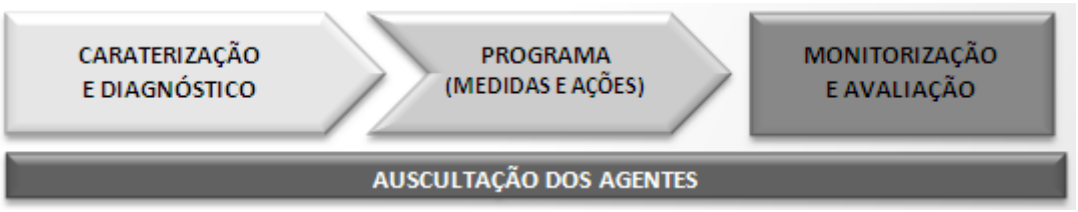
PURSJ – Plano de Urbanização da Ribeira de São João
PUI – Plano de Urbanização do Infante
PRR – Planos de Redução de Ruído
PPC – Plano de Pormenor do Castanheiro
PPVG – Plano de Pormenor de *Villa Giorgi*
POT – Plano de Ordenamento Turístico
PDPF – Plano de Desenvolvimento do Porto do Funchal
QPF – Quadro Plurianual de Financiamento
QCA – Quadro Comunitário de Apoio
QREN – Quadro de Referencia Estratégico Nacional
QEM 2020 – Estratégia para a Qualidade na Madeira no período de 2014-2020
QAI – Qualidade do Ar Interior dos Edifícios
RAM – Região Autónoma da Madeira
RECRIA - Regime Especial de Comparticipação de Imóveis Arrendados
RUP´S – Regiões Ultra Periféricas
REH – Regulamento do Desempenho dos Edifícios de Habitação
RECS – Regulamentos de Desempenho Energético dos Edifícios de Comercio e Serviços.
RJIGT – Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão do Território
RJRU – Regime Jurídico da Reabilitação Urbana
RJUE – Regime Jurídico da Urbanização e Edificação
RJSCIE – Regime Jurídico da Segurança Contra Incêndios em Edifícios
RJDPH – Regime Jurídico do Domínio Publico Hídrico
RCCTE – Regulamento das Características de Comportamento Térmico dos Edifícios.
RSECE – Regulamento dos Sistemas Energéticos de Climatização dos Edifícios
RCD – Resíduos da Construção e Demolição
RRAE – Regulamento dos Requisitos Acústicos dos Edifícios.
RGR – Regulamento Geral do Ruído
REEE – Regime Jurídico dos Equipamentos Elétricos e Eletrónicos
RLPS- Regime Legal da Poluição Sonora
SCIE – Segurança Contra Incêndios em Edifícios
SCE – Sistema de Certificação Energética dos Edifícios
SRGT – Sistema Regional de Gestão Territorial
SRT – Secretaria Regional da Cultura Turismo e Transportes
SICN – Sistema de Informação das Iniciativas Comunitárias
SRPF – Secretaria Regional do Plano e Finanças
SOLARH – Programa de Solidariedade de Apoio à Reabilitação Urbana
SRU´s – Sociedades de Reabilitação Urbana
SWOT - (*strengths, weaknesses, opportunities, and threats*)
TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação
UCDR – Unidade comercial de dimensão relevante
URBCOM – Urbanismo Comercial – Apoio à Modernização
UP – Ultra Periferia
UT/s ou UT´s – Utilizações Tipo
VP- Valia de Projeto
VAB – Valor Acrescentado Bruto
ZP- Zonas de Proteção

1. Introdução

O presente documento intitula-se "Estudo de Caraterização e Diagnóstico do Comércio e dos Serviços no Centro do Funchal" e corresponde à primeira fase do "Programa de Revitalização do Comércio e Serviços do Funchal", deliberado por unanimidade na reunião de Câmara do dia vinte e oito de novembro, de dois mil e treze.

Às medidas já elencadas na minuta da deliberação, deverão juntar-se novas medidas decorrentes de uma discussão mais alargada, sustentada por um estudo de caracterização e diagnóstico. Tal como o demonstra a figura seguinte, o presente estudo está na base de um conjunto de procedimentos inerentes à definição do programa de revitalização, construído de forma participada e cuja implementação deverá ser objeto de monitorização e avaliação regulares.

Fig. 1 Fases inerentes à elaboração do programa de revitalização do comércio do Funchal



Fonte: Município do Funchal

Os municípios, no quadro das suas atribuições e competências, desempenham um papel fundamental no desenvolvimento do seu território[1], devendo para tal explorar todas as ferramentas e meios ao seu dispor para delinear programas de ação efetiva, que materializem a sua estratégia de desenvolvimento.

No entanto, o desenho de um programa não dispensa o conhecimento profundo da realidade atual, sob pena das medidas propostas se revelarem desajustadas no tempo e no espaço, comprometendo o seu sucesso. Não bastam observações empíricas, é necessário conhecer a realidade, interpretar os fenómenos e compreender a sua evolução. Só assim surgirão medidas consistentes. É com este propósito que o presente estudo de caracterização e diagnóstico do comércio e serviços é elaborado.

2. Pressupostos

Vivemos um período marcado por uma depressão económica generalizada, com efeitos altamente perniciosos no consumo, resultante da redução do rendimento das famílias. A taxa de desemprego mantem-se elevada, as insolvências são diárias e o recurso à emigração ganhou nova vida. É nesta conjuntura que este município tem de atuar, através de medidas de requalificação e revitalização, ainda mais criativas e inovadoras, criando as condições para dinamizar o comércio tradicional e de proximidade.

O presente estudo de caracterização e diagnóstico assenta, assim, em três pressupostos fundamentais:

1. A constatação óbvia do declínio quantitativo e qualitativo do tecido económico municipal, com particular evidência no centro da cidade;

[1] Segundo a alínea m) do n.º 2 do artigo 23º do Regime Jurídico das Autarquias Locais, aprovado pela Lei nº 75/2013, de 12 de setembro, constitui atribuição do município a promoção do desenvolvimento.

2. A perceção de novos paradigmas, na oferta e na procura de bens e serviços, que deverão ser assimilados e refletidos numa nova estratégia municipal, legitimada através dos instrumentos de gestão territorial, designadamente o PDM (Plano Diretor Municipal).

3. A necessidade de conhecer em detalhe a realidade atual, condição fundamental para idealizar e propor medidas de revitalização, sem descurar a identidade local nem condicionar o mercado.

3. Objetivos

O objetivo geral do presente estudo consiste em caraterizar e diagnosticar a situação atual do setor do comércio e serviços no Funchal, com particular enfoque, no centro da cidade.

Abrigados por este objetivo geral, foram definidos três objetivos específicos:

1. Identificar os pontos fracos e as ameaças que caraterizam a área de estudo e que ajudem a compreender a situação atual e perspetivar a evolução futura;

2. Identificar os pontos fortes e as oportunidades que caraterizam a área de estudo e que ajudem a compreender a situação atual e perspetivar a evolução futura;

3. Partilhar o conhecimento obtido com os agentes locais e com eles discutir as bases para a formulação das medidas e ações que darão corpo ao programa de revitalização do comércio e serviços do Funchal.

O cumprimento destes objetivos específicos são condição essencial para atingirmos, a curto e médio prazo, o objetivo maior que é, efetivamente, revitalizar o setor do comércio e serviços do Funchal.

4. Metodologia

O desenvolvimento deste estudo contou com uma equipa técnica multidisciplinar, composta por técnicos municipais da área da geografia, da arquitetura e da engenharia, todos com a particularidade de conhecerem as dinâmicas diárias da cidade. Este conhecimento acabou por revelar-se importante na compreensão dos fenómenos e na perceção dos factos, resultando até como fator motivacional na realização do presente estudo.

O trabalho desta equipa foi precedido de uma significativa investigação bibliográfica, do estudo de casos, assim como, de reuniões com entidades locais e serviços municipais.

O Sistema de Informação Geográfica (SIG) do município constituiu uma importante ferramenta de trabalho, na medida em que congrega um manancial de informação georreferenciada, resultante da própria atividade municipal e da recolha de dados em campo, levada a cabo por diversos departamentos municipais.

Outro recurso utilizado consistiu na realização de um questionário a comerciantes e funcionários. Esta foi a forma encontrada para obter mais dados para a realização de um estudo que se quer rigoroso e atualizado.

Os procedimentos atrás mencionados integram uma metodologia utilizada no planeamento estratégico e que se julga adequada ao presente trabalho. Essa metodologia intitula-se Marketing Territorial[2].

Marketing Territorial

O marketing territorial é uma metodologia de gestão estratégica, que apesar de relativamente recente está, desde há muito, associado ao planeamento estratégico e funciona como metodologia para desenvolver e promover um determinado território. A sua adoção implica, primeiramente, um conhecimento aprofundado do território, fundamental na definição da estratégia.

Este conhecimento mais aprofundado do território irá permitir identificar fragilidades e potencialidades, adequar estratégias de desenvolvimento e promoção, que podem passar pela criação de uma marca identitária com notoriedade. A marca territorial, mais do que um *slogan* ou um logótipo, pode funcionar como um "chapéu", que permite trabalhar um conjunto de ideias e objetivos… que promovem a identidade do território (Barros, 2011).

O marketing territorial incide na promoção do território, mas exige o seu desenvolvimento. Tal como as empresas, os territórios estão no mercado, pelo que têm de ser bem geridos e promovidos para que sejam sustentáveis e competitivos. A promoção do comércio tradicional de uma cidade ou vila é um exemplo de uma campanha de marketing territorial em que os parceiros trabalham juntos na divulgação do seu comércio promovendo animação de rua, eventos atrativos ao público, entre muitas outras medidas (Barros,2011).

Esta metodologia é particularmente adequada a regiões insulares e ultraperiféricas, com maiores dificuldades em se afirmar e promover, dado que o marketing territorial considera não apenas o território mas também, as pessoas e a economia. Estas três esferas devem desenvolver-se sob signo da confiança, da identidade, da inovação e do empreendedorismo (Barros, 2011). Por encerrar esta visão holística, o marketing territorial revela-se uma metodologia particularmente adequada.

Pode então dizer-se que, com o desenvolvimento do presente estudo de caracterização e diagnóstico, estamos na primeira fase de um processo de marketing territorial, através do qual pretendemos promover o Funchal, tornando-o mais atrativo ao investimento e apelativo ao consumidor. Como refere Fidalgo (2013), o marketing territorial pode ser o elemento que diferencie os lugares na respetiva capacidade de atração de pessoas, investimentos, empresas e conhecimento, sendo deste modo, uma "arma contra a competição".

5. Área de Estudo

A revitalização do comércio e serviços é uma das prioridades da política municipal, não apenas para o centro da cidade, mas para toda a área geográfica do município. Contudo, por uma questão metodológica e por ser o centro que mais evidencia a fragilidade do tecido económico local, o estudo tem particular incidência no centro da cidade.

A par dos limites administrativos oficiais de concelho e de freguesias, existe outro limite oficial, que decorre do PDM, designado de perímetro urbano que divide o município em área urbana, a sul, e área não urbana, a norte. No entanto, nenhum destes limites oficiais corresponde à área que pretendemos estudar, pelo que houve necessidade de a definir.

[2] O conceito de Marketing Territorial foi introduzido por Kotler, Haider e Rein (1993). Significa uma nova abordagem designada de "marketing estratégico de lugares", que compara, pela primeira vez na literatura, a cidade a um produto e como tal, dever ser potenciado e promovido (Barros, 2012).

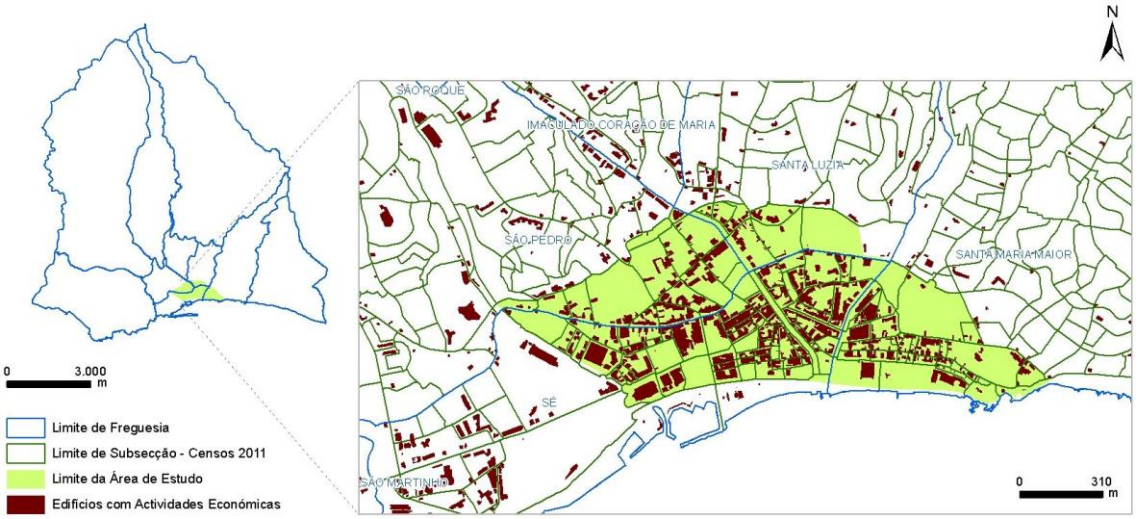
Recuperamos um conceito da geografia urbana, de origem americana, que procura identificar o "coração" da cidade: o CBD[3] (*Central Business District*), vulgarmente conhecido em Portugal por "Baixa". É também conhecido como o centro de negócio, onde se concentra o setor terciário e onde o preço do solo e da renda torna-se, por vezes, incompatível com a atividade residencial.

O CBD é marcado por uma forte dinâmica urbana, favorecida pela boa acessibilidade e pela existência da grande concentração de serviços públicos. No CBD, a ocupação existente reflete quase sempre as condições de mercado, o que significa que só se instala ou permanece no CBD, quem tem condições para tal.

Outra variável considerada na definição da área de estudo prende-se com a BGRI (Base Geográfica de Referenciação da Informação), cuja delimitação é da responsabilidade do INE (Instituto Nacional de Estatística). Esta base permite-nos obter unidades territoriais com informação estatística, obtida na operação censos 2011, o que confere uma caracterização mais detalhada e com incidência exata na área de estudo.

Da conjugação do conceito de CBD com a BGRI, resultou a área de estudo, a qual se ilustra na imagem seguinte.

Fig. 2 Área de incidência do estudo



Fonte: Município do Funchal

Porém, apesar do estudo incidir no CBD do Funchal, considerou-se a análise do contexto, pois a relação do CBD com a envolvente local, regional e global, é forte e dinâmica.

6. Período Temporal

O presente estudo, procura retratar o setor do comércio e serviço na atualidade. Não obstante, foi definido um período temporal de uma década (2004-2014), a partir do qual se pretende inferir comportamentos evolutivos e identificar tendências.

[3] "O CBD é a sigla associada à designação anglo-saxónica de Central Business District. Corresponde ao centro de negócios, expressão do poder urbano, o coração vivo da cidade. É o local onde se reúnem as atividades que visam dar à população a possibilidade de satisfazer as suas mais elevadas exigências" (In Infopédia, Porto Editora, 2003-2014).

Julga-se que este é um período suficientemente representativo, sendo que é uma década marcada por três fases distintas: fase 1 (2004-2008), dita "normal"; fase 2 (2009-2012), marcada por evidentes sinais de crise económico-financeira e fase 3 (2013-2014), na qual se percecionam indícios de maior confiança, favoráveis ao investimento. Pretende-se que o presente estudo nos ajude a perceber se há informação que confirma os indícios de regresso aos níveis de confiança de outrora ou, se o fenómeno é mais profundo e estamos, de facto, perante uma mudança de paradigma.

Não obstante a década na qual recaem a maior parte das análises evolutivas e o tratamento dos dados, não foi descurado o enquadramento histórico, fundamental à compreensão do centro do Funchal, tal como hoje o conhecemos.

7. Estrutura do Documento

Este estudo está estruturado em cinco capítulos, precedidos da introdução onde se contextualiza o estudo e se apresentam os objetivos e a metodologia adotada.

O capítulo I ocupa-se do enquadramento temático, no qual são abordados conceitos fundamentais à compreensão da problemática do comércio e serviços na cidade.

No capítulo II é caraterizada a área de incidência do estudo, sobre diferentes domínios: território, demografia, edificado, ambiente, economia, infraestruturas, património, entre outros.

O capítulo III e IV ocupam-se, respetivamente, da caracterização da oferta e da procura de comércio e serviços no Funchal. Pretende-se com esta caracterização conhecer melhor a realidade atual do setor e o seu comportamento evolutivo.

Por fim, no capítulo V, são apresentadas as bases para a formulação das medidas de revitalização. Essas bases surgem da informação proveniente dos capítulos anteriores, da análise prospetiva e da análise SWOT. Desta informação decorrem três eixos estratégicos, em torno dos quais serão estruturadas as medidas de revitalização.

Refira-se que o presente estudo de caracterização e diagnóstico não se esgota em si mesmo. Corresponde à primeira fase de um processo que tem por objetivo final revitalizar comércio da cidade, após a qual se segue outra fase, correspondente à formulação das medidas de revitalização, a apresentar em documento autónomo.

CAPÍTULO I
ENQUADRAMENTO TEMÁTICO

CAPÍTULO I ENQUADRAMENTO TEMÁTICO

1. A Cidade e o Comércio

"As cidades são fundamentalmente centros terciários, lugares onde se processam trocas de produtos e de ideias, onde aumentam os contactos entre pessoas e instituições, onde se encontram o conhecimento e o apoio técnico necessário à maioria das atividades económicas" (Salgueiro, 1998).

Cada cidade é única e tem caraterísticas próprias, logo tem se ser tratada em função das suas especificidades e não através de modelos normalizados, transpostos de outras realidades. É neste contexto que procuramos primeiramente conhecer e essência da cidade do Funchal, a sua relação com o comércio, para então definir a estratégia adequada para revitalizar o comércio e serviços.

A atividade comercial contribui para a diversificação do uso do espaço e tem um papel importante na capacidade de atração que a cidade exerce sobre a população residente e visitante, sendo que muitas vezes a imagem que retemos de uma cidade prende-se com a oferta comercial que ela nos oferece. O comércio indicia, por si, o nível de dinamismo de um centro urbano e tem impactos diretos nas políticas urbanas de reabilitação de espaços públicos, da habitação, dos transportes, da dinamização cultural, entre outros.

Assumindo a cidade e o comércio, uma relação de forte interdependência, a transformação e alteração da forma da cidade é acompanhada igualmente por diversas transformações e alterações nas funções que esta oferece. Vargas (2012) 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".

No Funchal, tal como noutra cidade, o comércio é das funções mais importantes pelo impacto direto que tem na sua economia. Gera riqueza, promove o emprego e induz uma forte dinâmica social. Por esta razão, importa que se definam políticas claras, assentes em conhecimentos sólidos, que reabilitem as cidades e as reconduzam ao seu posicionamento enquanto geradoras de desenvolvimento.

O número e a dimensão das unidades comerciais de uma cidade indicam o seu "estado de saúde". O comércio tradicional, em particular, é um dos setores que na década de 90, conheceu uma adaptação acelerada a novos desafios, nomeadamente, em pequenas e médias cidades, que necessitam de ter uma função de atratividade.

Há que inverter as tendências de declínio e reposicionar o comércio tradicional e de proximidade como fator diferenciador de cidades modernas. Atualmente é consensual reconhecer que o comércio pode e deve contribuir, decisivamente, para empreender processos de revitalização das áreas centrais das cidades.

1.1 A Dinâmica Comercial

Importa compreender as mutações e dinâmicas subjacentes ao sector do comércio, pois delas decorrem impactos mais ou menos fortes na cidade. A estrutura comercial reflete as características culturais da sociedade que serve e quaisquer desenvolvimentos sociais, económicos e tecnológicos têm impacto na forma comercial. As que resistem às mudanças acabarão por entrar em declínio.

Como refere Balsas (2000), o impacto da tecnologia, as mudanças nas preferências dos consumidores, intervenções governamentais ao nível do planeamento urbano criam impactes significativos na sua natureza. Apela-se constantemente aos comerciantes para que introduzam novos produtos, apliquem novos métodos, novas técnicas de venda com a principal finalidade de acompanhar as exigências dos clientes. É também fundamental compreender a relação entre consumidores, vendedores e lugares de consumo que caraterizam a cidade.

Para além da tese que defende que as formas comerciais que melhor se adequarem às alterações do meio socioeconómico e se adaptarem aos condicionalismos ambientais, mais hipóteses terão de prosperar, outras existem e que nos ajudam a compreender a dinâmica comercial. Balsas (2000) fala da teoria dos ciclos. Todas as alterações que ocorrem seguem um determinado ritmo, envolvendo a repetição de diferentes fases que compõem o ciclo de vida: nascimento, crescimento, maturidade e declínio da unidade comercial.

O mesmo autor analisa a dinâmica comercial sob um terceiro ponto de vista o qual designou por "conflito interinstitucional". O conflito resulta de novas formas comerciais que desequilibram as práticas comerciais tradicionais. Não obstante as diferentes teorias que procuram ajudar a compreender a dinâmica comercial na cidade, importa que se assuma que existe dinâmica, mudança de agentes, de vontades e de estratégias e que a primeira forma para a cidade e o seu comércio resistirem de forma saudável, é encarando naturalmente os processos de mudança.

1.2 O Comércio e o Centro da Cidade

O progresso económico sustentável está muito dependente da atividade comercial, pois esta funciona como o motor da produção e contribui para o regular funcionamento do mercado, no centro da cidade ou fora dele. A localização dos estabelecimentos comerciais depende da estruturação dos fluxos de pessoas e bens dentro da cidade, da animação das ruas, da reabilitação das áreas degradadas e da recuperação dos centros históricos pelo que, é expetável que os centros das cidades tenham maior poder de atração da atividade comercial.

Segundo Balsas (2000), os centros das cidades não têm uma definição única, pois correspondem às áreas percecionadas pelas pessoas que as usam, quer seja para habitar, trabalhar, fazer compras ou visitar. Este autor diz que o que distingue o centro da cidade das zonas de periferia é a multifuncionalidade e uma mistura orgânica de funções.

O principal papel dos centros é a venda a retalho e estes correspondem à principal área comercial. Se o centro da cidade perder a atratividade como centro de comércio, dificilmente poderá sobreviver. As possibilidades para estes centros se expandirem vão-se reduzindo à medida que se dá o crescimento das cidades, aumentando a procura comercial noutras zonas das cidades.

Há no entanto, fatores que podem desequilibrar esta tendência do centro das cidades atraírem o comércio, designadamente, a retalho. De entre elas destacam-se, o aumento do valor da propriedade e das rendas, problemas de trânsito, custos de transporte, escassez de espaço, entre outras. Em consequência, e acompanhando o natural crescimento da cidade, há um conjunto de atividades económica que acabam por se estabelecer em área mais periféricas e assim a cidade vai-se expandindo.

1.3 O Comércio e o Centro Histórico

A história tem-nos mostrado que o centro histórico é o "berço" da cidade. É aqui que nascem as funções terciárias que hoje caracterizam as nossas urbes, sendo que o que distingue os núcleos históricos das cidades do restante centro e das zonas periféricas é a sua multifuncionalidade e a sua mistura orgânica de funções (Balsas, 2000).

Os centros históricos das cidades portuguesas enfrentam um conjunto de problemas comuns. O despovoamento apresenta-se como um dos principais. Os preços especulativos e a terciarização afastaram a população para as periferias. O despovoamento traz consigo a degradação do edificado, insegurança, fatores que comprometem a qualidade do espaço urbano.

O envelhecimento populacional é outro dos problemas e acarreta consequências para o crescimento e recuperação sustentáveis dos centros históricos. Maioritariamente, os idosos apresentam economias débeis com consequências para o consumo e para a recuperação do edificado, circulam menos e à noite, é maior a insegurança. Também a precariedade do parque habitacional é dos fatores que mais negativamente marcam os centros históricos, não só pela imagem, mas pela segurança. É consequência do congelamento das rendas e do fraco poder interventivo dos municípios devido à ausência de um quadro legal adequado.

O tráfego automóvel, o estacionamento e acessibilidades são outros dos problemas típicos dos centros das cidades, em particular com centros históricos, pois algumas das ruas são estreitas, os peões circulam com dificuldade e a capacidade de estacionamento é reduzida. A população envelhecida e os constrangimentos à mobilidade obrigam a uma maior atenção à questão das acessibilidades.

Outro aspeto que marca os centros históricos prende-se com a ausência de equipamentos de apoio à população designadamente no campo da saúde, ensino, cultura e lazer, carências que muitas vezes atingem também o setor das infraestruturas. A coabitação, nem sempre pacífica, entre o mercado tradicional, característico dos centros históricos e as grandes superfícies comerciais que gravitam nas zonas periféricas, ou mesmo nas suas imediações, traz aos centros históricos um processo de desvitalização económica e social.

Perante um conjunto de problemas que assolam, embora diferenciadamente, os diferentes centros históricos, há que definir estratégias de atuação, evitando que estes centros definhem pois são eles que conferem às cidades a importância e a memória que nos identifica.

Não obstante estes problemas típicos, no caso do centro histórico do Funchal, alguns deles encontram-se mais esbatidos, por via das políticas levadas a cabo. A caracterização feita no capítulo seguinte, assim o demonstra. Há contudo, que reforçar a atuação designadamente no campo da reabilitação urbana, fundamental na revitalização comercial.

2. Evolução Histórica do Comércio no Funchal

A cidade do Funchal, tal como a conhecemos hoje, resultou de um processo evolutivo de ocupação do espaço, desde logo marcado pela orografia e situação geográfica, mas também, pela dinâmica económica e vivência social ao longo dos últimos séculos.

O "lugar do Funchal" teve a sua origem próximo do mar, naquele que é conhecido como núcleo histórico de Santa Maria. Á medida que o povoamento acontecia, este lugar expandia-se e em 1450 é elevado à categoria de vila e de sede de concelho. Surgiram espaços de convívio social e de práticas comerciais, envolvendo comerciantes que regularmente faziam escala no Funchal. Pode dizer-se que desde logo, este concelho afirma-se no panorama comercial regional. Para tal, contribuiu a atividade açucareira, não só pelo volume de negócio, mas pela movimentação da mão-de-obra e dos negociantes nacionais e estrangeiros.

Este núcleo primitivo cresceu inicialmente até à ribeira de João Gomes, em 1489 são construídas as ruas do Sabão e de João Esmeraldo e com a expansão da povoação para além da ribeira, facilitou-se o acesso ao mar e à zona fabril, mais a norte (Bettencourt, 2010). Após o surgimento de novos arruamentos e obras de vária índole, o aglomerado urbano do Funchal ganha novo estatuto em 1508, com a elevação da vila do Funchal à categoria de cidade. A planta de Mateus Fernandes, data de 1570, a mais antiga que se conhece, dá-nos a ideia da configuração do povoamento à data.

Fig. 3 Planta do centro do Funchal, Mateus Fernandes, 1570

Fonte: Município do Funchal

O crescimento da cidade acontece naturalmente ao longo dos séculos XVII e XVIII, embora a um ritmo lento. Verificou-se alguma expansão para norte, ao longo da ribeira de Santa Luzia, e para oeste são ocupados alguns terrenos agrícolas. Junto à capela de Santa Catarina desenvolve-se um aglomerado de edificações. É também neste período que se ergue a "cidade do vinho", envolta em alguma instabilidade decorrente de mudanças socias e económicas, dando origem a uma sociedade onde a clivagem entre ricos e pobres era muito evidente. Este impacto fez-se também sentir na forma de edificar e habitar e tal como refere Bettencourt (2010), a "cidade do vinho" ergue-se sobre a "cidade do açúcar". Percebe-se que a atividade comercial desde cedo pautou o desenvolvimento da cidade.

A planta que se segue, de 1803, traduz um novo momento de planificação da cidade, corresponde ao plano de desenvolvimento do Brigadeiro *Oudinot* e demonstra a sua intenção de expansão da cidade para oeste, na sequência da grande aluvião de 1803.

Fig. 4 Planta do centro do Funchal, José Marques da Rosa, 1803

Fonte: Município do Funchal

É notória a importância das principais ribeiras que, enquanto barreias naturais, acabam por marcar a estrutura da malha urbana. A abertura de novas vias veio facilitar a expansão urbana e as práticas

comerciais, mas a cidade estava marcada por alguma degradação e conservava ainda um cariz marcadamente rural. Por esta altura, a para da densificação do centro, a cidade alarga os seus limites, ultrapassando pela primeira vez as barreiras naturais hidrográficas e orográficas.

A nível comercial há a destacar, no final do século XIX, a importância dos grandes armazéns, o surgimento de sociedades cooperativas que transacionavam bens vincando a importância do centro da cidade enquanto polo comercial. Novas tentativas de planeamento e de ocupação do solo ocorrem, tal como o traçado dos quarteirões e com estas, o desenvolvimento do comércio ia-se fazendo e enraizando cada vez mais na cidade.

Em 1915, o arquiteto Ventura Terra, elabora o "Plano Geral de Melhoramentos para o Funchal" com o qual pretendeu-se valorizar espaços públicos, potenciar a situação paisagística, prevendo melhoramentos não só municipais e estatais, como particulares. As atuais avenidas Zarco e do Mar, a rua Dr. Fernão de Ornelas são definidas neste plano e são hoje, grandes eixos estruturantes da cidade.

Fernão de Ornelas, que chegou à presidência da Câmara Municipal em 1935, tornou-se uma figura incontornável na materialização de muitas das obras previstas neste plano, às quais se juntaram outras como o calcetamento, a abertura de novas ruas e alargamento de outras, a instalação de esgotos, a construção de fontanários, do mercado, do matadouro, bairros sociais e escolas, assim como distribuição de luz elétrica, instalação de cabos telefónicos, de sinalização luminosa e a organização do comércio e da indústria (Lopes, 2006). Este foi um período de grande viragem no que respeita à melhoria das condições de mobilidade e acessibilidade na cidade.

A atividade comercial ganha novo folego e, preocupado com a criação de receita, Fernão de Ornelas começou por taxar as casas comerciais pelos letreiros nas fachadas, o que levou à contestação por parte dos comerciantes, pois já pagavam a licença para ter a porta aberta. No final de 1940, voltou a criar um imposto, ao conceder novas licenças comerciais e industriais, gerando novamente contestação. O pequeno comércio de então detinha um peso na vida urbana do Funchal superior ao 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).

Nas primeiras décadas do século XX, com o crescimento da cidade e a melhoria do modo de vida da população, surgem novas atividades comerciais como o vestuário e o calçado. Pela primeira vez, as empresas do continente interessam-se pelo mercado do Funchal e o comércio urbano funchalense inicia a sua articulação com o exterior. O inglês aparece como a língua mais importante na publicidade, denunciando não só a presença de muitos comerciantes ingleses, mas também de consumidores com igual nacionalidade (Costa, 2012).

Em meados do seculo XX, com o aumento da frequência dos transportes marítimos e a chegada de inúmeros pequenos comerciantes ilegais, a vida pacata do pequeno comércio da cidade alterou-se profundamente (Costa, 2012). O desenvolvimento dos transportes marítimos e depois o aéreo, veio modificar a estrutura do comércio. 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).

Por esta altura, o crescimento da cidade continua a partir do centro, ocupando progressivamente o anfiteatro caraterístico do concelho, através da construção de novas vias de comunicação e de moradias e outras edificações. Merece particular destaque outro documento estratégico no desenvolvimento da cidade, o primeiro PDM, elaborado em 1968 por Rafael Botelho. Este documento traz consigo uma nova

perspetiva e novas propostas de urbanização e com elas a atividade comercial vai surgindo numa ótica de comércio de proximidade.

Na Europa do pós-guerra, o comércio passou a ser 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 (Costa, 2013). Daí a importância dos instrumentos de gestão territorial, no ordenamento dos usos e ocupação do espaço.

Nos anos 60, o Funchal congregava um terço da população regional, o que se refletia na grande afluência de população ao centro da cidade na busca da satisfação das suas necessidades de bens e serviços. O caráter macrocéfalo desta cidade ganha cada vez mais expressão. É na busca da oferta para esta crescente procura que surgem novas formas de comércio como supermercados, hipermercados e centros comerciais, embora na região esse processo se verificasse mais tardiamente, não só pelo caráter insular da Região, mas sobretudo pelo sistema político vigente marcado pela fraca abertura do país ao exterior e pelo baixo poder de compra da população.

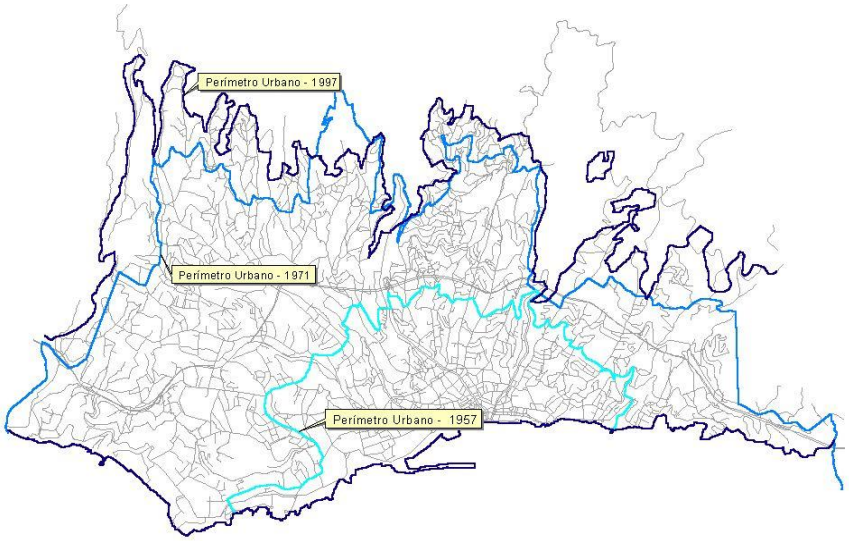
Com a revolução de 1974 e sobretudo após a adesão de Portugal à União Europeia, ocorrem grandes evoluções no comércio quer ao nível da distribuição, de novos modelos de gestão, de inovações ao nível do *marketing,* quer também na melhoria do poder de compra dos consumidores. "A emergência de grandes superfícies suburbanas leva quase à extinção, nos centros históricos das cidades, do comércio alimentar do tipo mercearia, as oficinas de reparações, os sapateiros, atividades artesanais por vezes já em decadência, mas também os móveis, eletrodomésticos e outras unidades consumidoras de muito espaço, bem como os serviços de proximidade" (IGOT, 2010).

Na década de 1990, o Funchal, apresentava vários aspetos preocupantes no que toca à sua acessibilidade ao centro da cidade, a localização do porto comercial junto ao centro da cidade, a 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). O PDM, ratificado em 1997, entre outras linhas estratégicas, introduziu o conceito de "novas centralidades" e com elas tentou obter maior equilíbrio do sistema urbano local de modo a minimizar os fortes impactes na estrutura urbana central, resultado do desenvolvimento económico e social que marcou o período pós revolução.

Atualmente em processo de revisão, é este PDM o instrumento de gestão territorial que continua a nortear a política de desenvolvimento da cidade. É possível, hoje, percecionar o impacto da política das novas centralidades que, associado ao aumento do preço das propriedades no centro e à melhoria do sistema de transportes, teve impactos no centro da cidade, na procura de bens e serviços, na fuga da população jovem e, consequente, no envelhecimento populacional do centro.

A imagem seguinte mostra-nos que em 30 anos o perímetro urbano do município alterou-se substancialmente, tal como aconteceu com o modelo de relação da população com o espaço e os seus padrões de consumo.

Fig. 5 Evolução do perímetro urbano do Funchal



Fonte: Município do Funchal

As décadas de 80 e 90 são marcadas por uma forte dinâmica comercial. No centro do Funchal, surgem as primeiras galerias comerciais e pouco depois o conceito de centro comercial, alguns dos quais fora do centro. Entre 2001 e 2005 surgem os grandes centros comerciais que se assumem, por si próprios, como novas centralidades, instalados em áreas mais periféricas da cidade. Este fenómeno teve consequências na estrutura urbana e comercial da cidade, pois alterou a relação entre o centro e as áreas periféricas.

Na mesma altura, acentua-se a pressão dos horários muito díspares entre as grandes superfícies e o dito comércio tradicional o que associado à questão do estacionamento e aos equipamentos de apoio ao cliente comprometeram a capacidade atrativa que marcou outrora o centro da cidade. A deslocalização da atividade comercial para o porto do Caniçal, a par de medidas como novos equipamentos e infraestruturas, reabilitação do edificado, a pedonização de vias, sinalética específica e a dinamização do centro histórico, acrescentaram valor a esta área da cidade, valor que é percebido e usufruído por residentes e visitantes.

Na realidade, desde o início do atual século, o centro da cidade começou a acusar alguma desvalorização funcional e económica. O desaparecimento das pequenas lojas viradas para a satisfação das necessidades de consumo dos moradores é um fenómeno que, em parte também se relaciona com o decréscimo e envelhecimento da população residente e das estruturas edificadas, tornando notória certa falta de equipamentos e a desadequação dos existentes (Salgueiro, 1999).

Foram necessárias políticas dirigidas de revitalização comercial, para inverter, ou pelo menos abrandar, o ritmo de desvitalização que o centro da cidade vem denunciando desde há vários anos e que se agravou no seguimento da "crise" económico-financeira recente. Destacam-se iniciativas de grande impacto designadamente ao nível do comércio tradicional, decorrente do segundo Quadro Comunitário de Apoio (QCAII). O PROCOM (Programa de Apoio à Modernização do Comércio) e o UBCOM (Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial), são disso exemplo. A figura seguinte indica as áreas objeto do programa.

Fig. 6 Áreas objeto de intervenção do programa URBCOM

Fonte: Município do Funchal

O urbanismo comercial adaptado às caraterísticas de cada centro de cidade e às do consumidor atual, designadamente na questão do parqueamento automóvel e outras comodidades para o peão, a reabilitação e animação urbana, podem determinar a inversão da atual situação de fragilidade da estrutura comercial do centro. No entanto, há que estar atento também aos paradigmas que resultam numa nova forma de "fazer comércio".

A era digital e a globalização mudaram o modelo da procura e o perfil do consumidor, o que também deverá levar a adaptação e ao *modus operandi* de quem oferece e do próprio modelo da oferta. Importa pois, que todos os atores envolvidos na dinâmica da cidade, se adaptem aos novos paradigmas e, de forma articulada, conduzam a cidade numa trajetória de prosperidade.

3. Do Contexto Regional ao Global

As características naturais da RAM (Região Autónoma da Madeira), se por um lado lhe conferem singularidade e beleza únicas, por outro imputam-lhe um conjunto de obstáculos ao desenvolvimento. Desde logo, a sua localização periférica, o relevo montanhoso, a vulnerabilidade ambiental acrescida e a escassez de recursos naturais. A dimensão populacional relativamente diminuta, que traz consigo alguns problemas ao nível das economias de escala, e a grande dependência de recursos externos, são também caraterísticas que constituem alguns entraves ao desenvolvimento económico regional.

Os custos de produção, decorrentes de uma produção limitada, trazem constrangimentos que levam à necessidade de apoios sem os quais muita da atividade se torna inviável. A vulnerabilidade acrescida à descida dos preços das matérias-primas, flutuações na procura turística, oscilações na ajuda externa ao desenvolvimento, são fatores que também ajudam a compreender a dificuldade que a Região tem tido em afirmar-se e inserir-se na economia global.

A evolução da economia madeirense nas décadas mais recentes foi marcada pelo processo de afirmação da autonomia (pós 1974), um processo que alavanca a economia regional após séculos de marginalização e décadas com indicadores abaixo da média. É nesta década que a economia regional começa a transforma-se e os residentes passam a usufruir de padrões de vida similares aos vigentes noutras regiões do país.

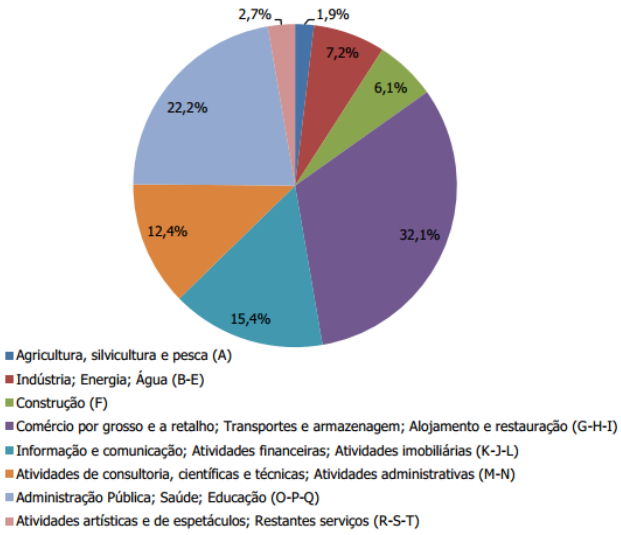
Com uma população de 263091 residentes (2012), distribuída por 11 municípios, a Região apresenta a mesma tendência de envelhecimento populacional do país. A maior concentração populacional dá-se no município do Funchal (41,8%). O estatuto de macrocefalia do Funchal, no contexto da rede urbana regional,

deve-se ao facto de concentrar o maior número e mais relevantes equipamentos e serviços, razão pela qual fixa mais população e gera maiores fluxos migratórios e económicos.

O Funchal funciona como um polo centralizador de funções muito especializadas apresentando um elevado índice de centralidade, não só em termos regionais, mas também nacionais. O Funchal ocupa o 14.º lugar no *ranking* do índice de centralidade ao nível da rede urbana nacional.

A economia da Região tem no centro internacional de negócios da Madeira e no turismo, os seus dois principais pilares. Segundo dados de 2011, constata-se que o setor primário é o que apresenta menor importância na economia regional, seguindo-se o setor secundário. É o setor terciário, do qual faz parte a atividade de comércio e serviços, que apresenta maior relevância económica. A figura seguinte apresenta a repartição do VAB (Valor Acrescentado Bruto), por atividades.

Fig. 7 Repartição do VAB, por atividades, 2012



Fonte: DRE - Madeira em Números, 2014

Subindo até o contexto nacional, e no que à importância do setor do comércio e serviços diz respeito, em Portugal, pode dizer-se que durante muitos anos, a atividade comercial esteve confinada a empresas e estabelecimentos retalhistas geridos por pequenos comerciantes, em sistema tradicional (Balsas, 2000). O poder de compra da população era fraco, a mobilidade reduzida, e as políticas protecionistas, deixaram o país numa posição periférica face aos centros económicos internacionais. O contato com o exterior e a inovação tardaram em chegar.

Foi com a entrada de Portugal na UE que se deram as maiores transformações no setor do comércio e uma nova dinâmica surge, fruto da maior estabilidade política, do acesso aos fundos comunitários, da abertura das fronteiras e consequente de entrada de grandes grupos económicos internacionais e do investimento estrangeiro. Por outro lado, o crescimento do investimento público e privado, o aumento das exportações, a privatização e modernização da banca, a diminuição do desemprego e o aumento do rendimento das famílias, constituíram-se condições favoráveis à introdução de um conjunto de reformas estruturais rumo à modernização do sistema comercial.

A modernização do comércio em Portugal fez-se pela progressiva concentração económica traduzida no crescimento das quotas de mercado das grandes cadeias de distribuição, nacionais e internacionais. Também a modernização das técnicas de venda e dos formatos dos estabelecimentos, que contribuíram

para a difusão de novos hábitos de consumo e da evolução dos estilos de vida marcaram o processo evolutivo do comércio nacional. Refira-se também que a emergência de novos padrões de organização espacial da oferta comercial, associados à sua deslocação para a periferia, integra o fenómeno da modernização do comércio português.

Como consequência deste processo evolutivo, as pequenas empresas e o comércio tradicional têm perdido importância, bem como as áreas centrais da cidade, localização por excelência do comércio mais qualificado e especializado. Contudo, o centro das cidades continua a acolher este tipo de comércio a retalho que, face aos novos paradigmas e beneficiando de programas de revitalização, tem-se modernizado.

Salgueiro (1996) destaca, no contexto de mudança, a dimensão das lojas e a política de *marketing* com incidência sobre outros aspetos como o livre-serviço e o recurso às novas tecnologias. A par das modernas técnicas de venda *online*, recuperou-se também antigas formas de venda, ao domicílio e a venda ambulante. Deste processo evolutivo, onde as novas tecnologias assumem um importante papel, registe-se a perda de importância da dicotomia balcão/vendedor, a favor da dicotomia empregados/expositores. A logística da gestão de *stocks* torna-se mais eficiente e o código de barras, a troca eletrónica de dados e o pagamento por meio de cartão de crédito/débito, foram essenciais para as empresas pois estimulam o consumo.

Como refere Cachinho (1995), "os supermercados, os hipermercados, os centros comerciais, as lojas de conveniência e de desconto, os restaurantes de *fast food*, as *mega stores*, as lojas especializadas como as de telemóveis, de chocolate e outras, as "desespecializadas" como a loja dos trezentos e as outras unidades sucursalistas de prestigiadas cadeias de retalho, representam diferentes ramos de atividade que se difundem pelos centros urbanos em regime de *franchising*", sinais dos novos tempos.

O tecido comercial nacional foi assim se adaptando tal como os consumidores que depararam-se agora, não só com um grande número de novos estabelecimentos, mas também, com uma quantidade infinita de produtos cuja escolha é orientada através do *marketing,* novas estratégias de gestão, criação de imagens de marca e outras técnicas de venda que redefinem posicionamentos no mercado. Novos hábitos de consumo surgem naturalmente com estas alterações no aparelho comercial. As famílias sofreram alterações na sua composição, na relação com os valores e no estilo de vida, que se traduziram em diferenças nas práticas de consumir e no tipo de bens que procuram (Salgueiro, 1992).

Não obstante as transformações ao longo do tempo, o comércio continua a ser um dos setores mais importantes na economia nacional. De acordo com os dados disponibilizados na Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014-2020, este setor em Portugal corresponde a 59,2% das empresas e geram um volume de negócios na ordem dos 161,1 mil milhões de euros, representando cerca de 49,4% do total de volume de negócios no país.

A dimensão deste setor é também avaliada por ocupar 50,4% dos ativos em Portugal, ao empregar 1,77 milhões de pessoas. O tecido empresarial em Portugal é predominantemente composto por empresas de pequena dimensão. Do universo das empresas no setor do comércio a retalho (atividade económica com maior número de empresas e pessoal ao serviço), cerca de 69% são empresas individuais e quase 97% empregam menos de 10 pessoas.

Olhando agora, de forma breve, para o contexto europeu, constata-se que a seguir à indústria, o comércio é a mais importante atividade económica. A prosperidade do setor é grande, sendo em 2012 responsável

por cerca de 16% do total do emprego na União Europeia, o que representa mais de 22 milhões de pessoas, e um contributo para o PIB da economia comunitária de 13%.

O comércio na Europa é hoje fortemente marcado pela criação de alianças de compras, nacionais, europeias e globais, que conduziram ao acréscimo do poder de compra dos grandes grupos de distribuição, o que resultou em alguns atritos entre produtores e comerciantes. A concentração das quotas de mercado num número restrito de operadores acaba por reduzir o potencial de influência dos consumidores, designadamente, na gama dos produtos e na escolha das lojas.

Pode dizer-se que a Região e Portugal no seu conjunto, têm o seu espaço quer no mercado europeu quer no mercado global. Possui recursos e competências próprias e capacidade de adaptação dos recursos humanos a diferentes contextos e ambientes. O seu percurso ao longo da história confirma-o. Os custos unitários do trabalho são competitivos e, apesar de constituírem territórios periféricos, dispõem das mais modernas infraestruturas tecnológicas, digitais e de comunicações o que lhes permite competir com outros territórios.

Em jeito de resumo, segue-se um quadro com três importantes indicadores, que ajudam a obter uma ordem de grandeza entre os três níveis territoriais, o local, o regional e o nacional. Por um lado, o n.º de empresas, onde se destaca o Funchal, com mais de 50% do total de empresas da Região. Por outro, o n.º de pessoas ao serviço, onde a posição do Funchal face à Região ainda é mais expressiva, o mesmo acontecendo com o volume de negócios.

Fig. 8 Síntese de indicadores, 2012

	N.º DE EMPRESAS	N.º DE PESSOAS AO SERVIÇO	VOLUME DE NEGÓCIOS (€)
PORTUGAL	1062782	3511666	325870314200
RAM	20526	67856	4449031551
FUNCHAL	11099	45283	3177255126

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

3.1 O Comércio e Serviços na era da Globalização

Para compreendemos as dinâmicas económicas e espaciais contemporâneas, temos que olhar para o território através de uma dialética de articulação entre o espaço, as relações e os fluxos que este estabelece como a envolvente. Este facto transporta-nos para a temática da globalização.

A análise do setor do comércio e serviços, há muito que deixou de poder ser feita apenas ao nível local/regional ou nacional, esta é uma temática global. Conceitos como globalização, *e-commerce* (comércio eletrónico), passaram a terminologias incontornáveis quando o assunto é competitividade e sustentabilidade do setor. Apesar de global, as diferentes características e níveis de desenvolvimento do setor nos diferentes locais implicam medidas adaptadas e específicas.

Importa desde logo diferenciar dois conceitos por vezes tidos por semelhantes: internacionalização e globalização. A primeira refere-se, fundamentalmente, ao alargamento das fronteiras geográficas onde determinado agente económico opera. A globalização, também conhecida por mundialização, encerra em si o conceito de internacionalização, mais dependente da tecnologia, onde a inovação e a criatividade

assumem um papel fundamental na competitividade e na afirmação da empresa. Na globalização não se conhecem barreiras geográficas.

O fenómeno da globalização, cujo incremento dá-se a partir da década de 70, decorre fundamentalmente, do desenvolvimento e massificação das novas tecnologias de comunicação e informação (TIC), onde a *internet* assume particular destaque. Este fenómeno veio alterar o paradigma de fazer comércio, alterou o jogo concorrencial, o preço dos produtos, a qualidade e a diferenciação assumem maior importância. Surgem novos hábitos e comportamentos à semelhança dos fenómenos ocorridos aquando da invenção do telefone, da rádio ou da televisão.

Em termos empresariais, a globalização veio alterar os processos e práticas de trabalho e contribui para a redefinição das relações com os parceiros de negócio e a empresa. Por se tratar de um meio de comunicação com um custo baixo, a *internet* contribuiu para o fortalecimento de relações das empresas com os seus clientes e vice-versa. A globalização veio obrigar as regiões a valorizarem mais e melhor o que têm de mais caraterístico e genuíno, vendo-se obrigadas a inovar e a promover a criatividade como nunca.

Para além de económica, a *internet* possibilita a diminuição do custo de venda, transporta parte do processo de venda para o comprador e permite uma gestão mais eficiente de *stocks*. O serviço ao cliente é claramente melhorado ficando a empresa com um base de dados de cliente e respetiva informação que pode mediante as condições legais, utilizar em processos de *marketing,* potenciando as vendas. Tudo isto acontece, suportado por novas formas de comunicação e promoção, onde a inovação e a capacidade organizacional tornam-se os fatores críticos de sucesso do comércio globalizado.

A evolução e desenvolvimento de mercados virtuais, abriram novas oportunidades para empresários e consumidores e incrementaram a oferta e a procura. Do lado da oferta, o número de empresas, de produtos e de serviços disponíveis na *internet* é cada vez maior e do lado da procura, cada vez mais pessoas têm acesso às novas tecnologias e passam mais tempo *online*.

Com as TIC, a distância existente entre os consumidores e as empresas deixou de ser um fator crítico, tornando-se mais fácil a interação e o estabelecimento de uma relação comercial. Relativamente aos comportamentos, a *internet* permite "ligar" as pessoas, onde quer que estejam e o acesso à informação é rápido e vasto. Há que conhecer as regras e apanhar as oportunidades. Interatividade, conectividade e acessibilidade, são palavras que ganharam novo significado e ajudam a compreender o fenómeno da globalização.

Quer as empresas, quer os consumidores, acabaram por ser forçados a adaptar-se à nova envolvente tecnológica, pois aquelas que não possuírem uma presença nos mercados virtuais terão mais dificuldade em sobreviver na nova economia global. Se as empresas querem ter sucesso, têm de aderir aos mercados virtuais sob pena de perderem competitividade, embora saibamos que a abertura dos mercados associada aos processos de globalização da economia empurrou o comércio tradicional para uma situação difícil. 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 completamente distintos é, provavelmente, o efeito mais visível da globalização no comércio (Salgueiro, 2008).

Não obstante, a globalização não condena, necessariamente, o comércio tradicional, caraterístico dos centros das cidades. O poder público, por um lado, através de políticas económicas e territoriais que valorizem os produtos locais e os consumidores, por outro, através de comportamentos de compra

sustentáveis, podem ajudar na criação de condições para que a globalização e o comércio tradicional coexistam de forma saudável.

4. O Comércio e Serviços no Ordenamento do Território

O PDM e a sua Revisão

O ordenamento do território na RAM é estipulado pelo Sistema Regional de Gestão Territorial (SRGT), consagrado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 43/2008/M, de 23 de Dezembro de 2008, ao qual os municípios estão vinculados. O município do Funchal tem no PDM, o mais importante instrumento de gestão territorial de iniciativa municipal, pois é através dele que são definidas as grandes linhas orientadoras de desenvolvimento do concelho.

Atualmente em revisão, o PDM do Funchal consagra o comércio e os serviços como fator de desenvolvimento económico e social. De acordo com o artigo 64º nº 1 do SRGT, cabe ao PDM identificar as áreas e definir estratégias e critérios de localização, distribuição e desenvolvimento das atividades comerciais e de serviços. Na caracterização social e económica dos estudos de diagnóstico da revisão do PDM, o fenómeno da terciarização no concelho é uma realidade que tem vindo a ganhar terreno aos outros setores.

A temática do acolhimento e dinamização das atividades económicas é considerada relevante e "Questões como a avaliação dos padrões de localização das atividades existentes e das relações entre a qualidade do espaço público e algumas destas atividades (comercio a retalho, restauração e bares, etc.) merecerão na revisão do PDM uma atenção particular."

Não obstante o processo de revisão, é o PDM aprovado em 1997 que vigora. O anexo II evidência a importância e a lógica adotada para o uso comercial, traduzida em termos de ordenamento nos índices afetos à ocupação com atividade terciária, suportada por cada classe de espaço deste PDM. A interpretação desta informação evidência a aposta na política das novas centralidades.

Os Planos de Pormenor e de Urbanização

A área de estudo abrange zonas de enquadramento dos seguintes planos de pormenor e de urbanização:

Fig.9 Planos de Urbanização e Pormenor abrangidos pela área de estudo

Designação:	**Abreviatura:**	**Vigência:**
1-Plano de Urbanização da Ribeira de São João	PURSJ	26/01/2012 a 26/01/2020
2-Plano de Urbanização da Ribeira de Santa Luzia	PURSL	18/01/2004
3-Plano de Pormenor do Castanheiro	PPC	04/08/2012 a 04/08/2020
4-Plano de Pormenor de Vila Georgi	PPVG	04/08/2012 a 04/08/2020
5-Plano Urbano da área AR1/CE	PU-AR1/CE	30/09/2008 a 30/09/2013

Fonte: Município do Funchal

a) PURSJ - No zonamento, à exceção das ZEM, ZEH, ZVP, é permitido o uso comercial, nos seguintes termos da sua definição "As zonas habitacionais destinam-se predominantemente ao uso habitacional agregando equipamentos de apoio à função habitacional, podendo ainda agregar comércio e serviços." (artigo 25º do seu regulamento);
b) PURSL - Prevê que nas áreas AC2, AC3 e AC9 "na alteração de usos seja considerada a utilização do rés-do-chão por comércio/terciário, sendo os restantes pisos de uso habitacional." (artigos 10º, 11º e 18º do seu regulamento);

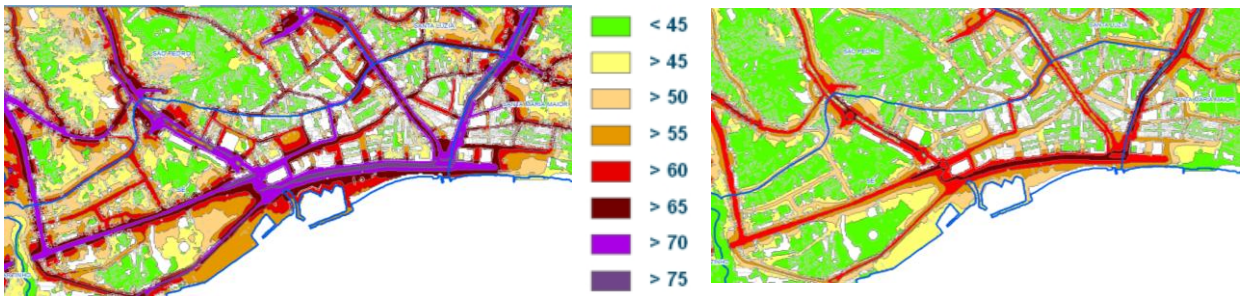
c) PPC – Prevê "Uso terciário – inclui serviços públicos e privados, comércio, unidades comerciais de dimensão relevante (UCDR) e armazéns, equipamentos coletivos de promoção privada e cooperativa;" (artigo 4º do seu regulamento). No essencial para todas as EU, verifica-se a manutenção dos usos existentes nos alçados onde "São permitidas alterações de usos, por condições excecionais, desde que aprovadas em Reunião de Câmara." e para a EU1-a existência de UCDR;
d) PPVG – No essencial trata de manter as características do edificado (incluindo o uso).
e) PU-AR1/CE – Projeta uma área de 30% para uso de comércio e serviços, conforme definido no PURSL.

A Carta de Ruído

Este documento decorre de uma obrigatoriedade legal aplicável a todos os municípios resultante da Diretiva 2002/49/CE, do PE e do Conselho de 25 de junho. Trata-se de cartografar o fenómeno do ruído para o auxílio no planeamento, gestão urbana e ao munícipe. Elaborado em 2010, este documento apresenta o zonamento de dois indicadores calculados a partir do nível de decibéis apurados: Lden – Indicador Dia e Entardecer; Lden – Indicador Noite.

É ao longo da rede viária que se verificam os valores mais elevados de ruído, com o efeito de propagação na sua envolvente. A Av. do Mar e das Comunidades Madeirenses, Rua 31 de Janeiro e Rua 5 de Outubro, Rua Visconde do Anadia, Praça de Tenerife, Rua Brigadeiro *Oudinot*, Av. Zarco, Rua Câmara Pestana, Av. Arriaga, Pc. do Infante, Av. do Infante, Rua Dr. Brito Câmara e Av. *Calouste* Gulbenkian são as que apresentam os níveis mais elevados de ruído. Este ruído está associado ao trafego/transportes e pelo impacto que produz aos mais diversos níveis, influencia a qualidade do ambiente urbano.

Fig. 10 Carta Ruído - Lden e Ln

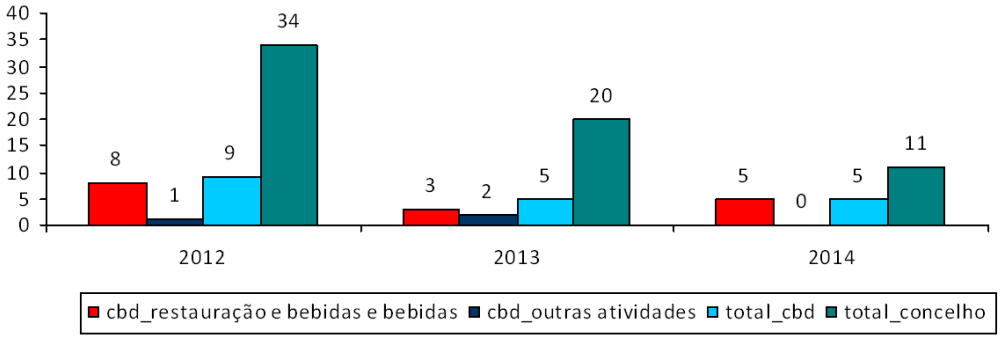


Fonte: Município do Funchal

É da responsabilidade do município, a classificação das zonas em mistas e sensíveis, o que depende da ocupação do solo e da estratégia de desenvolvimento para o concelho. A área de estudo tem presente os usos habitacionais e outros pelo que abre-se a previsão da sua classificação como zona mista, o que não quer dizer que não haja a necessidade de ações de redução e controlo de ruído com os Planos de Redução de Ruídos (PRR).

A atividade humana (ruído de vizinhança), por si só é uma fonte de ruído sendo a que na área de estudo suscita mais reclamações por via da atividade de restauração e bebidas. No primeiro semestre de 2014, todas as reclamações no centro da cidade dizem respeito a esta atividade.

Fig. 11 Reclamações relacionadas com o ruído, 2012 - 2014(1.º trim.)



Fonte: Municipal do Funchal

Importa pois atender à questão do ruído através de uma adequada classificação das zonas (mistas/ sensíveis), através do desenvolvimento de planos de redução de ruído, no sentido do ruído não funcionar como fator dissuasor da frequência, permanência ou fixação de residência, no centro da cidade.

A Carta de Riscos

A carta de riscos é um instrumento que procura dar a conhecer os riscos reais ou potenciais que podem afetar uma determinada área. Com esse conhecimento, a política de ordenamento do território torna-se mais assertiva e sustentável. O setor do comércio e serviços, na sua componente de restauração e bebidas, a animação da cidade decorrente dos eventos e festas e as zonas históricas, quer pela ocupação do espaço público quer pela sua morfologia, são muito sensíveis aos riscos. Por esta razão, deve ser bem fundamentada a existência de zonas onde pode vir a ser interdita e/ou condicionada a ocupação comercial e a ocupação do espaço público, por razões de segurança.

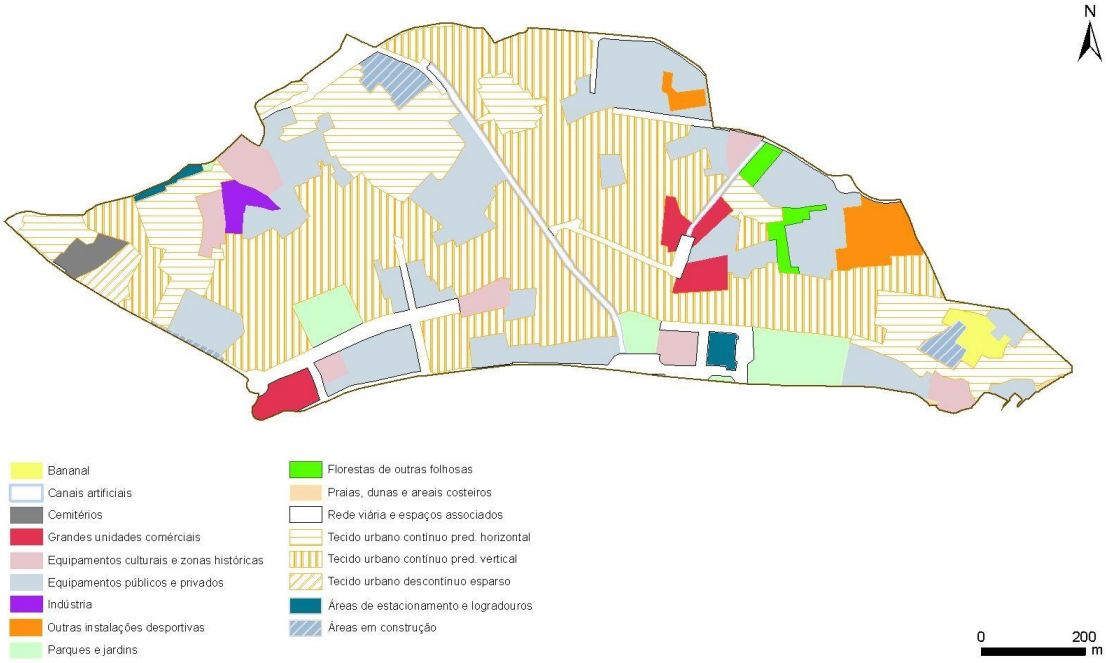
A área de estudo apresenta zonas onde se evidenciam riscos associados a fenómenos como: Ondas de calor-Risco moderado; Secas-Risco moderado; Tempestades-Risco moderado; Cheias-Elevada suscetibilidade (grande parte da área de estudo apresenta este risco); Inundações e galgamento costeiro (Na Marina do Funchal, área entre o Cais, Av. do Mar e das Comunidades Madeirenses, Praça da Autonomia, Campo Almirante Reis, Largo do Corpo Santo, Barreirinha, Cais Norte do Porto do Funchal); Tsunami-Elevada suscetibilidade (praticamente presente em toda a área de estudo).

Complementarmente aos riscos físicos destaca-se o papel do município no controlo da presença do mosquito, através do Plano Municipal de Combate ao Mosquito Vetor de Transmissão da Dengue, em articulação com o IASAUDE, no sentido de reduzir o impacto socioecónomico que este fenómeno pode acarretar para a cidade.

Apesar dos diversos instrumentos de apoio à gestão do território, refira-se que a área de estudo é antes de mais, uma área consolidada, pelo que é expectável que o ordenamento do território se faça fundamentalmente através de políticas de reabilitação, recuperação, revitalização e regeneração.

A carta de ocupação e uso do solo da área de estudo mostra-nos que esta área apresenta-se consolidada, destacando-se o tecido urbano contínuo e o predomínio de equipamentos públicos e privados, bem como de equipamentos culturais e zona histórica.

Fig. 12 Carta de ocupação e uso do solo da área de estudo, em 2010



Fonte: DROTA, Direção Regional de Ordenamento do Território e Ambiente

5. A Importância da Revitalização: Apoios Europeus e Outros Mecanismos

Como o próprio nome indica, revitalizar é voltar a dar vida, revigorar. Reabilitação, renovação e requalificação, são termos associados à revitalização, mais ligados à componente física (obra) aos quais se juntam a animação e dinâmicas culturais que, no seu conjunto, conduzem à dinâmica económica e social da cidade.

A história mostra-nos que o desenvolvimento dos lugares decorre por ciclos, nem todos prósperos. Uma cidade que é hoje pujante social e economicamente, amanhã, por múltiplos fatores, pode entrar em declínio e exigir dos agentes políticas concertadas de revitalização. Importa estar atento aos sinais de desvitalização e reagir atempadamente através de medidas estruturais.

Não são apenas os centros das cidades ou os núcleos históricos que carecem deste tipo de medidas, são também as áreas periurbanas, residenciais ou industriais, ou mesmo espaços naturais. Com o processo de revitalização, pretende-se não só o desenvolvimento económico, social e ambiental, mas também a dinamização cultural e todos os processos que possam concorrer para potenciar os espaços e melhorar a qualidade de vida urbana.

Entende-se a revitalização como um processo integrador de diferentes estratégias, capaz de utilizar o *marketing* territorial como forma de promoção e dinamização urbana. A comunicação ganha mais importância e as iniciativas devem ser participadas, pois tão importante quanto cumprir objetivos é dar-lhes visibilidade e envolver a comunidade.

Como refere Guerra (2005), a revitalização encerra em si vários desígnios: aumentar a eficácia e a eficiência do sistema urbano, promovendo a coesão social e a competitividade territorial intra e intercidades; dinamizar da sociedade civil, promovendo o bem-estar urbano, a qualidade de vida dos cidadãos e a melhoria das empresas e do sistema económico; promover uma intervenção urbana equilibrada e articulada, tendo em conta as dimensões ambientais, económicas, sociais e culturais; contribuir para racionalização, modernização e responsabilização da administração das áreas urbanas (central, local, instituições e cidadãos), propondo e implementando estratégias, mas também esperando valor e resultados.

É importante destacar o papel da UE, nomeadamente através dos fundos, na revitalização. A política europeia está agora, mais do que nunca, centrada em políticas conducentes à criação de emprego, através da dinamização económica, em particular da atividade de comércio e serviços. O comércio a retalho pesa atualmente 13% no PIB europeu e representa 16% do emprego na Europa, o que revela a importância deste setor nas políticas da UE, o que de resto tem sido percetível através da especial atenção que os sucessivos QCA têm dado às políticas de reabilitação urbana nos centros das cidades, como forma de impulsionar as economias locais e conter a degradação desses territórios.

Neste município, em 1995 foi estabelecido um protocolo com o Ministério do Comércio e do Turismo para dinamizar a "Zona Velha", com a recuperação de imóveis, a criação do Centro de Artesanato e Oficinas de Restauro, o Centro de Informação Histórico-turística e a Associação de Professores Reformados. Esta operação integrada de que foi alvo a núcleo histórica de Santa Maria, com renovação das infraestruturas, pavimentação e calcetamento da Rua de Santa Maria e transversais, a pedonização de outras ruas da cidade, foram iniciativas marcantes para a cidade.

Outro programa europeu a destacar pelo impacto na reabilitação da cidade é o PITER (Programa Integrado Turístico de Natureza Estruturante e Base Territorial - 2002), que resultou de acordos de colaboração entre o Instituto de Apoio ao Turismo, o Município e a Administração dos Portos da RAM, a Sociedade Imobiliária do terreno do Arsenal, Lda e o IDE da RAM, tendo resultado algumas infraestruturas hoteleiras na "Zona Velha" assim como a *promenade* à beira mar e o jardim público. O RECRIA (Regime Especial de Comparticipação na Recuperação de Imóveis Arrendados), criado pelo Decreto-Lei nº 329-C/2000 de 22 de Dezembro é outro programa a referir pois teve um forte aproveitamento por parte dos particulares com as obras de beneficiação e conservação de imóveis.

Merece particular destaque o QCA II, do qual resultou um assinalável desenvolvimento para o urbanismo comercial da RAM, com os apoios veiculados no âmbito do Programa de Apoio à Modernização do Comércio – PROCOM (Programa de Apoio à Modernização do Comércio) - Decreto-lei nº 184/94, de 21 de Julho. Esta política assentou no conceito de "centro comercial a céu aberto". Ao abrigo deste programa surgiram os PEUC, que tiveram continuidade no QCA III. No Funchal, mais concretamente em 2000, o município e a Associação de Jovens Empresários implementaram este programa nos núcleos históricos da Sé e de S. Pedro.

O QCA III deu continuidade do desenvolvimento comercial com o URBCOM (Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial), regulamentado através da Portaria nº 317-B/200, de 31 de Maio, onde surgiram os PUC. O concelho do Funchal apresentou em 2003 o projeto do Carmo (envolveu 120 unidades comerciais), e o projeto de Santa Maria (envolveu 120 unidades comerciais) e em 2006 apresentou o projeto de S. Pedro e Sé (ver figura 6).

No que respeita ao QREN 2007-2013, o financiamento comunitário incidiu ao nível da 1) competitividade regional e no emprego e 2) cooperação transnacional PCT-MAC. No âmbito do ponto 1) temos os

Programas: Intervir + (beneficiários: públicos e privados) do FEDER, RUMOS (beneficiários: públicos, privados e pessoas individuais) do FSE e POVT do Fundo de Coesão. O concelho do Funchal, através de candidaturas efetuadas pelo município, beneficiou de alguns apoios tanto na área de formação (qualificação dos recursos humanos) como para algumas infraestruturas urbanas fundamentais.

O quadro de apoio que agora se inicia (Estratégia 2020), que vigorará no período 2014-2020 e a Estratégia para o Desenvolvimento Regional (DOER), continuam a considerar prioritárias as componentes reabilitação e requalificação. A leitura do ponto 1.3, do capítulo V, completa esta informação.

A iniciativa Jessica (JHFP-Holding Fund Portugal) é um programa que via apoiar investimentos nas áreas da reabilitação urbana e da revitalização económica e contempla a possibilidade de disponibilização de linhas e crédito a particulares e entidades. Tem como objetivos específicos: a reabilitação e regeneração urbana, incluindo infraestruturas e equipamentos; a eficiência energética e a energia renovável em áreas urbanas; a revitalização económica urbana, especialmente a PME e empresas inovadoras e ainda, a disseminação de TIC, incluindo infraestruturas de banda larga sem fios. No quadro 2014-2020, a Região beneficiará deste programa, em termos ainda a definir.

No que concerne aos apoios diretos à PME (Pequenas e Médias Empresas), no período 2007 e 2013, a fatia foi de 3.300 milhões de euros, dos quais 70% se destinaram a pequenas e médias empresas, ou seja, 2.300 milhões, a que acresciam 350 milhões de verbas resultantes de engenharia financeira.

Atualmente a Secretaria de Estado para a Modernização Administrativa está a desenvolver um "Balcão dos Fundos" com um portal *online* que entrará em funcionamento no segundo semestre de 2014, e vai permitir às PME´s verificarem todos os fundos comunitários disponíveis, efetuar a inscrição e ainda, obter o fundo adequado ao seu projeto de investimento (Jornal I, 06/06/2014). É importante estar atento à concretização desta medida que pode ser um instrumento de apoio às políticas de revitalização económica no município.

Outra nota que merece referência, prende-se com a consciencialização do Parlamento Europeu para as dificuldades atuais dos empresários pelo que aprovou em novembro de 2013, uma resolução que apela ao combate às Práticas Comerciais Desleais e à promoção do comércio tradicional nos centros urbanos. São iniciativas que no seu conjunto, podem ajudar à sustentabilidade da atividade económica.

Complementarmente aos apoios europeus existem outros mecanismos que devem ser agilizados numa ótica de reforço das políticas de revitalização urbana e comercial. As parcerias público/privadas permitem obter importantes sinergias, através das quais poderão surgir novas fontes de financiamento. As políticas de arrendamento urbano são também promovidas pelo Banco Europeu de Investimento, onde a lógica passa por reabilitar para arrendar, como é o exemplo do programa Porta65 Jovem, com incentivos aos arrendatários jovens.

As ARU (Área de Reabilitação Urbana) e ORU (Operação de Reabilitação Urbana) são outros dos mecanismos. Nas ARU, a delimitação das áreas compete à Assembleia Municipal e visam introduzir medidas para agilizar e dinamizar a reabilitação urbana. Também as SRU (Sociedades de Reabilitação Urbana) possibilitam a operacionalização das ações de reabilitação ou de renovação de uma determinada área, previamente delimitada na perspetiva da captação de investimento e na mobilização de privados, como forma de enquadramento no regime jurídico excecional da reabilitação urbana de zonas históricas e áreas críticas de recuperarão e reconversão urbanística.

6. Quadro Normativo

Apesar de abundante, a legislação relativa à temática do comércio e serviços ao nível europeu, nacional e regional, carece de uma adequação e simplificação por forma a tornar os procedimentos mais ágeis e céleres. Importa desenvolver uma filosofia de informação e acompanhamento personalizado aos empresários e comerciantes, e cidadãos em geral, que permita reduzir os desfasamentos entre a dinâmica natural dos mercados e as politicas e regulamentos legais. O setor público deve estar atento às tendências evolutivas das suas populações e dos seus mercados e procurar formas de reduzir os pontos de conflito do seu território.

A Nível Europeu

Um dos grandes objetivos da UE é providenciar que os seus EM tenham um desenvolvimento económico e social sustentado. As cidades ganham cada vez mais um papel proactivo no incremento deste objetivo por serem os territórios privilegiados para criar, implementar e desenvolver todo o tipo de intercâmbios comerciais e culturais.

A UE irá disponibilizar 351,8 mil milhões de euros para o investimento nas regiões, nas cidades e na economia real. À luz do novo QCA, o comércio é visto como extremamente importante para a redução da taxa de desemprego (um dos cinco objetivos da estratégia 2020). As políticas da UE orientam-se neste próximo período para maximizar o impacto no crescimento e no emprego.

A regulação do sector do comércio e serviços por parte da UE destina-se a aumentar a competitividade das empresas num contexto onde as deficiências estruturais da economia europeia reveladas pela dita crise, só podem ser corrigidas através de reformas baseadas em esforços nacionais mais sustentados pelo mercado único, na política comercial comum e por noutras políticas correlacionadas com a sustentabilidade. Ver quadro normativo anexo I – Tabela 1.

A Nível Nacional

Cada país da UE adota os seus próprios objetivos para cada uma das áreas definidas como estratégicas e prioritárias, e determina no seu PDES (Plano de Desenvolvimento Económico e Social) os programas necessários para os alcançar. Neste novo período de fundos comunitários, Portugal investe em crescimento baseado no conhecimento e na inovação, sociedade inclusiva com alta empregabilidade e crescimento verde. Através de alterações, adaptações ou com a criação de novos instrumentos no seguimento de diretivas europeias, é definido um quadro legal e regulamentar que abrange várias áreas de convergência ao objetivo comum. Ver quadro normativo anexo I – Tabela 2.

A Nível Regional e Local

A RAM encontra-se a desenvolver os novos regulamentos relativos ao funcionamento do designado CompromissoMadeira@2020 - Documento de Orientação Estratégica. O município deverá estar atento no sentido da melhor articulação entre as prioridades definidas por este documento e a concretização das políticas de desenvolvimento local, designadamente como campo da revitalização económica em particular do setor do comércio e serviços. Ver quadro normativo anexo I – Tabela 3.

Síntese Legislativa

O setor do comércio e serviços dispõe de um conjunto de diplomas, normas e regulamentos que têm sido alterados e ajustados o que por vezes dificulta a sua leitura e aplicação. Todavia, a tendência mais recente aponta para processos de simplificação e desburocratização, no sentido do melhor acompanhamento das novas dinâmicas do mercado, aplicação das diretivas europeias e permitir uma maior abertura às novas práticas da população.

A transversalidade do sector do comércio e serviços é grande e tem implicações na reabilitação, no arrendamento urbano, na qualidade e sustentabilidade urbana, entre outros domínios. Uma segmentação por grandes áreas/domínios de ação (I – Comercio e serviços, II – Publicidade; III- Orla Costeira; IV – Ordenamento do Território; V – Património e Reabilitação Urbana; VI – Segurança, Higiene e Acessibilidades; VII – Águas e Portos; VIII – Resíduos; IX- Ruído; X – Eficiência Energética e XI – Ambiente e Ar) e a articulação dessa segmentação com o respetivo enquadramento hierárquico (europeu, nacional e regional), permite conhecer e compreender melhor que qualquer intervenção no setor do comércio e serviços tem caráter multidisciplinar. Ver quadro normativo anexo I – Tabela 4.

SINTESES DO CAPÍTULO I ENQUADRAMENTO TEMÁTICO

A cidade do Funchal, desde o início do povoamento da ilha, começou a definir-se como principal polo de urbano da ilha, estatuto que tem vindo a reforçar ao longo dos séculos. "É no Funchal que se concentram o escol cultural e as atividades culturais, como é lá que se encontram as melhores oportunidades de emprego, de negócio ou de influência" (Pereira, 1969).

Este facto deveu-se, numa primeira fase, às condições geográficas e naturais que caraterizam o concelho, mas rapidamente o Funchal passou a usufrui do princípio de que "o desenvolvimento gera desenvolvimento". Foi no Funchal que se criaram as primeiras infraestruturas, onde se concentraram os maiores e mais importantes equipamentos, foi onde a oferta de emprego mais cresceu, em suma, foi o Funchal que melhores condições ofereceu para fixar a população. Sendo a Madeira uma ilha, com uma população que tende para estabilizar em número, tal como os movimentos migratórios, é expetável que o Funchal continue a ser no futuro o município macrocéfalo da rede urbana regional.

A evolução da economia regional e local nas últimas décadas foi marcada pelo processo autonómico, que serviu de alavanca no sentido de atingir um maior nível de desenvolvimento. Com mais ou menos atraso, com maior ou menor dificuldade, a Região e o Funchal em particular, seguiram as mesmas tendências, esbarram nas mesmas dificuldades e gozaram das mesmas oportunidades que o resto do país, no processo de desenvolvimento da sua estrutura comercial.

Todas as cidades têm as suas especificidades e identidade próprias. Isto diz-nos que, a resolução dos seus problemas, exigem medidas, também elas, específicas e ajustadas. Embora o foco do problema esteja centrado na ausência de vitalidade económica do centro da cidade, a sua resolução passa por soluções mais abrangentes para as quais terão de concorrer medidas de reabilitação e regeneração urbana, criando condições para inverter as tendências de desertificação do centro e medidas de urbanismo comercial, como foram os programas PROCOM e do URBCOM.

O problema de desvitalização comercial da qual a cidade padece, não é apenas fruto da depressão económico-financeira conjuntural. Trata-se também de perceber que todas as cidades têm os seus ciclos, que alternam entre a prosperidade e a perturbação. Não se trata, porem, de uma fatalidade a que todas as cidades estejam predestinadas, mas acontece. Não sendo possível evitar o problema, o importante é percecionar precocemente os sinais e reagir de forma assertiva e concertada. A expansão urbana, a criação de novas centralidades, as grandes superfícies comerciais e mais recentemente, o incremento do *e-commerce,* apontam para novos paradigmas comportamentais e espaciais.

Alguns dos problemas típicos dos centros históricos, como são a degradação do edificado, a especulação imobiliária, o envelhecimento populacional e o estacionamento, ajudam a compreender as dificuldades com que nos deparamos. Certo é que, também a riqueza cultural e patrimonial deste centro funciona como fator de atratividade, pelo que ter o CBD da cidade sediado no núcleo histórico, antes de mais, é um privilégio. Associar a riqueza patrimonial do núcleo histórico a uma frente atlântica e um porto com a dinâmica como do nosso, representam um potencial que muitas cidades gostariam de ter.

É importante verificar que políticas de ordenamento do território definidas hoje, poderão não se revelar as mais adequadas amanhã, se não vejamos. A criação de novas centralidades, linha estratégica do PDM de 1997, assim como a política de retiradas dos veículos do centro da cidade, suportadas por políticas dissuasoras como são o aumento dos preços de estacionamento e solução *park and ride*, são vistas hoje como razões que concorrem para a desvitalização do centro.

Como vimos, o comercio tradicional, tido também como comércio de proximidade, é vital para a economia das pequenas e médias cidades, pelo que os municípios têm de explorar cuidadosamente o quadro

normativo que têm ao seu dispor e focar parte da sua ação na captação de fundos e outras estratégias de intervenção, como a criação de ARU (Área de Reabilitação Urbana) e as SRU (Sociedade de Reabilitação Urbana), tal como o incremento de parcerias, sem os quais as suas políticas de revitalização poderão não ter o impacto desejável. Importa desenvolver uma filosofia de informação e acompanhamento personalizado aos empresários e comerciantes e cidadãos em geral, que permita reduzir os desfasamentos entre a dinâmica natural dos mercados e as políticas e regulamentos legais.

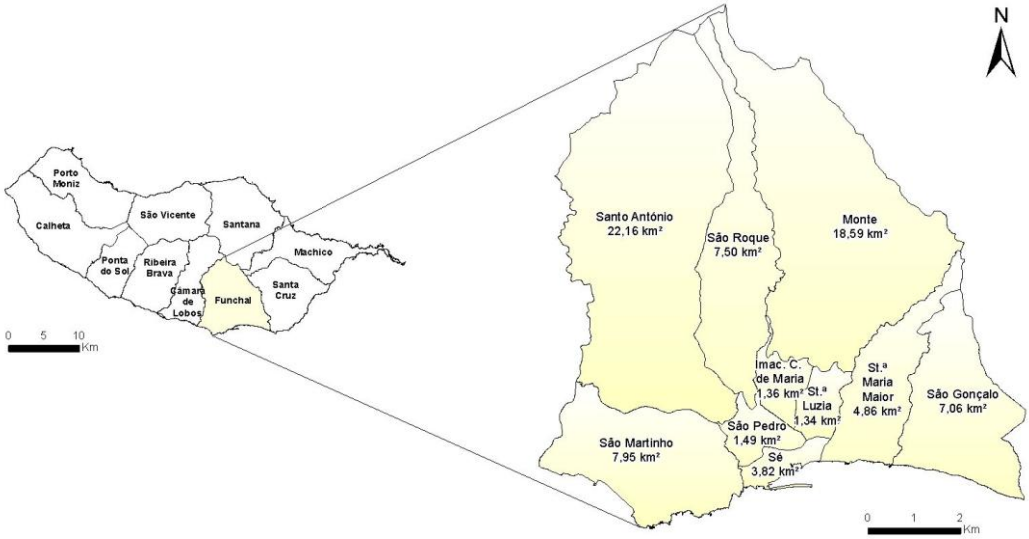
CAPÍTULO II
CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

CAPÍTULO II CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

1. Território

O município do Funchal ocupa uma área de 76,14 km², distribuída por dez freguesias, de acordo com a seguinte figura:

Fig. 13 Superfície do território municipal (Divisão administrativa)



Fonte: INE - http://www.ine.pt

A área de estudo, com 0,91 Km², corresponde à zona baixa da cidade, onde se concentra a maior parte do comércio e serviços do município, englobando parte das freguesias da Sé, S. Pedro, Santa Luzia e Santa Maria Maior.

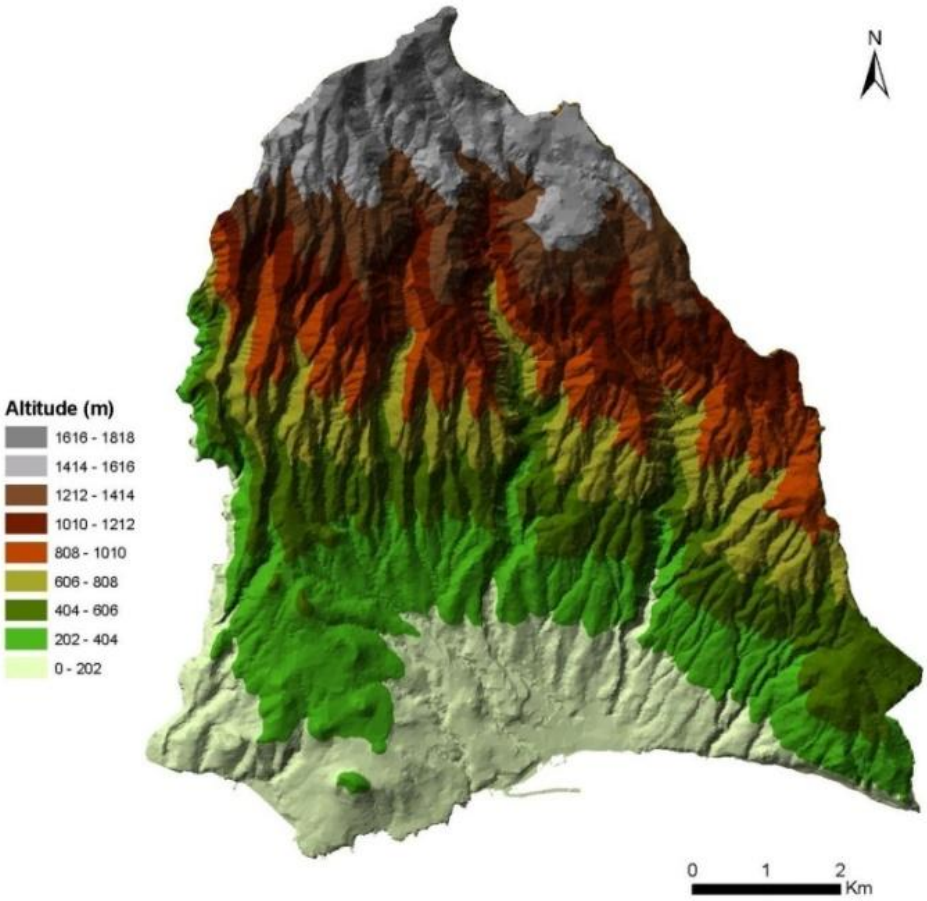
Fig. 14 Localização da área de estudo

Fonte: Município do Funchal

2. Aspetos físicos

O povoamento do Funchal reflete os condicionamentos físicos que o caracterizam: um relevo acidentado, marcado por vales profundos, fortemente encaixados, assumindo uma forma de "anfiteatro" que é bem visível através dos andares hipsométricos do modelo digital de terreno, representados no seguinte mapa.

Fig. 15 Modelo digital de terreno

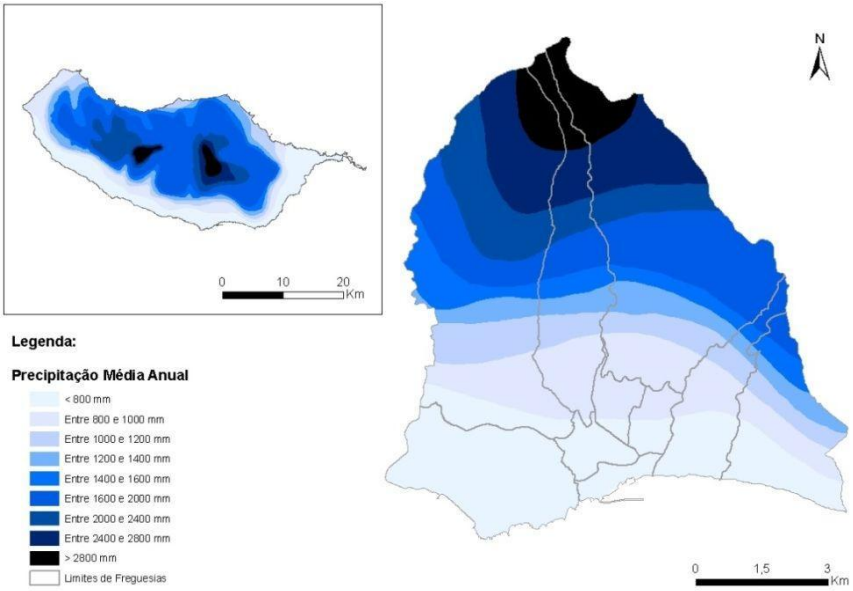


Fonte: Município do Funchal

Tendo em atenção a grande variação de declives no concelho do Funchal, podemos distinguir quatro grandes classes de espaços: as áreas de declives suaves, que abrangem parte da baixa do Funchal e da zona oeste; as áreas de declives moderados, localizados sobretudo a este do centro do Funchal e em alguns setores da zona Oeste; a classe de declives acentuados, que predominam sobretudo nos lombos entre os vales encaixados, coincidindo, em termos gerais, com a área limite do perímetro urbano; e, finalmente, a classe dos declives muito acentuados, que chegam a atingir os 80 a 90%, situados nas zonas mais altas, sobretudo nas vertentes que ladeiam as três principais ribeiras que desaguam no centro do Funchal.

Do ponto de vista climático, a posição geográfica do município do Funchal faz com que este se caracterize por ter um clima temperado marítimo. À semelhança da temperatura, a precipitação varia com a altitude, sendo mais frequente à medida que atingimos cotas superiores.

Fig. 16 Precipitação média anual

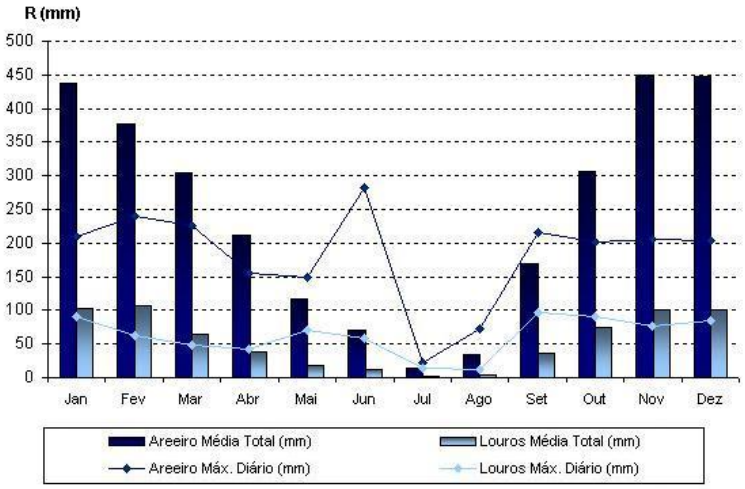


Fonte: Atlas do Ambiente 2008

Com base nos dados das normais climatológicas, trabalhados para um período de 30 anos, compreendido entre 1961 e 1990, analisaremos alguns dados para as estações do Funchal (Louros) e do Areeiro, situadas a altitudes bastante diferenciadas, de modo a melhor compreendermos em que medida o clima pode influenciar a forma como a população se distribui no território municipal.

A leitura do gráfico, onde se representa a precipitação média total e máxima diária registadas nas estações dos Louros e do Areeiro, aponta para uma marcada sazonalidade da quantidade de precipitação média total ocorrida ao ano.

Fig. 17 Precipitação média total e máxima diária ocorrida no Funchal e no Areeiro

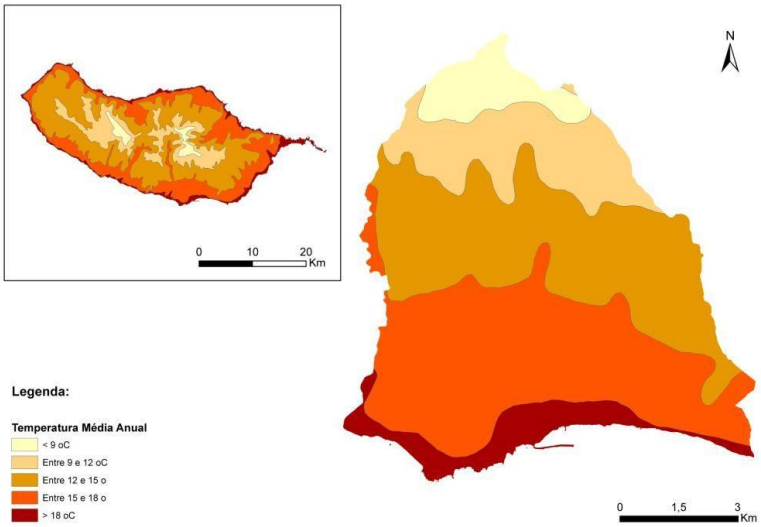


Fonte: OMF – Observatório Meteorológico do Funchal

A precipitação média regista os seus valores máximos entre outubro e abril, tendência verificada nas duas estações, apesar da considerável diferença nos quantitativos pluviométricos ocorridos, consequência da altitude que as separa. O mês de maio, por outro lado, assinala a transição para um período menos pluvioso, atingindo-se os valores mínimos nos meses de julho e agosto, em ambas as estações.

Ao contrário da precipitação, o aumento da temperatura é inversamente proporcional ao da altitude e, por outro lado, a exposição das vertentes também exerce a sua influência.

Fig. 18 Temperatura média anual

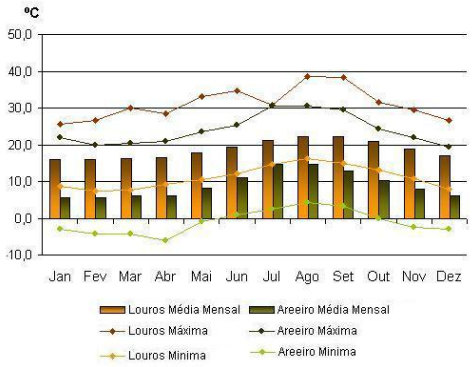


Fonte: Atlas do Ambiente 2008

A temperatura média anual nos Louros (Funchal) é de 18,7ºC, enquanto no Areeiro é de apenas 9,1ºC. As temperaturas médias mínimas e máximas variam significativamente de uma estação para a outra, rondando nos Louros os 13ºC em março e os 25,7ºC em agosto, respetivamente. No Areeiro as variações são mais significativas, sendo a média mínima mensal de apenas 2,8ºC em fevereiro e a máxima de 18,7ºC em agosto.

O gráfico seguinte mostra os valores médios mensais de temperatura e os extremos máximos e mínimos ocorridos nas duas estações.

Fig. 19 Temperatura do ar (ºC) no Funchal e no Areeiro



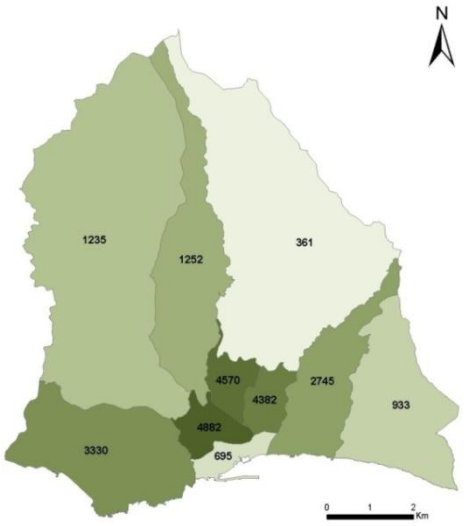
Fonte: OMF – Observatório Meteorológico do Funchal

3. População

O município do Funchal, segundo os censos 2011, tem 111892 residentes (41,8% da população da RAM) e apresenta uma densidade populacional de 1469,6 habitantes por km², estando significativamente acima da verificada a nível regional (334,3) e sobretudo da nacional (114,5).

Ainda do ponto de vista da densidade populacional, as freguesias de S. Pedro, Imaculado Coração de Maria e Santa Luzia são as mais densamente povoadas do município.[4]

Fig. 20 Densidade populacional (N.º/ km²) no Funchal, por freguesia, em 2011

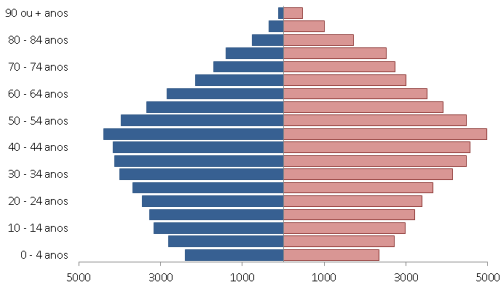


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Na área de estudo residiam, em 2011, 3770 indivíduos, sendo a densidade populacional desta área de 4143 habitantes por km².

A estrutura etária da população municipal caracteriza-se por um visível estreitamento da base da pirâmide, resultante do declínio da natalidade, e por um alargamento do topo, resultante do crescente aumento da população idosa.

Fig. 21 Estrutura etária da população residente no Funchal, em 2011

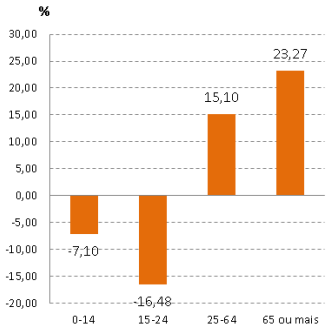


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

[4] A densidade populacional da freguesia da Sé (695 hab./km²) apresenta uma distorção face à realidade, pelo facto de esta ter sido calculada com base na área total da freguesia, incluindo as ilhas Selvagens. Sendo a área da Sé, sem as ilhas Selvagens, de 1,02 Km², a densidade populacional desta freguesia passaria a 2604 hab./km².

Atualmente 16% da população residente no Funchal tem 65 ou mais anos. A variação deste grupo da população entre 2001 e 2011 foi de 23,27%. A classe jovem (0 a 14 anos) pesa 14,7% do total populacional, tendo variado negativamente nesta última década (-7,1%).

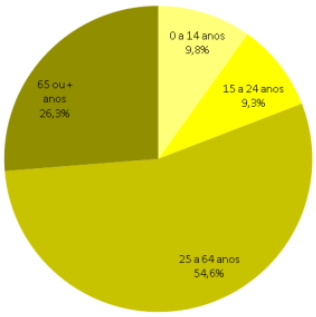
Fig. 22 Variação da população residente por grupo etário, no Funchal, entre 2001 e 2011 (%)



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Descendo na análise da estrutura etária dos indivíduos residentes para a área de estudo, constatamos que o grupo dos idosos pesa 26,3% e o dos jovens apenas 9,8%. No entanto, de 2001 para 2011, na freguesia da Sé, a variação da população jovem foi positiva (29,87%). Isto é, de um acréscimo de 508 residentes, 76 eram jovens com menos de 14 anos.

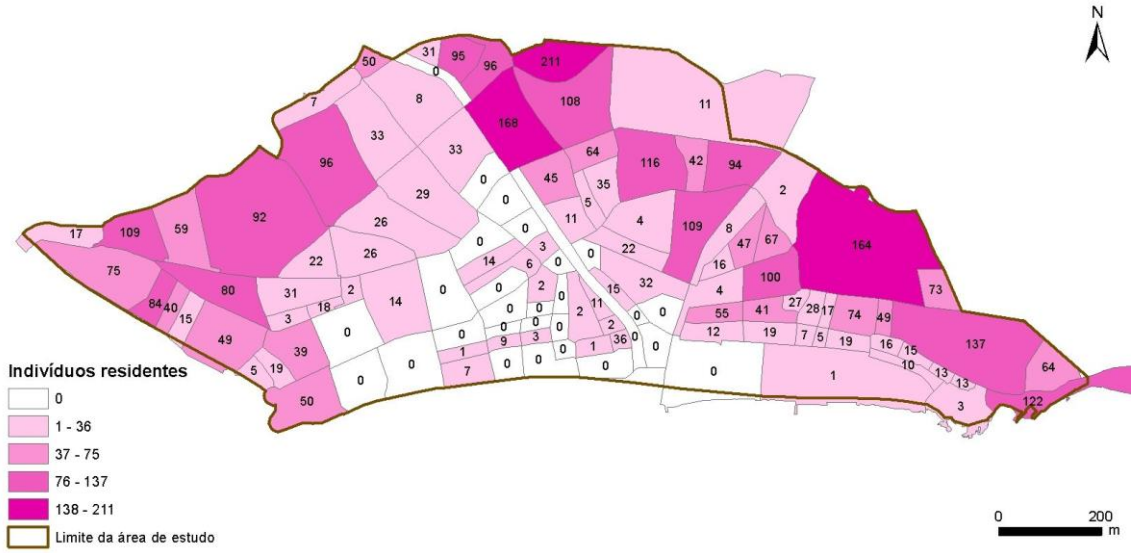
Fig. 23 Estrutura etária dos indivíduos residentes na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

A distribuição espacial da população residente na área de estudo, por subsecção estatística, acontece de forma relativamente heterogénea, ocorrendo maioritariamente nas subsecções mais periféricas, à exceção das da frente marítima.

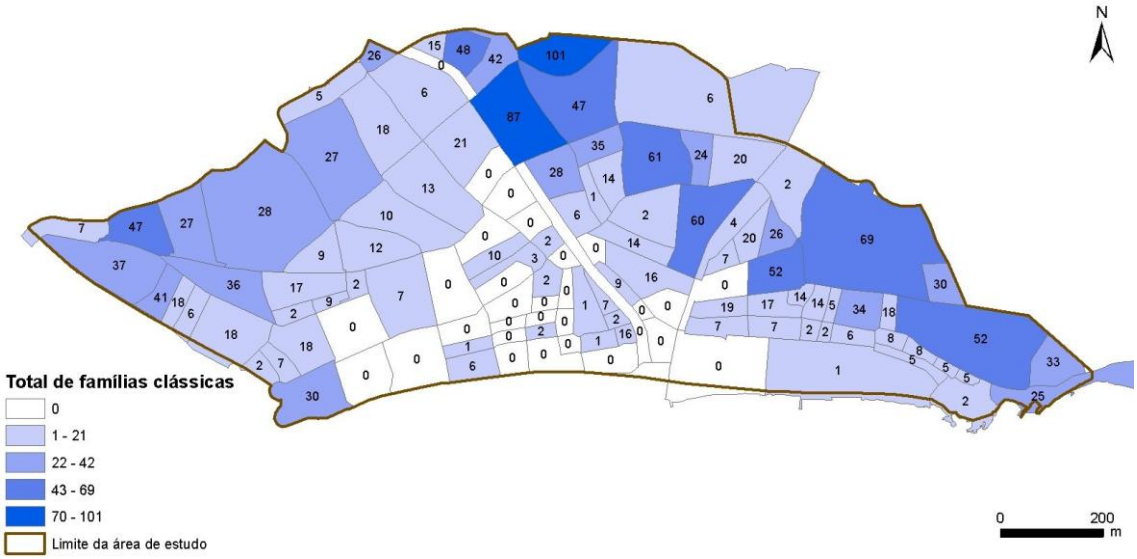
Fig. 24 Indivíduos residentes na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Como seria espectável, as áreas de maior concentração de residentes, são também as que albergam maior número de famílias clássicas, na área de estudo.

Fig. 25 Total de famílias clássicas residentes na área de estudo, em 2011



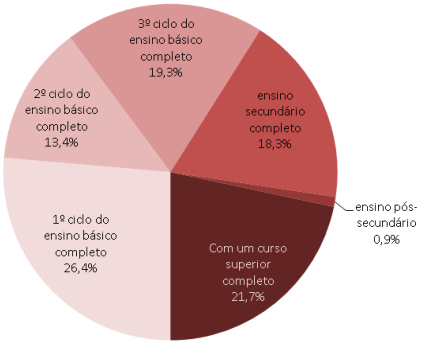
Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

As famílias clássicas caraterizam-se, maioritariamente, por terem pessoas com mais de 65 anos, em detrimento de jovens com menos de 15 anos.

Analisando as habilitações literárias da população residente na área de estudo, verificamos que a maior parcela (26,4%) corresponde aos que possuem apenas o 1º ciclo do ensino básico completo, seguindo-se os

que têm um curso superior completo (21,7%). São 116 os indivíduos residentes que não sabem ler nem escrever.

Fig. 26 Habilitações literárias da população residente na área de estudo, em 2011

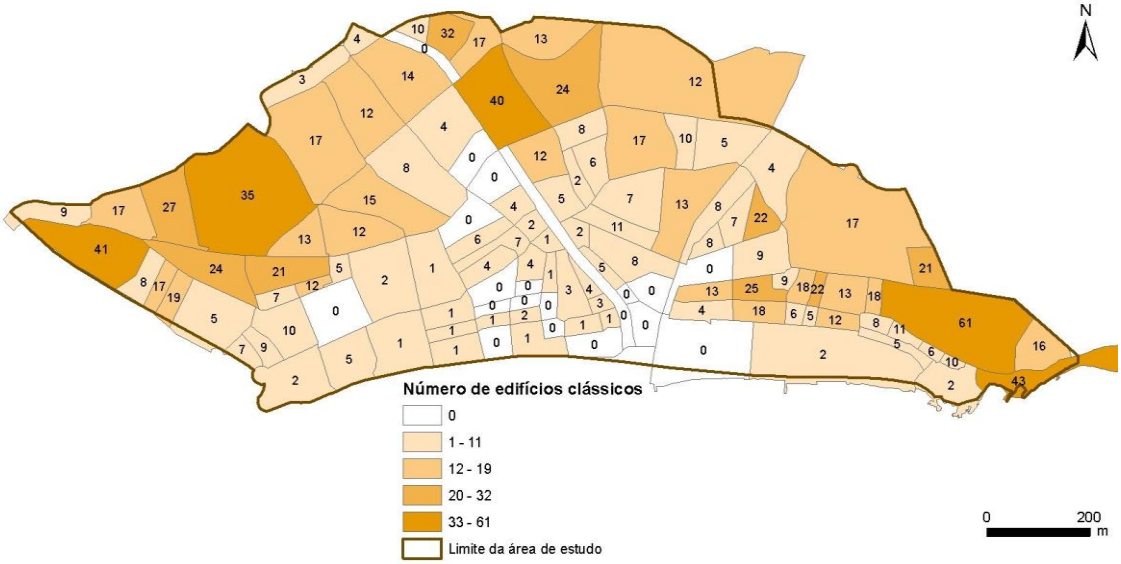


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

4. Parque Habitacional

No que respeita ao edificado, são 1116 os edifícios clássicos da área de estudo e, observando a sua distribuição por subsecção, deparamo-nos com uma maior concentração destes na área envolvente ao centro histórico.

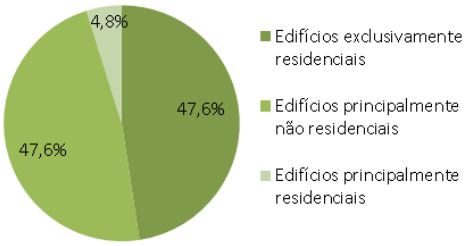
Fig. 27 Edifícios clássicos, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Em 2011, e analisando os edifícios da área de estudo por tipo, verificamos que, com igualdade percentual (47,6%), estão os edifícios exclusivamente residenciais e os principalmente não residenciais. Os restantes 4,8% são edifícios principalmente residenciais.

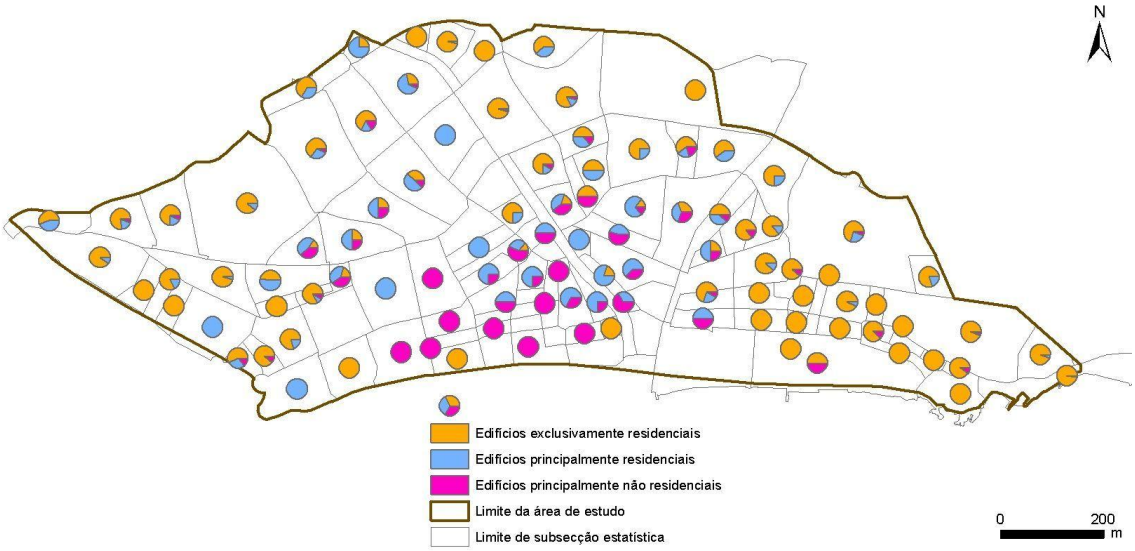
Fig. 28 Edifícios por tipo, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Observando a forma como estes se distribuem por subsecção estatística, constatamos que o predomínio dos principalmente não residenciais aponta para o núcleo histórico da Sé e, por outro lado, os edifícios exclusivamente residenciais concentram-se nos núcleos históricos de S. Pedro e Santa Maria Maior.

Fig. 29 Edifícios por tipo, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

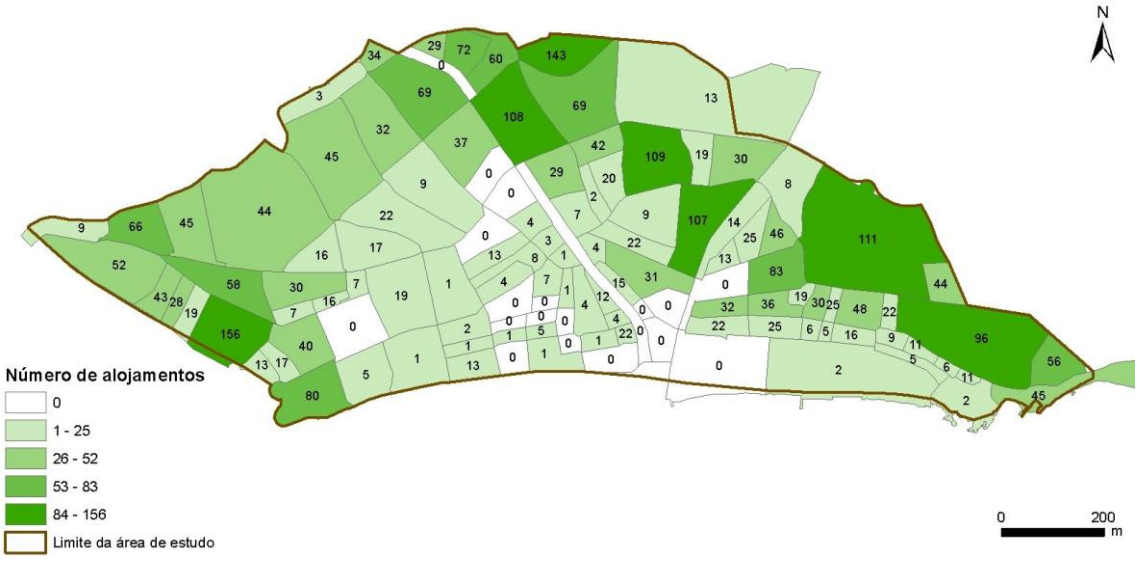
Os edifícios de menor dimensão (1 ou 2 pisos) concentram-se no núcleo histórico de Santa Maria, os de dimensão média (3 ou 4 pisos) ocorrem, maioritariamente, no núcleo histórico de S. Pedro e os de dimensão superior (5 ou mais pisos) no núcleo histórico da Sé.

Fig. 30 Edifícios, segundo o número de pisos na área de estudo, em 2011

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

As áreas de maior concentração de edifícios exclusivamente residenciais são efetivamente as que albergam maior número de alojamentos.

Fig. 31 Número de alojamentos na área de estudo, em 2011

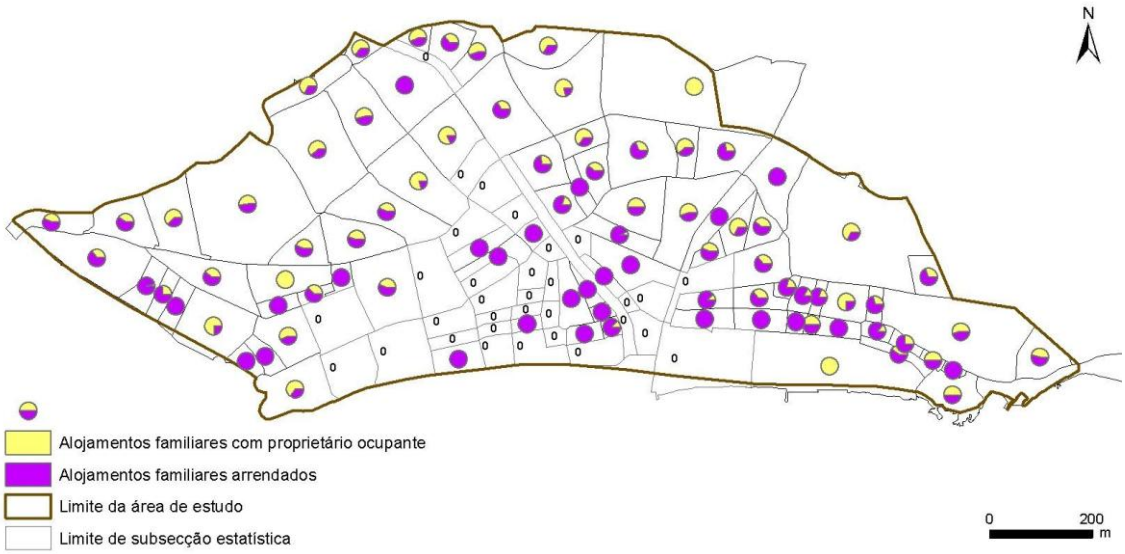


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Na área de estudo, mais de metade (56%) dos alojamentos familiares clássicos de residência habitual são arrendados, estando os restantes 44% ocupados pelos seus proprietários.

Em termos espaciais, o núcleo histórico da Sé concentra o maior número de arrendamentos de alojamentos familiares clássicos de residência habitual. As áreas mais periféricas e de concentração de residentes também são as de maior incidência de proprietários ocupantes.

Fig. 32 Regime de propriedade dos alojamentos familiares clássicos de residência habitual da área de estudo, em 2011



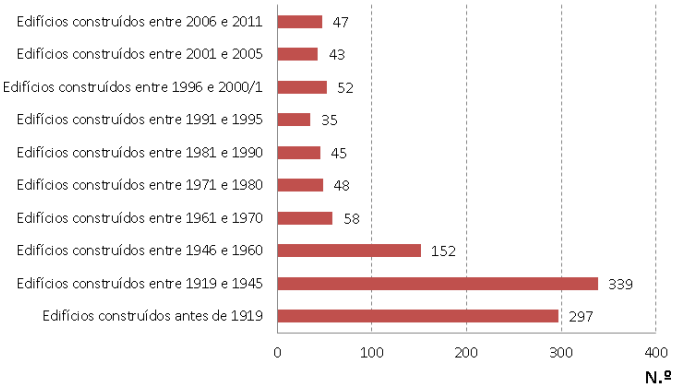
Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

5. Condições de Habitabilidade

Analisando as infraestruturas dos 1626 alojamentos familiares de residência habitual da área de estudo, cerca de 99,8% têm água e retrete, 99,9% têm esgotos e 98,7% têm banho.

Atendendo à época de construção dos edifícios da área de estudo, a maior parte foram construídos na primeira metade do século passado.

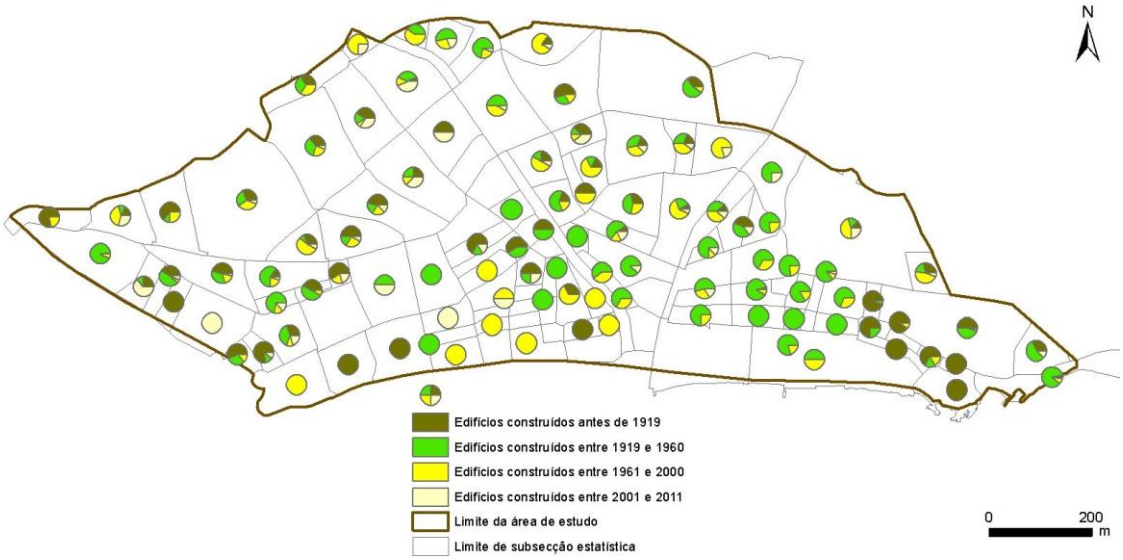
Fig. 33 Edifícios, segundo a época de construção, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Na área de estudo podemos observar que muitos dos edifícios construídos mais recentemente reportam ao núcleo histórico da Sé e que, de um modo geral, os mais antigos se situam nas áreas periféricas.

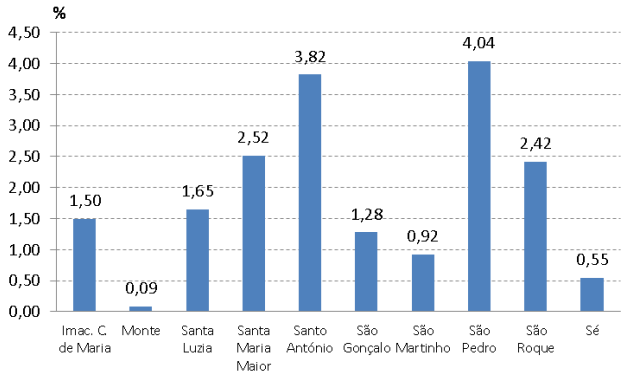
Fig. 34 Edifícios, segundo a época de construção, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Observando a idade média dos edifícios no Funchal, verificamos que as freguesias mais centrais são as que têm maior percentagem de edifícios antigos.

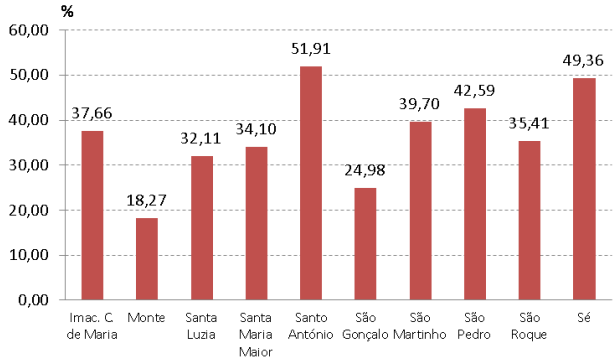
Fig. 35 Proporção de edifícios muito degradados, por freguesias, em 2011 (%)



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

No município, cerca de 38 % dos edifícios apresentam necessidade de reparação, sendo a maior proporção referente a Santo António. Na Sé, apesar da proporção de edifícios muito degradados ser bastante baixa, cerca de 49% apresentam necessidade de reparação.

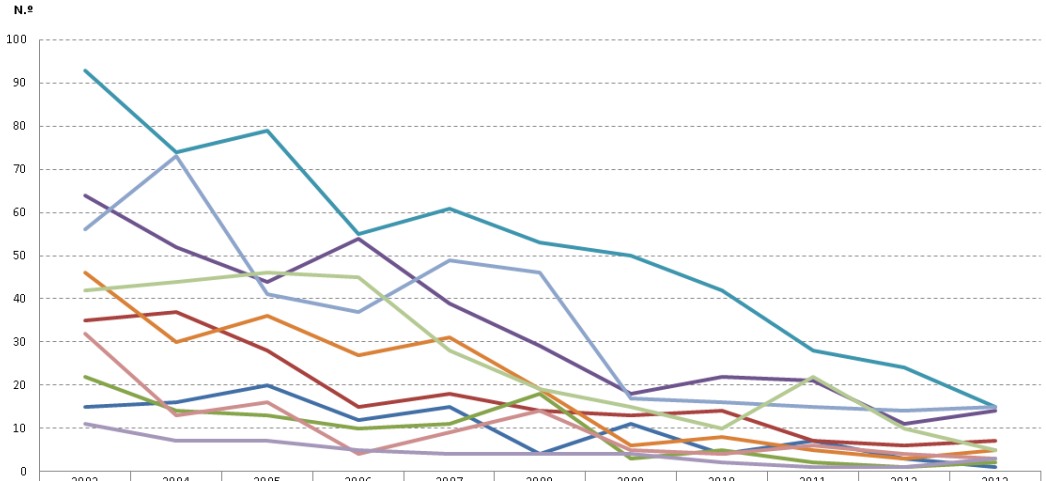
Fig. 36 Proporção de edifícios com necessidade de reparação, por freguesias, em 2011 (%)



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Nos últimos 10 anos tem-se evidenciado uma diminuição da dinâmica em termos construtivos em todas as freguesias do município, visível a partir da análise aos edifícios licenciados neste período.

Fig. 37 Edifícios licenciados, por freguesia, entre 2003 e 2013

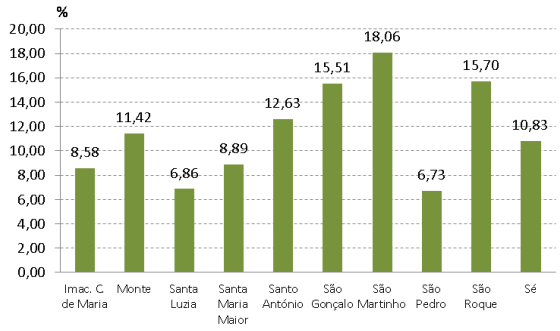


	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Imac. C. de Maria	15	16	20	12	15	4	11	4	7	3	1
Monte	35	37	28	15	18	14	13	14	7	6	7
Santa Luzia	22	14	13	10	11	18	3	5	2	1	2
Santa Maria Maior	64	52	44	54	39	29	18	22	21	11	14
Santo António	93	74	79	55	61	53	50	42	28	24	15
São Gonçalo	46	30	36	27	31	19	6	8	5	3	5
São Martinho	56	73	41	37	49	46	17	16	15	14	15
São Pedro	32	13	16	4	9	14	5	4	6	4	3
São Roque	42	44	46	45	28	19	15	10	22	10	5
Sé	11	7	7	5	4	4	4	2	1	1	3

Fonte: INE, Inquérito aos Projetos de Obras de Edificação e de Demolição de Edifícios

Do ponto de vista de novas construções entre 2001 e 2011, apesar da maior proporção ocorrer em S. Martinho, a Sé, como já tivemos oportunidade de verificar anteriormente, também se destaca, com uma proporção de edifícios construídos de cerca 11%.

Fig. 38 Proporção de edifícios construídos nos últimos 10 anos, por freguesias, em 2011 (%)



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

6. Ambiente e Energia

A sociedade em geral está, cada vez mais, atenta às questões ambientais, sendo que a divulgação dos valores monitorizados e das medidas de melhoria são, por si só, um aspeto valorizado, tanto para os residentes como para os visitantes, pois é revelador de que as entidades estão atentas a estas questões.

A água para consumo na cidade, uma vez que, periodicamente, são monitorizados e divulgados publicamente os seus resultados, tem sido cada vez de melhor qualidade, pois as infraestruturas urbanas têm vindo a beneficiar o seu tratamento e transporte até ao consumidor.

É junto dos principais eixos viários que se verificam os maiores níveis de poluição atmosférica e sonora. Deve ter-se em especial atenção que um zonamento sonoro (obrigatório por lei) pode condicionar as novas atividades de comércio e serviços no CBD, trazendo restrições ao ramo de atividade, ao horário de funcionamento e aos requisitos mínimos obrigatórios. Não deve ser descurada a componente habitacional que é fundamental no CBD.

Uma parte significativa do território municipal corresponde a áreas protegidas, as quais passamos a citar: o Parque Natural da Madeira, a Rede Natura 2000, a Reserva Natural Parcial do Garajau e a Reserva Natural das Ilhas Selvagens.

A Rede Natura 2000, que no município está inserida na área do Parque Natural, é um sistema de áreas protegidas no território comunitário.

A Reserva Natural Parcial do Garajau, cujo primordial objetivo foi a proteção de uma área privilegiada do litoral madeirense que funcionasse como viveiro, contribuindo para um repovoamento faunístico das áreas litorais adjacentes.

A Reserva Natural das Ilhas Selvagens, apesar de não estar assinalada na figura, contempla um grupo de pequenas Ilhas, das quais se destacam a Selvagem Grande, a Selvagem Pequena e o Ilhéu de Fora, pertencentes ao território municipal e que representam o extremo sul do território nacional. A sua criação fica a dever-se à necessidade de defender a avifauna marinha aí nidificante.

Na área de estudo, apesar da elevada densidade urbana, destaca-se a diversidade e quantidade de espaços verdes e riqueza florística associada a alguns deles. Tal deve-se ao clima ameno e à fertilidade dos solos, que associados a uma participação ativa, tanto das entidades governamentais como da população em geral, têm contribuído para a continuidade da preservação de muitos destes espaços.

Fig. 39 Principais espaços verdes da área de estudo

Fonte: Município do Funchal

Ao nível da limpeza urbana, a área de estudo apresenta uma cobertura bastante satisfatória tanto em termos de ecopontos públicos, como de circuitos de recolha seletiva de resíduos porta-a-porta.

Fig. 40 Ecopontos públicos e recolha seletiva porta a porta na área de estudo

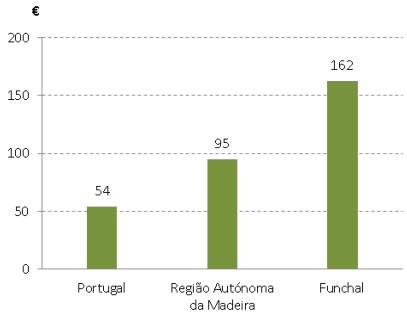
Fonte: Município do Funchal

No município do Funchal, em 2012, a despesa em ambiente foi de 17744 milhares de euros. A principal parcela foi para a gestão de resíduos (69%), destinando-se o restante à proteção da biodiversidade e paisagem (31%).

De um modo geral, pode dizer-se que os resíduos sólidos urbanos são o resultado do crescimento populacional e do consumo e variam consoante a época, as atividades económicas e culturais.

O município, no domínio do ambiente, em 2012, apresenta uma despesa média por habitante de €162, valor substancialmente superior ao verificado a nível regional e, sobretudo, ao nacional.

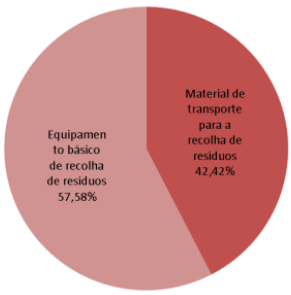
Fig. 41 Despesas em ambiente por habitante (€/ hab.), em Portugal, na RAM e no Funchal, em 2012



Fonte: INE, Inquérito aos Municípios - Proteção do Ambiente

Ainda no ano de 2012, no Funchal, assistiu-se a um investimento na gestão de resíduos da ordem dos 33 milhares de euros. Parte deste investimento foi canalizado para equipamento básico de recolha de resíduos (58%) e parte para material de transporte para a recolha de resíduos (42%).

Fig. 42 Investimentos em gestão de resíduos (€), no Funchal, em 2012 (%)



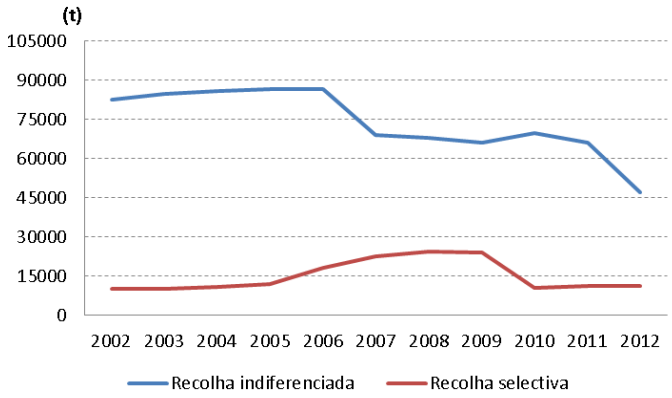
Fonte: INE, Estatísticas dos municípios em ambiente

Salienta-se, na análise à evolução dos investimentos em gestão de resíduos desde 2001, o facto de, nos anos de 2011 e 2012, se terem verificado os mais baixos investimentos, desde que temos registo.

O Funchal, em 2012, no que concerne aos resíduos recolhidos por habitante, situa-se nos 266 quilogramas, bastante abaixo dos 311 ocorridos na Região e, sobretudo, dos 439 kg por habitante, verificados no território nacional.

A diferenciação dos resíduos é um dos aspetos fundamentais para a regeneração ambiental, com contrapartidas económicas. Desde 2006 assiste-se a um declínio do número de toneladas de resíduos indiferenciados recolhidos. A recolha seletiva, por seu turno, está tendencialmente estabilizada, apresentando apenas pequenas oscilações. Nos últimos anos verificou-se uma diminuição da produção de resíduos por habitante no município.

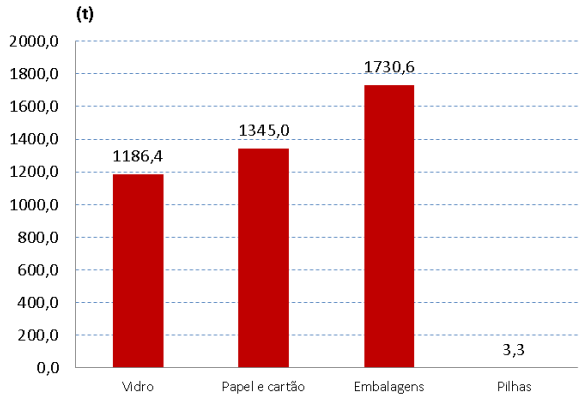
Fig. 43 Resíduos urbanos recolhidos (t) por tipo de recolha, no Funchal, entre 2002 e 2012



Fonte: INE, Estatísticas dos municípios em ambiente

Dos tipos de resíduos recolhidos seletivamente, o maior número de toneladas corresponde às embalagens, seguindo-se o papel e cartão e, posteriormente, o vidro. As pilhas recolhidas assumem pouca expressão e salienta-se a inexistência de recolha de resíduos biodegradáveis.

Fig. 44 Resíduos urbanos recolhidos (t) por tipo de resíduo recolhido seletivamente no Funchal, em 2012

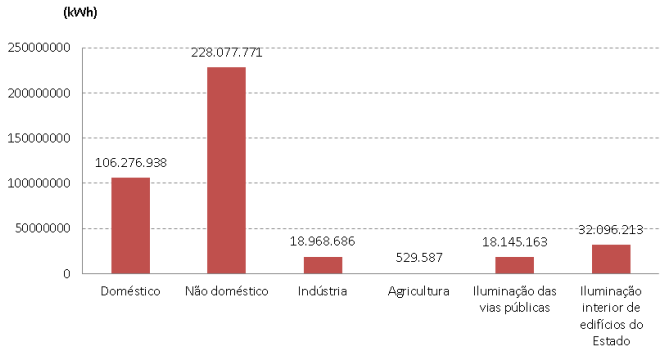


Fonte: INE, Estatísticas dos municípios em ambiente

A satisfação de grande parte das necessidades atuais de qualquer cidadão não pode ser dissociada do recurso às mais diversas formas de energia. No Funchal são 56816 os consumidores de eletricidade em 2012 e, do ponto de vista do tipo de consumo, predominam os consumidores domésticos (81,5%), seguidos dos não domésticos (17,6%).

Todavia, o consumo de energia elétrica (kWh) do tipo não doméstico (56,4%) é superior ao do tipo doméstico (26,3%).

Fig. 45 Consumo de energia elétrica (kWh) por tipo de consumo, no Funchal, em 2012

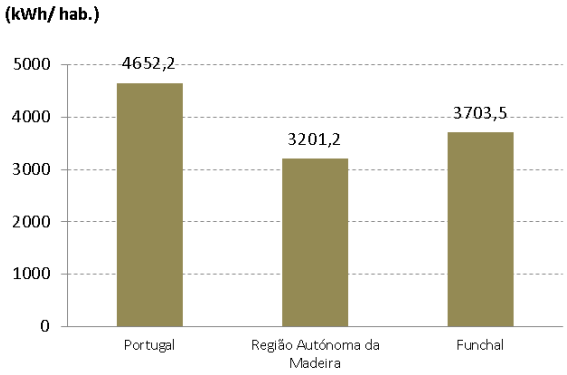


Fonte: INE - http://www.ine.pt

Se, por outro lado, observarmos o consumo de energia elétrica por habitante (kWh/hab.), realça-se o facto do Funchal, embora com um consumo ligeiramente superior ao ocorrido a nível regional, apresentar um consumo por habitante substancialmente inferior ao do país.

Fig. 46 Consumo de energia elétrica por habitante (kWh/hab.), em Portugal

na RAM e no Funchal, em 2011

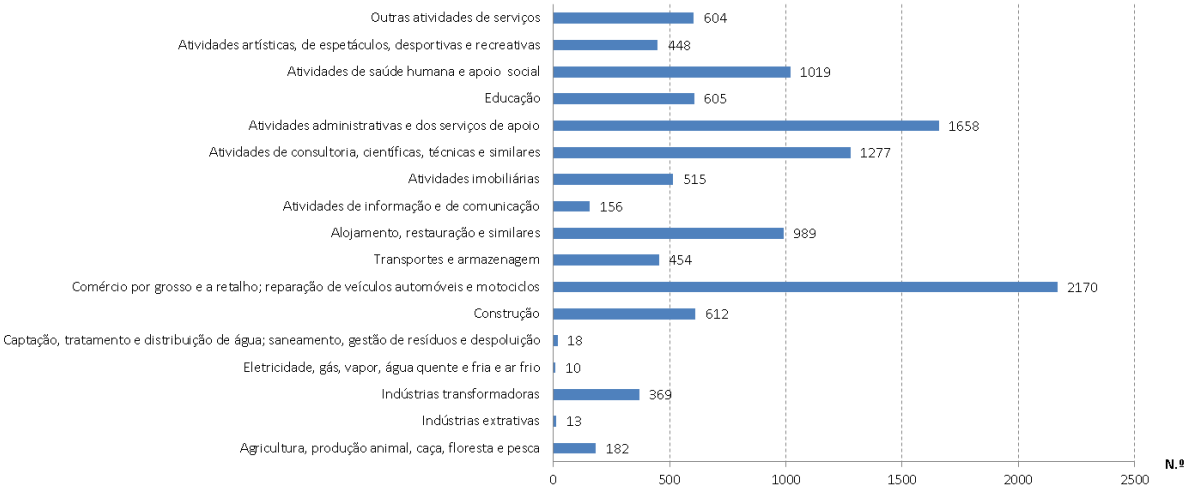


Fonte: INE - http://www.ine.pt

7. Economia e Emprego

No município do Funchal, em 2012, eram 11099, as empresas existentes e, atendendo à forma jurídica, 6040 eram empresas individuais e 5059 sociedades. O maior número de empresas, de acordo com a atividade económica (Divisão CAE), é do comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis e motociclos (2170), seguindo-se as atividades administrativas e dos serviços de apoio (1658). As atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares também assumem alguma expressão, com 1277 empresas.

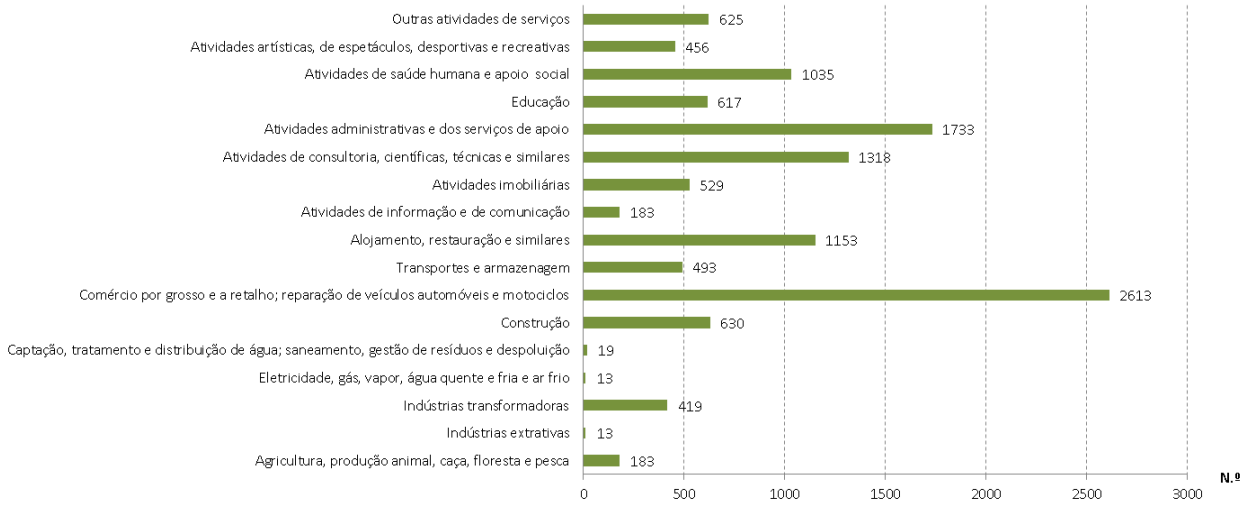
Fig. 47 Número de empresas, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

Se analisarmos o número de estabelecimentos situados no município, ou a partir dele exercendo a sua atividade económica, verificamos que os três setores identificados como os que concentram maior número de empresas são também os que detêm maior número de estabelecimentos.

Fig. 48 Número de estabelecimentos, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3), no Funchal, em 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

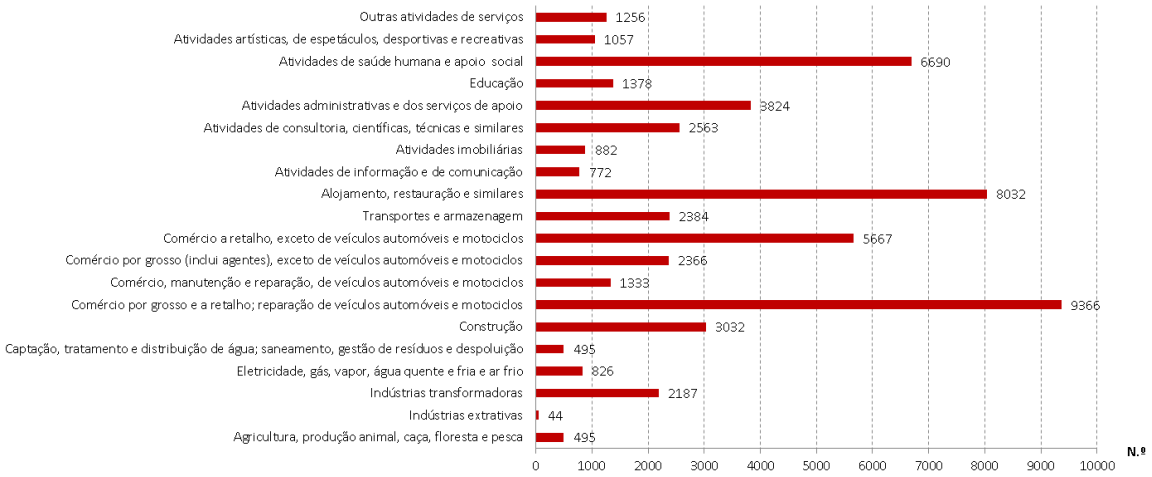
O comportamento evolutivo do número de empresas no Funchal, entre 2004 e 2012, aponta para um crescimento significativo até 2008, seguido de um sucessivo decréscimo a partir de 2009.

Fig. 49 Evolução do número de empresas, de acordo com a forma jurídica no Funchal, entre 2004 e 2012

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

O setor do comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis e motociclos é o que maior número de pessoas emprega no município (9366), seguido do setor do alojamento, restauração e similares (8032) e das atividades de saúde humana e apoio social (6690).

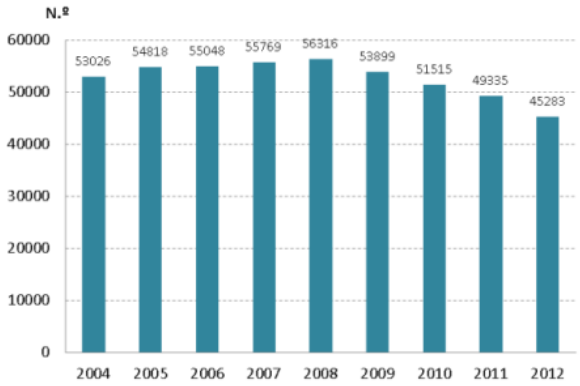
Fig. 50 Pessoal ao serviço (N.º) das empresas, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

Entre 2004 e 2012, analisando a evolução do pessoal ao serviço das empresas, constatamos que este tem vindo a diminuir progressivamente desde 2008, altura em atingiu os 56316 indivíduos, passando a situar-se em 2012 nos 45283.

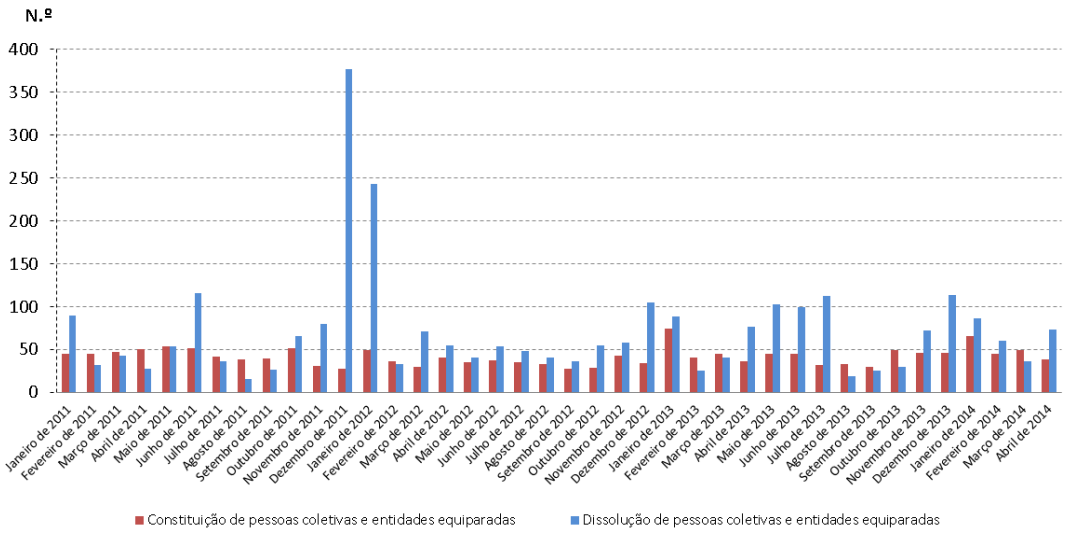
Fig. 51 Evolução do pessoal ao serviço (N.º) das empresas, no Funchal, entre 2004 e 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

A observação da evolução mensal de janeiro de 2011 e abril de 2014, em termos de constituição de pessoas coletivas e entidades equiparadas, no Funchal, tem apresentado algumas oscilações, com um mínimo de 27 em dezembro e de 2011 e um máximo de 74 em janeiro de 2013. Por outro lado, a dissolução caracteriza-se por apresentar grandes picos, destacando-se o de dezembro e de 2011 (com 377 dissoluções) e janeiro de 2012 (com 243).

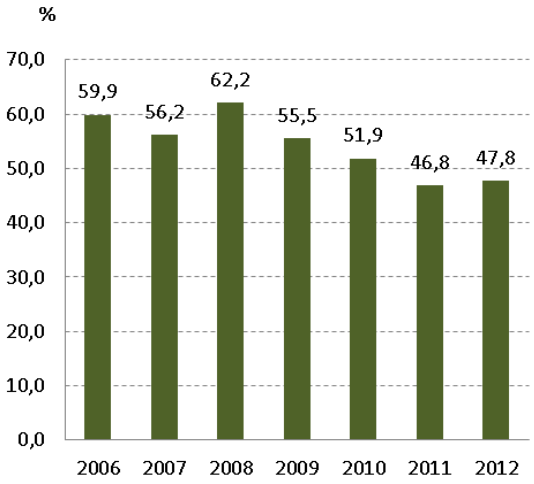
Fig. 52 Constituição e dissolução de pessoas coletivas e entidades equiparadas, no Funchal, entre janeiro de 2011 e abril de 2014



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

Desde 2006 que cerca de metade das empresas nascidas dois anos antes, no Funchal, não conseguem sobreviver. No entanto, o decréscimo mais significativo da taxa de sobrevivência das empresas tem-se verificado entre 2008 e 2011, onde atinge os 46,8%. O ano de 2012 aponta para uma ligeira recuperação, de cerca de um ponto percentual.

Fig. 53 Taxa de sobrevivência (%) das empresas nascidas 2 anos antes, no Funchal, entre 2006 e 2012



Fonte: INE, Demografia das Empresas

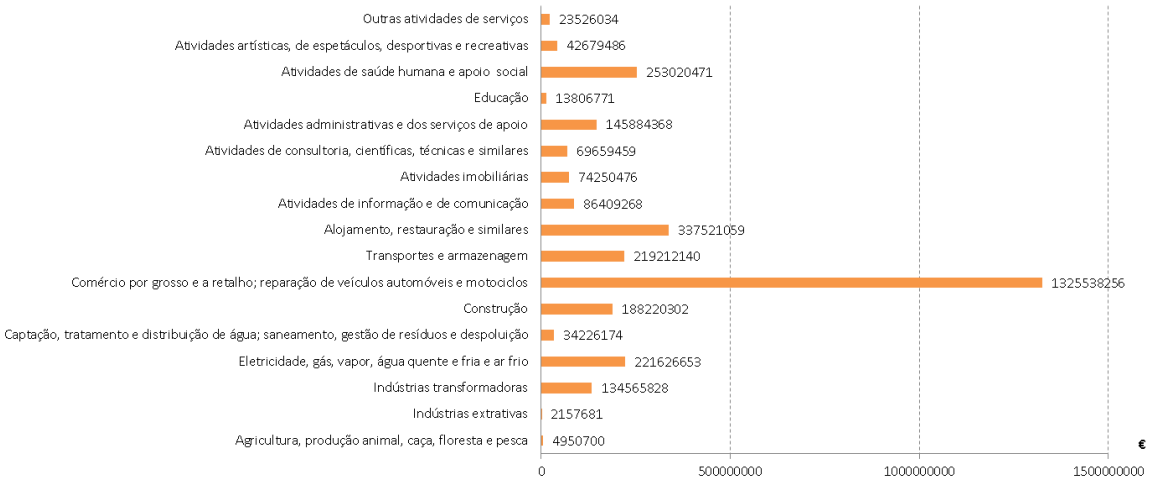
O volume de negócios, que reporta à quantia líquida das vendas e prestações de serviços respeitantes às atividades normais das empresas, no Funchal, entre 2004 e 2007, revelou um crescimento, para, a partir de então, se caraterizar pela queda.

Fig. 54 Evolução do volume de negócios (€) das empresas, no Funchal, entre 2004 e 2012

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

Fazendo a análise do volume de negócios das empresas por atividade económica para o ano de 2012, no Funchal, o setor do comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis e motociclos, para além de ser o que tem maior número de empresas, estabelecimentos e pessoal ao serviço, é também o que regista um maior volume de negócios.

Fig. 55 Volume de negócios (€) das empresas, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3) no Funchal, em 2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE)

A taxa de desemprego na RAM, em 2011, era superior à do país, situando-se o Funchal numa posição intermédia relativamente a ambas, rondando os 14%. No país a proporção de mulheres desempregadas é superior à de homens, invertendo-se a tendência em termos regionais e, sobretudo, municipais.

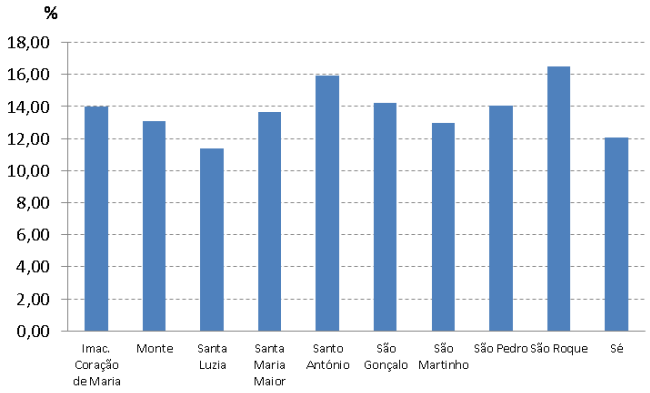
Fig. 56 Taxa de desemprego por sexo (%),em Portugal, na RAM e no Funchal, em 2011

	HM	H	M
Portugal	13,18	12,58	13,83
RAM	14,65	16,69	12,44
Funchal	14,20	16,43	11,93

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

As freguesias de S. Roque e Santo António eram as que apresentavam uma maior taxa de desemprego, em contraposição às da Sé e Santa Luzia, com menores taxas.

Fig. 57 Taxa de desemprego (%), no município do Funchal, por freguesias, em 2011

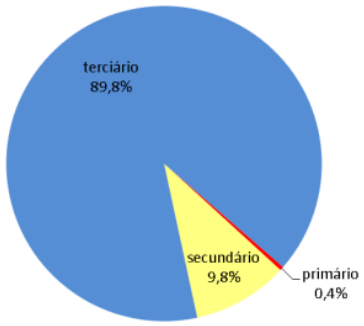


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Na área de estudo residiam, em 2011, 3770 indivíduos, dos quais apenas 1466 se encontravam empregados, 1070 eram pensionistas ou reformados, sendo 1706 a totalidade dos indivíduos residentes sem qualquer atividade económica.

Analisando os 1466 empregados por setores de atividade, verificamos que o setor primário quase não tem expressão, o secundário abrange apenas 9,8% e o terciário absorve 89,8% dos empregados.

Fig. 58 Indivíduos residentes na área de estudo, empregados por setores de atividade, em 2011

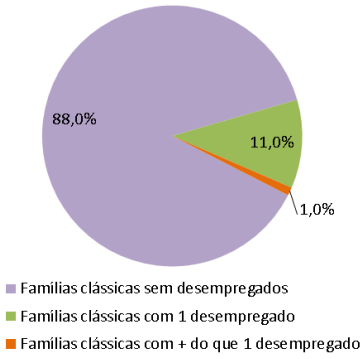


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Ainda no que se refere à área de estudo, são 227 os indivíduos residentes desempregados. Destes, 42 estão desempregados à procura do 1º emprego e 185 à procura de novo emprego.

Das famílias clássicas da área de estudo, 1491 não têm desempregados, 186 têm apenas 1 e 17 têm mais do que 1 desempregado.

Fig. 59 Situação perante o emprego das famílias clássicas, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

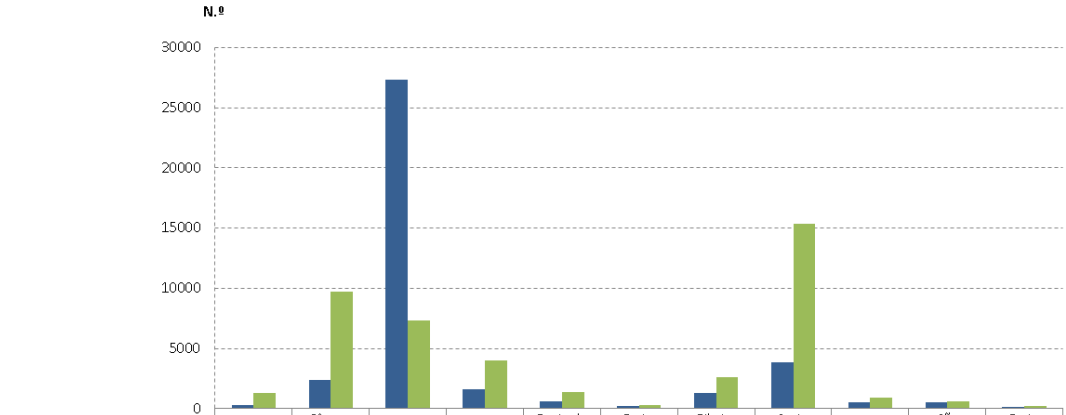
8. Mobilidade e Transportes

Para melhor compreendermos a dinâmica dos transportes, essencialmente dos transportes terrestres, é interessante analisarmos os movimentos pendulares, ou seja, a população desloca-se regularmente, entre municípios, para trabalhar ou estudar.

Da população residente que trabalha ou estuda, destaca-se o elevado número de entradas diárias no Funchal (27366) e, por outro lado, o considerável número de saídas dos municípios que ladeiam o Funchal (Santa Cruz e Câmara de Lobos).

Fig. 60 População residente que trabalha ou estuda, segundo as entradas e saídas,

por município, em 2011

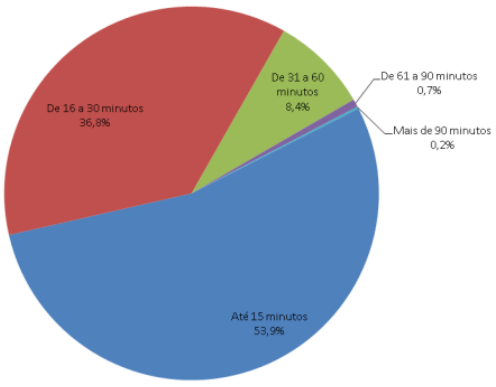


	Calheta	Câmara de Lobos	Funchal	Machico	Ponta do Sol	Porto Moniz	Ribeira Brava	Santa Cruz	Santana	São Vicente	Porto Santo
População que entra no município	319	2375	27366	1606	624	216	1300	3825	488	494	114
População que sai do município	1315	9730	7335	3969	1370	265	2621	15375	921	619	184

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Tendo em conta a duração do trajeto residência/local de trabalho ou estudo, predominam as deslocações de curta duração ou seja, até 15 minutos (53,9%), seguidas das de 15 a 30 minutos (36,8%).

Fig. 61 Duração do trajeto residência / local de trabalho ou estudo (%), no Funchal, em 2011

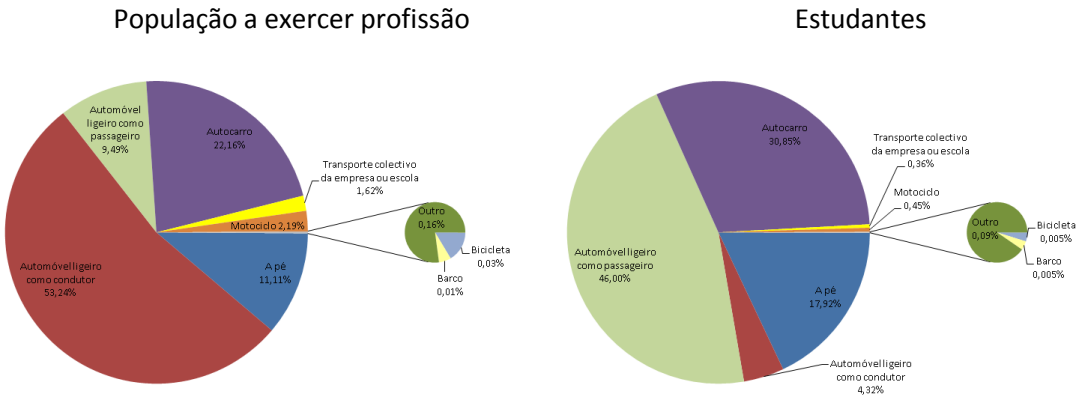


Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

No município do Funchal, mais de metade da população residente que exerce uma profissão utiliza, como principal meio de transporte, o automóvel ligeiro como passageiro (53,24%). Cerca de 22,16% utilizam o autocarro e 17,92 vão trabalhar a pé.

A população estudante residente desloca-se, maioritariamente, de automóvel ligeiro como passageiro (46%), de autocarro (30,85%) e a pé (17,92%).

Fig. 62 População residente a exercer uma profissão e estudantes, segundo o principal meio de transporte utilizado, no Funchal, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

São quatro, as empresas de transporte público existentes na RAM, com os seus terminais sediados no Funchal.

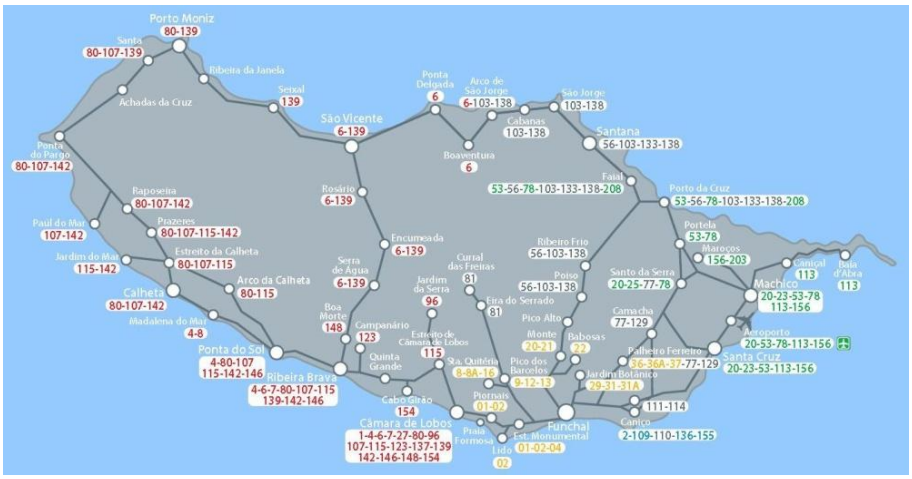
Fig. 63 Áreas de operação das empresas de transporte público regional

Empresa dos Autocarros do Caniço	**Horários do Funchal**		**Rodoeste**	**SAM**	
Serviço Interurbano	Serviço urbano	Serviço Interurbano	Serviço Interurbano	Aerobus	Serviço Interurbano
Caniço	Funchal	- Camacha - Caniço - Santo da Serra - Curral das Freiras - Poiso - Ribeiro Frio - Faial - Santana - São Jorge - Arco de São Jorge - Camacha - Santa Cruz - Santana - Porto da Cruz	- Câmara de Lobos - Ribeira Brava - Ponta do Sol - Madalena do Mar - Calheta - Jardim do Mar - Paúl do Mar - São Vicente - Ponta Delgada - Seixal - Porto Moniz	- Aeroporto	- Caniço - Santo da Serra - Santa Cruz - Machico - Caniçal - Porto da Cruz - Faial

Fonte: Horários do Funchal, S.A

No município, o serviço urbano é assegurado pela empresa Horários do Funchal, cuja área de operação se divide em duas vertentes: o serviço urbano (rede do Funchal) e o serviço interurbano (redes da Camacha, Curral das Freiras e Santana).

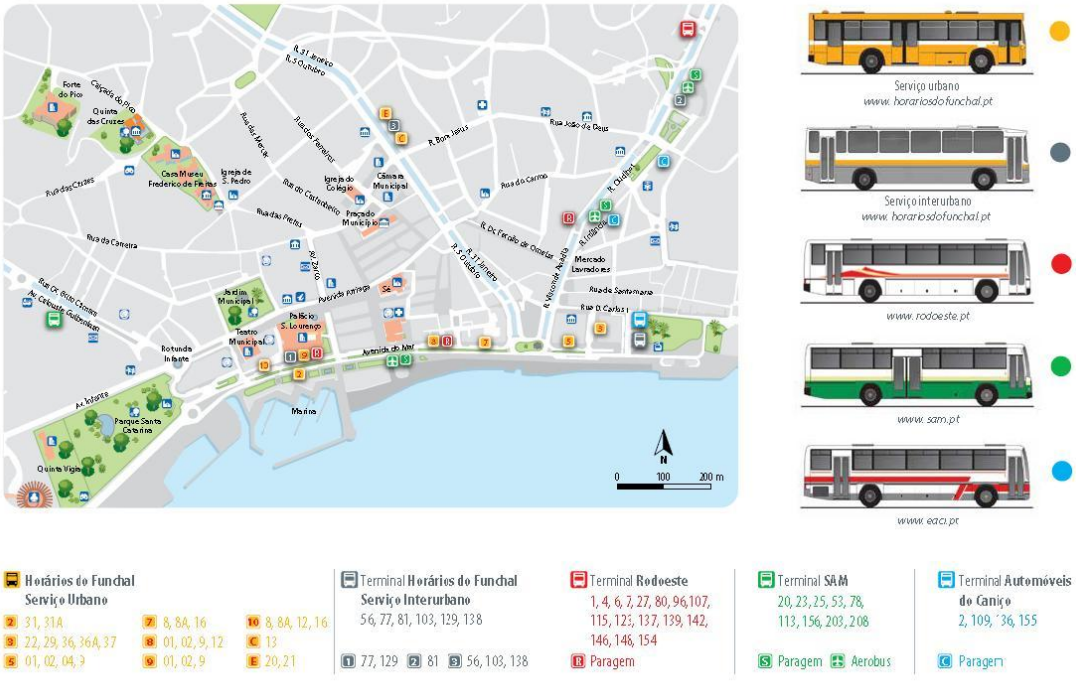
Fig. 54 Principais destinos e carreiras de acesso das empresas de transporte público regional



Fonte: Horários do Funchal, S.A

No mapa que se segue, são apresentados os principais pontos de partida do centro do Funchal por parte de todas as empresas de transportes públicos que operam na região. No entanto, existem alterações nalgumas paragens do centro do Funchal, devido às obras nos troços finais das Ribeiras de São João, João Gomes e Santa Luzia.

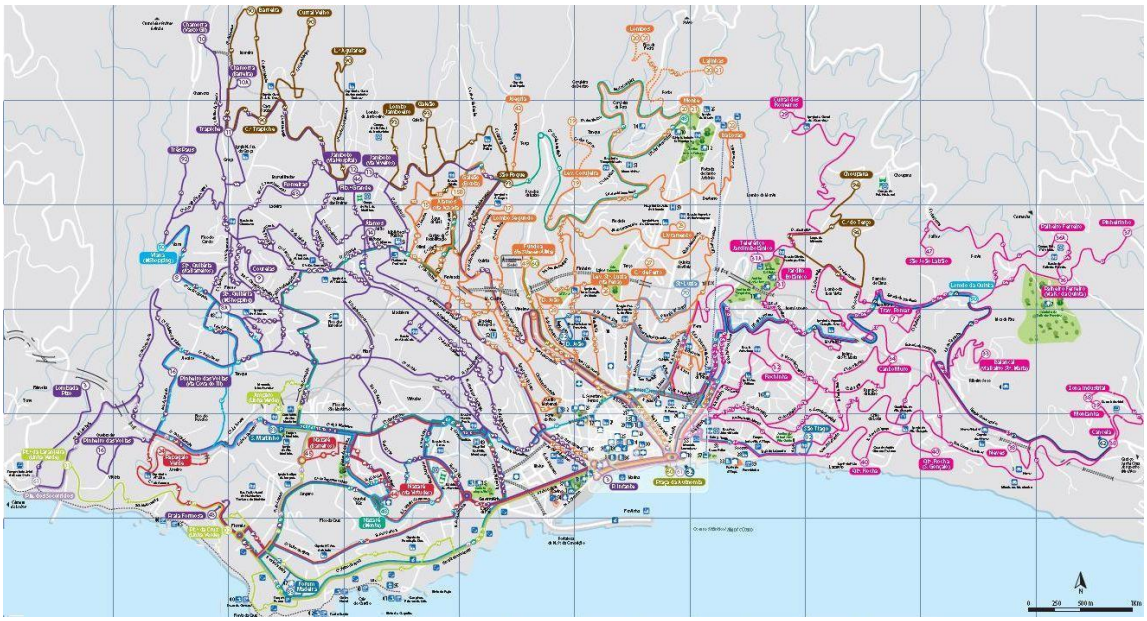
Fig. 65 Principais pontos de partida do centro do Funchal das empresas de transporte público regional



Fonte: Horários do Funchal, S.A

O serviço urbano prestado pela Horários do Funchal, representado no seguinte mapa, permite observar a massificação da rede em toda a área urbana municipal.

Fig. 66 Mapa da rede de serviço urbano



Fonte: Horários do Funchal, S.A

Na região, em 2012, foram transportados, numa extensão dos percursos de 455 Km referentes a carreiras urbanas, cerca de 19305 milhares de passageiros e em carreiras interurbanas, cuja extensão dos percursos ronda os 2730 Km, 8053 milhares de passageiros.

Fig. 57 Indicadores sobre carreiras regulares de transporte de passageiros

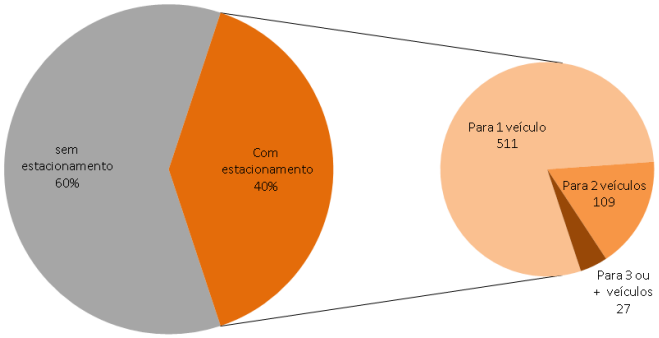
	Urbanas	Interurbanas
Extensão dos percursos (Km)	455	2 730
Veículos (n.º)	111	179
Passageiros transportados (milhares)	19 305	8 053
Passageiros - quilómetro transportados (milhares)	79 129	150 858
Lugares - quilómetro oferecidos (milhares)	456 725	336 227
Veículos - quilómetro (milhares)	5 900	5 762
Lotação média (n.º de passageiros)	77,4	58,3
Coeficiente de utilização (%)	17,3	44,9

Fonte: DRE, Inquérito às carreiras regulares urbanas e interurbanas de passageiros por meio de autocarros

Apesar de, cada vez mais, se apostar na promoção de medidas restritivas ao uso do automóvel em função da utilização de formas alternativas de transporte, a mobilidade urbana e o estacionamento são questões de foco neste estudo.

Assim, no que concerne ao estacionamento dos alojamentos familiares clássicos de residência habitual da área de estudo, salienta-se o facto de 60% não terem estacionamento e, dos 40% que o têm, a maior parte ser para apenas um veículo.

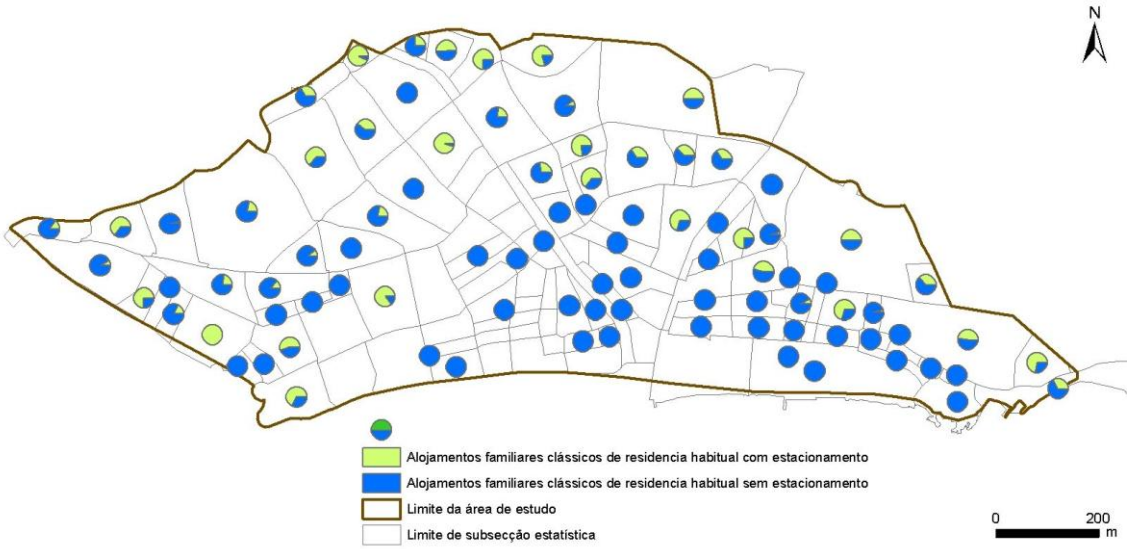
Fig. 68 Existência de estacionamento nos alojamentos familiares clássicos de residência habitual, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

A distribuição espacial dos alojamentos em função do estacionamento deixa evidente que a existência de maiores estrangulamentos ocorre nos núcleos históricos da Sé e de Santa Maria Maior.

Fig. 69 Existência de estacionamento nos alojamentos familiares clássicos de residência habitual, na área de estudo, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Um dos principais aspetos geradores de maiores fluxos de tráfego nas horas de ponta e de uma elevada procura de estacionamento no centro da cidade é a existência de uma grande concentração de atividades económicas, podendo dizer-se que as necessidades de estacionamento variam consideravelmente com a distância ao centro da Cidade.

É importante ter-se em conta que na área de estudo, a oferta de estacionamento na via pública está fortemente condicionada pela malha urbana formada, na sua maioria, por ruas estreitas.

Analisando a oferta de estacionamento na via pública, verificamos que são 1562 os lugares existentes na área de estudo.

Fig. 70 Estacionamentos na via pública da área de estudo

Fonte: Município do Funchal

No entanto, admitindo que grande parte deste estacionamento da via pública se encontra reservado (nomeadamente, a moradores, operações de cargas e descargas de mercadorias, pessoas de mobilidade reduzida e entidades públicas e/ou privadas), a oferta para o comércio e serviços é bastante diminuta, sendo de apenas 332 o número de lugares de estacionamento tarifado, na área em estudo.

Fig. 71 Tipo de estacionamentos na via pública da área de estudo

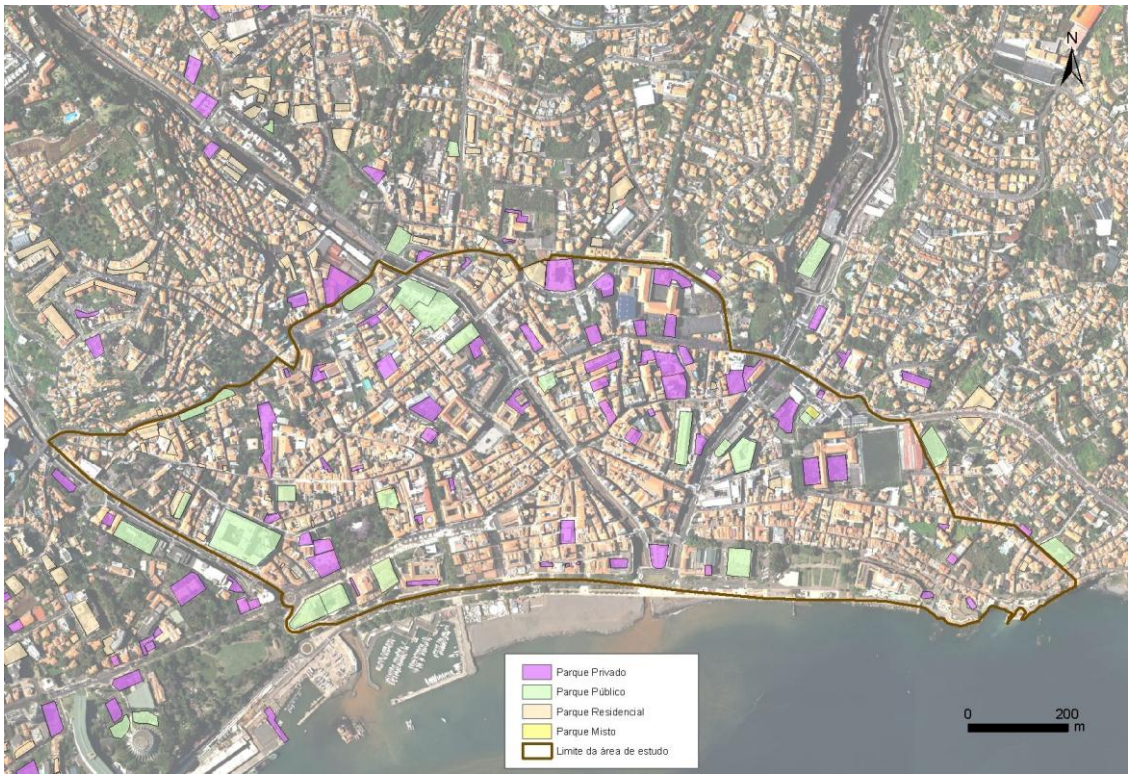
Tipo de Estacionamento	N.º de Lugares
Cargas e Descargas	106
Deficientes	27
Entidades	219
Privativo	82
Estacionamento ilegal	182
Estacionamento legal	137
Morador tarifado	196
Motos	269
Paragem Autocarro Turismo	12
Parcómetros	332

Fonte: Município do Funchal

A oferta de estacionamento em parques, estacionamento de longa duração, acontece principalmente no centro, onde a procura é superior. Senão vejamos, dos 30599 lugares existentes em parques de estacionamento no município, 8976 lugares pertencem à área de estudo e, se tivermos em conta apenas os estacionamentos públicos, dos 14052 lugares em parques, 4762 estão no centro.

A observação do mapa que se segue mostra a existência de muitos outros parques, que apesar de não estarem inseridos na área de estudo, apresentam uma proximidade significativa ao centro e grande capacidade em termos de lugares, que podem ser usados nas deslocações ao centro.

Fig. 72 Parques de estacionamentos da área de estudo

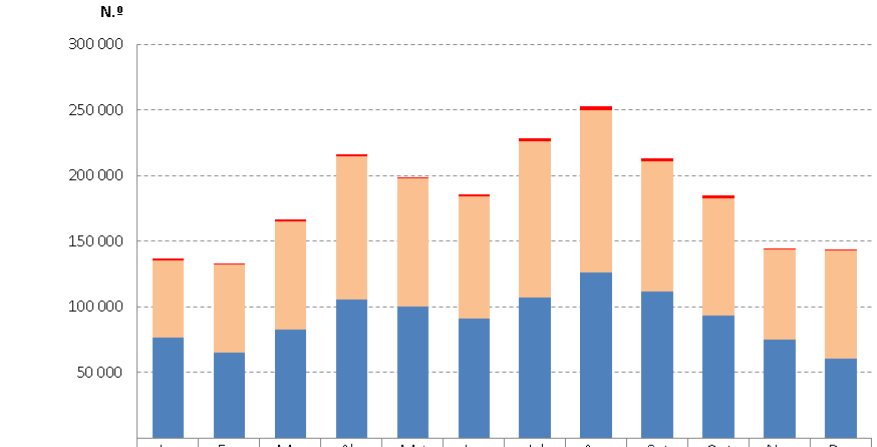


Fonte: Município do Funchal

A área de estudo dispõe, assim, de um conjunto de 102 equipamentos de parqueamento com uma oferta 8976 lugares de estacionamento, distribuídos do seguinte modo: 18 parques públicos, com uma capacidade 4762 lugares (sendo alguns de exploração comercial e concessionados); 54 parques privados, cuja capacidade é de 3564 lugares; 1 parque misto, com 32 lugares e 29 parques residenciais, com uma capacidade de 618 lugares. São 15 as praças de táxi da área de estudo e 120 os lugares existentes, representadas no mapa que se segue.

Passando ao transporte aéreo, no aeroporto da madeira, em 2012, foram embarcados 1094053 passageiros e desembarcados cerca de 1091189.

Fig. 73 Movimento de passageiros no aeroporto da madeira, em 2012, segundo os meses

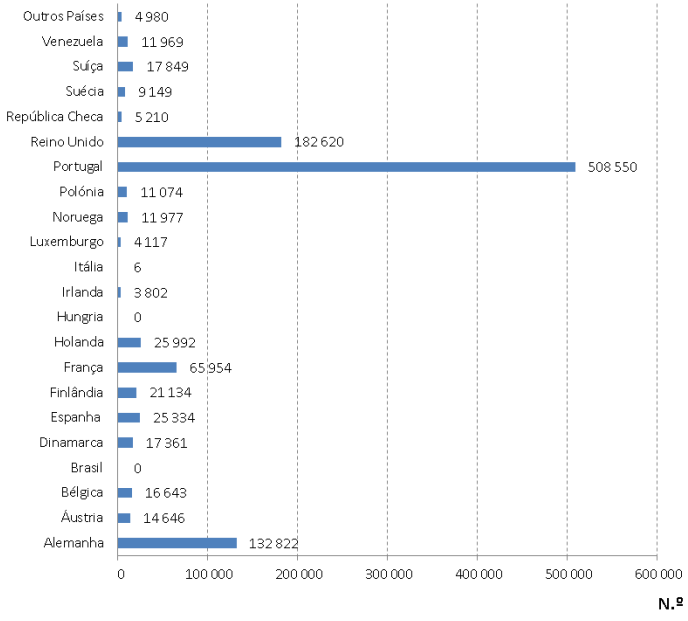


	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Em trânsito	1 350	1 164	1 047	1 550	1 030	1 510	2 557	2 987	2 152	2 076	926	605
Desembarcados	58 444	67 382	82 864	109 286	97 666	92 784	119 223	123 391	99 647	89 572	68 384	82 546
Embarcados	76 754	64 720	82 482	105 659	99 878	91 201	106 851	126 189	111 490	93 227	75 175	60 427

Fonte: ANAM, Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, SA

Observando a proveniência dos passageiros desembarcados, 46,6% provém de aeroportos nacionais e 53,4% de aeroportos estrangeiros. Mais de metade destes passageiros desembarcados na Madeira de aeroportos do estrangeiro vêm do Reino Unido e da Alemanha.

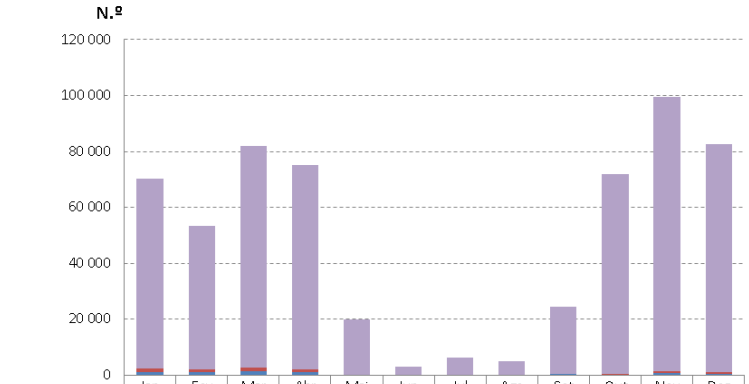
Fig. 74 Passageiros desembarcados, segundo o país do aeroporto de proveniência



Fonte: ANAM, Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, SA

Nos portos da RAM, ao longo do ano de 2012, foram 593550 os movimentos de passageiros de navios de cruzeiro. É nos meses de inverno que se verificam as maiores movimentações de passageiros.

Fig. 75 Movimento de passageiros de navios de cruzeiro, na RAM, em 2012

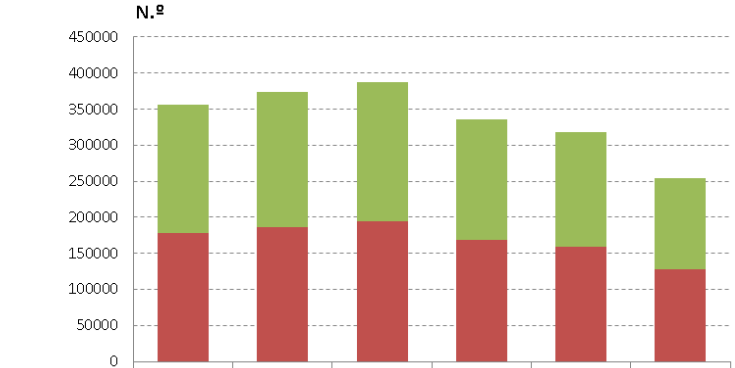


	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Em trânsito	67 697	51 432	79 450	73 275	19 859	2 973	6 105	4 910	24 142	71 724	98 279	81 815
Desembarcados	1 285	991	1 288	970	36	3	0	3	173	124	816	377
Embarcados	1 124	1 009	1 193	1 037	55	9	0	18	233	141	525	479

Fonte: APRAM, Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira, SA

No porto do Funchal, por seu turno, o ano de 2012 regista um movimento de passageiros da ordem dos 254785, tendo-se assistido a um decréscimo a partir de 2009.

Fig. 76 Movimento de passageiros no Porto do Funchal, entre 2007 e 2012



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Embarcados	178062	186635	194025	168112	159084	127399
Desembarcados	178800	186763	193902	168232	158957	127386

Fonte: INE, Inquérito ao Transporte Marítimo de Passageiros e Mercadorias

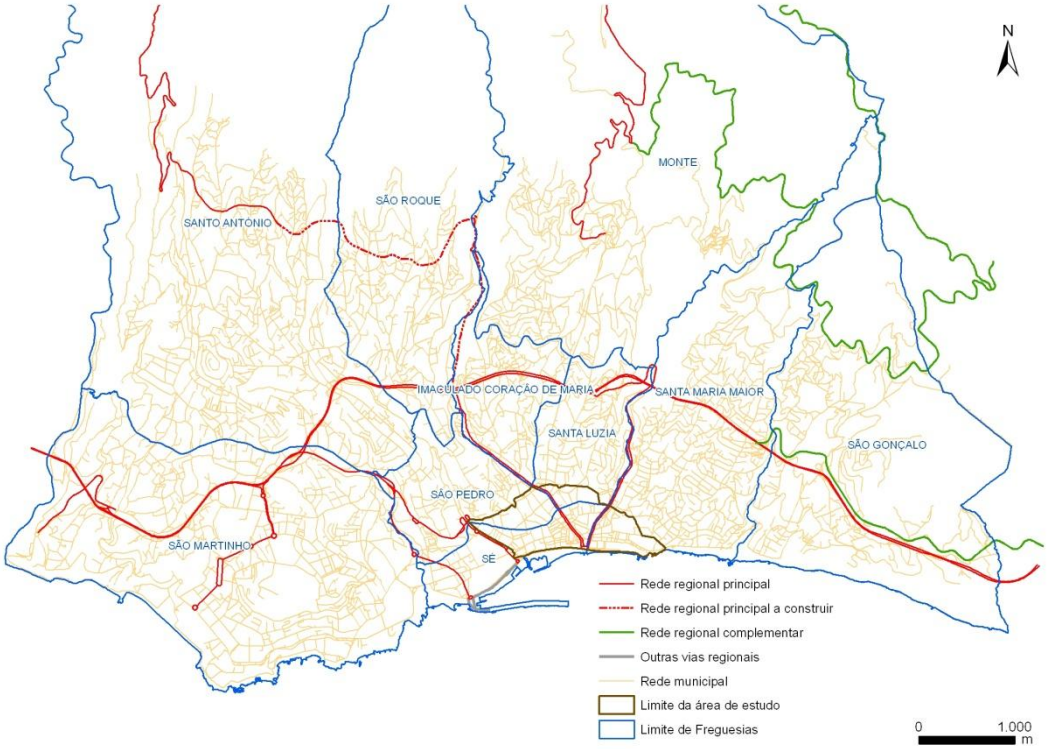
9. Infraestruturas e Equipamentos

No que concerne às infraestruturas viárias, o município do Funchal, apresenta-se bem servido, com particular destaque para a área de estudo, onde confluem os eixos viários estruturantes.

A rede viária regional foi identificada e classificada pelo decreto legislativo regional n.º 1/2013/M (que procede à primeira alteração ao decreto legislativo regional nº 15/2005/M) do seguinte modo: rede regional principal existente, rede regional principal a construir e rede regional complementar.

Todas as restantes vias do concelho estão sob a jurisdição do município, assegurando as ligações internas e as intermunicipais.

Fig. 77 Rede viária



Fonte: Município do Funchal

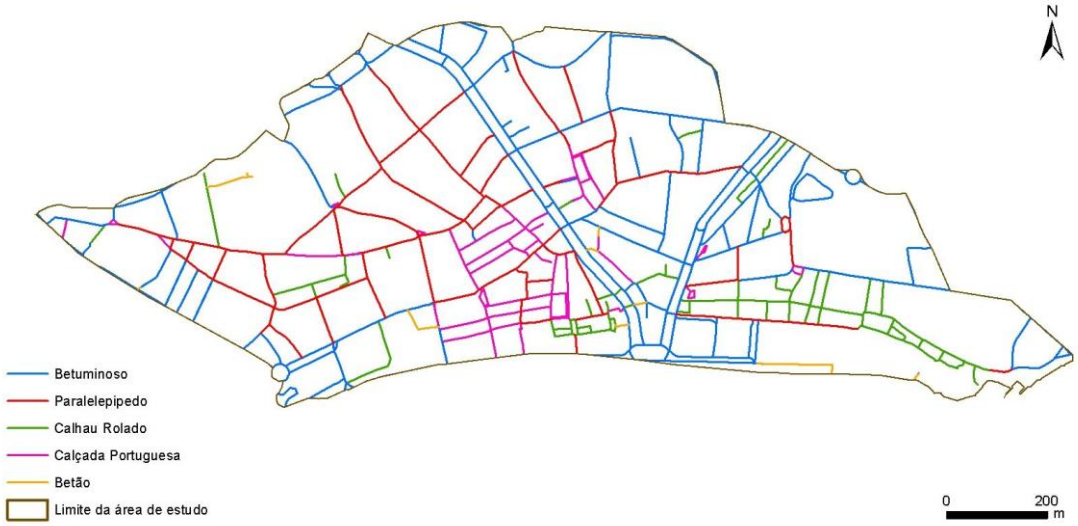
No município, à exceção da Cota 500, poder-se-á afirmar que estão já construídos os principais eixos estruturantes da rede rodoviária, destacando-se a via rápida, com os respetivos acessos. Esta via transversal, que se desenvolve paralelamente à linha da costa e com declives pouco acentuados, está mais vocacionada para as ligações circulares sendo, portanto, responsável pela agilização das ligações aos principais polos regionais geradores de tráfego, tais como o aeroporto, a zona portuária do Caniçal e as restantes sedes de concelho da região.

As vias longitudinais, perpendiculares à linha da costa, possuem, na sua maioria, declives mais acentuados e acompanham, muitas vezes, cursos de água. Estas destinam-se, principalmente, às ligações radiais, incluindo as penetrações no centro da cidade, onde se situa a área de estudo.

São diversificados os tipos de pavimento da área de estudo, predominando, de um modo geral, as calçadas, em detrimento do betuminoso e do betão.

O betuminoso assume-se sobretudo nos principais eixos rodoviários de atravessamento e penetração na cidade. Quanto às calçadas, a de paralelepípedo é mais notória no núcleo histórico de S. Pedro, a de calhau rolado, essencialmente, nas ruas pedonizados do núcleo histórico de Santa Maria Maior e a calçada portuguesa nos arruamentos pedonizados do núcleo histórico da Sé.

Fig. 78 Tipo de pavimento da rede viária da área de estudo



Fonte: Município do Funchal

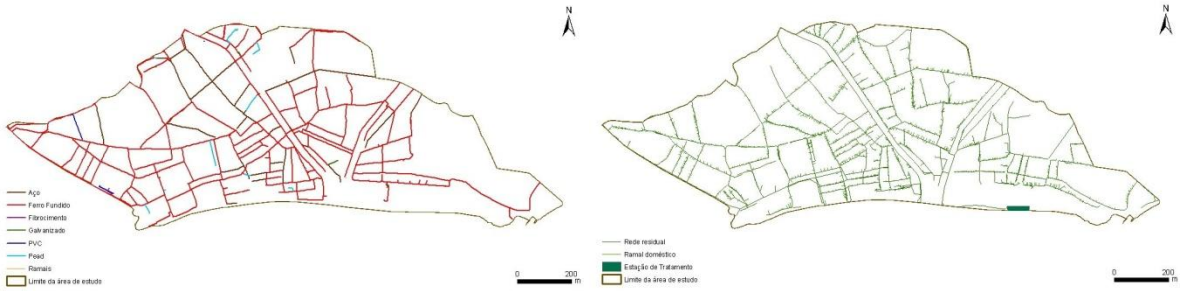
O estado de conservação geral da rede viária, na área em estudo, é bom.

Fig. 79 Estado de conservação do pavimento da rede viária da área de estudo

Fonte: Município do Funchal

Em termos de infraestruturas de rede de água potável e de saneamento básico, a área de estudo apresenta-se cobertura.

Fig. 80 Rede de água potável da área de estudo e rede de saneamento básico da área de estudo



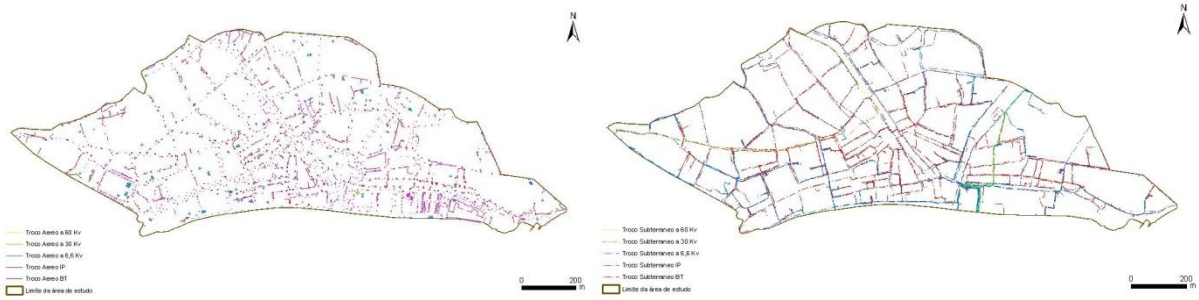
Fonte: Município do Funchal

A área de estudo apresenta-se igualmente coberta por rede de saneamento básico.

Quanto à rede de energia elétrica, são constituídas por linhas aéreas e por cabos subterrâneos,que podem ser de alta tensão (60 kV), de média tensão (30, 15, 10 e 6 kV) e de baixa tensão (400/230 V).

A área de estudo apresenta uma rede bastante densa de linhas aéreas, que pode ser observada na seguinte figura. Não se verifica a existência de troços aereos a de alta tensão, mas apenas de média e baixa tensão.

Fig. 81 Rede elétrica da área de estudo – linhas aéreas e cabos subterraneos

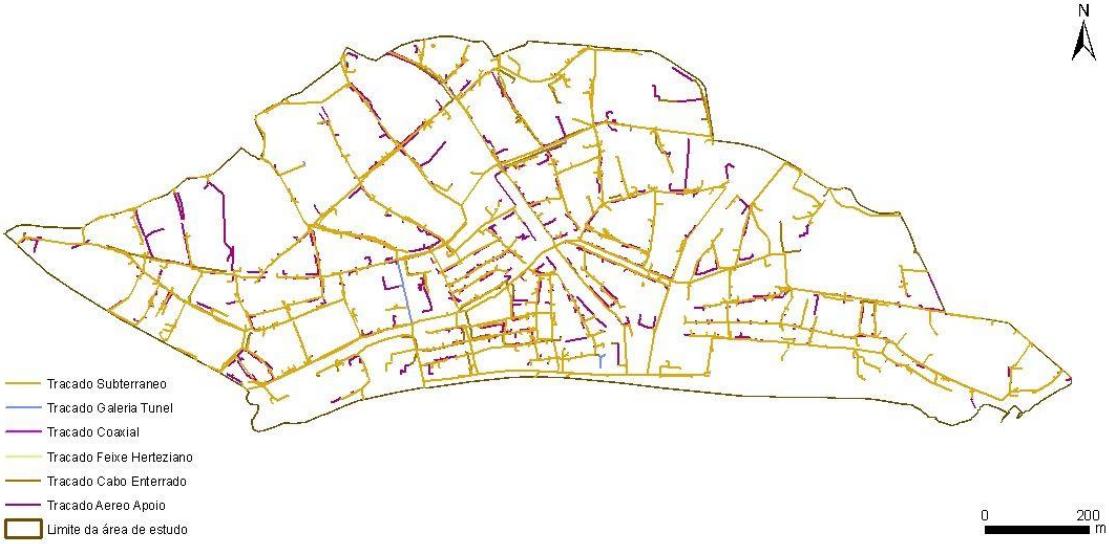


Fonte: EEM, Empresa de Electricidade da Madeira

Pode verificar-se que na área de estudo, em termos de rede elétrica, a maioria da distribuição é feita através de cabos subterrâneos, incluindo a iluminação pública.

Analisando a rede de comunicações, verificamos que a área de estudo encontra-se completamente coberta.

Fig. 82 Rede de telecomunicações da área de estudo

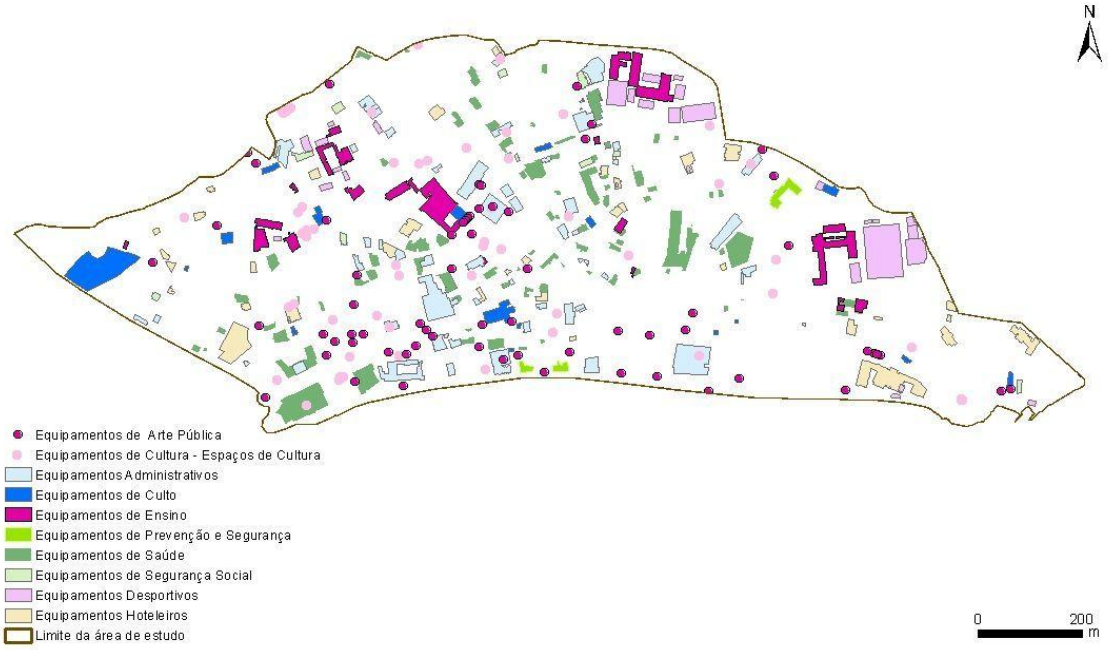


Fonte: PT Comunicações, S.A.

Passando das principais infraestrutruras para os equipamentos coletivos, constatamos que, apesar de se verificar uma dispersão por toda a zona urbana, é na área de estudo que se situam a maior parte dos equipamentos do município.

Os equipamentos que se concentram no centro do Funchal são, essencialmente, os administrativos, ensino e saúde.

Fig. 83 Equipamentos coletivos da área de estudo



Fonte: Município do Funchal

Os equipamentos hoteleiros, apesar de assumirem alguma expressão no centro, concentram-se, maioritariamente, ao longo da costa oeste.

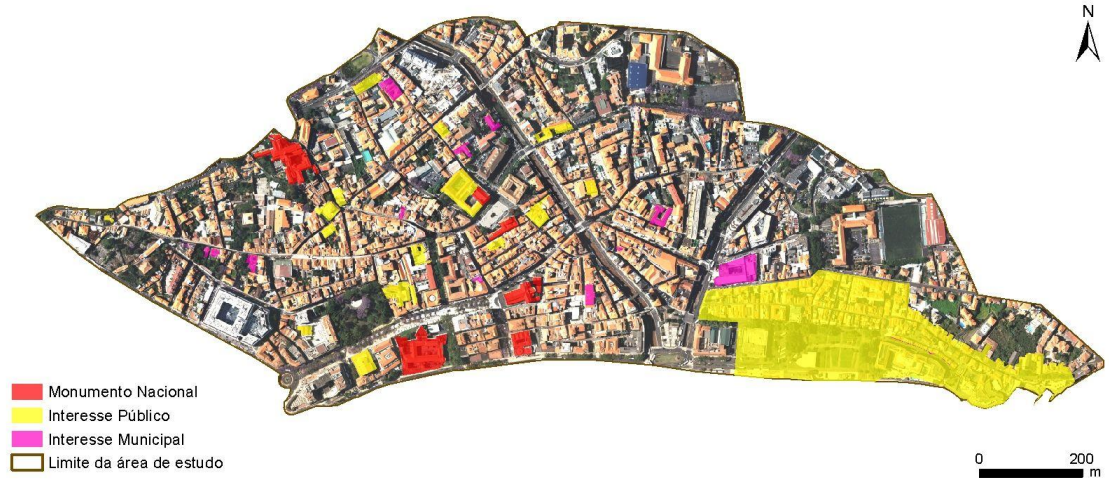
10. Cultura e Património

No município, como já tivemos oportunidade de verificar no ponto anterior, é significativa a variedade e o número de equipamentos e espaços de natureza cultural, localizando-se estes, maioritariamente, na área objeto deste estudo. Esta diversidade de tipologias de equipamentos culturais, muitas vezes dinamizados por grupos e associações de índole cultural, muito tem contribuído para a promoção e o desenvolvimento da cidade.

A qualidade que caracteriza a maior parte destes espaços e a diversidade de eventos promovidos, tem reflexos cada vez mais notórios na dinâmica cultural da sociedade funchalense e na escolha do Funchal enquanto destino turístico de excelência.

A par da interessante oferta cultural na cidade, a área de estudo está dotada de um património imóvel de grande valor histórico-cultural, sendo inúmeros os imóveis classificados que o atestam. A área de estudo contém 13 imóveis classificados, dos 32 imóveis de interesse municipal classificados no município, e 20 dos 38 imóveis classificados como de interesse público. Com a classificação de monumento nacional existem 6 imóveis, todos situados na área de estudo. São eles: o Mosteiro e Igreja de Santa Clara, a Sé Catedral, o Paço Episcopal, a Igreja de São João Evangelista (vulgarmente conhecida por Igreja do Colégio), a Alfândega/Assembleia Legislativa Regional e a Fortaleza e Palácio de São Lourenço.

Fig. 84 Património classificado da área de estudo



Fonte: Município do Funchal

Para além dos imóveis classificados pelo seu interesse histórico, existem 19 imóveis premiados, dos quais, 10 foram distinguidos com prémio de arquitetura e 9 com prémio de recuperação. Trata-se de uma área de grande valor patrimonial e interesse turístico tendo, por isso, a capacidade a atrair pessoas. Terá no entanto de ser objeto de políticas concertadas de conservação e valorização de modo a podermos maximizar o potencial existente.

SINTESES DO CAPÍTULO II CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

O clima temperado marítimo que caracteriza o Funchal, responsável pelas temperaturas amenas que se fazem sentir em toda a área urbana municipal, com uma temperatura média anual de 18,7º, faz do município um destino turístico aprazível e, do ponto de vista do comércio, um local privilegiado para compras e as atividades ao ar livre.

O Funchal, com 111892 residentes, concentra 41,8% da população da RAM e, do ponto de vista da estrutura etária, reflete uma tendência para o envelhecimento da sua população, em que 16,0% desta tem 65 ou mais anos e 14,7% está entre os 0 e os 14 anos. A tendência de envelhecimento é clara tal como a tendência para a redução populacional nas próximas década. São apenas dois dados que vão claramente contribuir para mudar a estrutura do consumo.

Esta tendência para o envelhecimento parece agudizar-se na área de estudo, na medida em qua a mesma, apesar de registar uma elevada densidade populacional, de 4143 habitantes por km², apresenta uma estrutura etária relativamente envelhecida, em que o grupo dos idosos pesa 26,3% e o dos jovens apenas 9,8%. Todavia, na freguesia da Sé tem-se assistido a uma certa dinâmica em termos populacionais, de 2001 para 2011, com uma variação da população jovem da ordem dos 29,87%, o que em termos absolutos corresponde a um acréscimo de 508 residentes nesta década, 76 dos quais jovens com menos de 14 anos.

Mais de metade da população da área de estudo reside em alojamentos arrendados e cerca de 60% dos alojamentos familiares desta área não têm estacionamento e, dos 40% que o têm, a maior parte é para apenas uma viatura. A distribuição espacial dos alojamentos em função do estacionamento deixa evidente que a existência de maiores estrangulamentos ocorre nos núcleos históricos da Sé e de Santa Maria Maior.

Uma população envelhecida e com baixas habilitações, associado ao facto de residir em habitações maioritariamente arrendadas, levantam algumas dificuldades de reabilitação urbana. Por outro lado, há uma população mais jovem e qualificada que tenda a escolher viver no centro por uma questão de comodidade e até prestígio, o que pode compensar a tendência de desertificação do centro. O centro tem um elevado número de equipamentos, destacando-se os de natureza cultural, cuja diversidade de tipologias destes equipamentos, muitas vezes dinamizados por grupos e associações de índole cultural, tem contribuído para a promoção e o desenvolvimento da cidade.

A população que reside na área de estudo apresenta algumas particularidades, nomeadamente do ponto de vista habilitacional, em que a maior parte (26,4%) possui apenas o 1º ciclo do ensino básico completo, seguindo-se os que têm um curso superior (21,7%). São 116 os indivíduos residentes que não sabem ler nem escrever.

Na área de estudo, constatamos que o núcleo histórico da Sé é o que concentra maior número de funções pelo predomínio dos edifícios principalmente não residenciais, em contraponto com os exclusivamente residenciais, que se concentram, sobretudo, nos núcleos históricos de S. Pedro e Santa Maria Maior.

No que ao parque habitacional diz respeito, interessa reter que, apesar da proporção de edifícios muito degradados no Funchal ser de 2,23%, o centro não verifica a mesma tendência, sendo de 0,55%, os muito degradados da freguesia da Sé, apesar da idade média dos edifícios, rondar os 60 anos. Por outro lado, apesar da maior proporção de novas construções, entre 2001 e 2011, ocorrer em S. Martinho, a Sé também se destaca, com uma proporção de edifícios construídos neste período (11%).

Os últimos anos têm sido marcados por uma "crise" económica cujos reflexos se fazem sentir em diversos domínios nomeadamente no setor empresarial do município em que desde 2006 cerca de metade das empresas nascidas dois anos antes não conseguem sobreviver, com um maior agravamento da taxa de

sobrevivência das empresas a acontecer entre 2008 e 2011 (46,8%). O ano de 2012 aponta para uma ligeira recuperação, de cerca de um ponto percentual, o que preconiza uma possível viragem desta tendência.

Consequentemente, o emprego também reflete a situação económica vivenciada, em que apenas 1466 dos 3770 indivíduos residentes na área de estudo, em 2011, se encontravam empregados. Nesta data eram 1070 os pensionistas ou reformados, sendo 1706 a totalidade dos indivíduos residentes sem qualquer atividade económica.

Apesar da conjuntura económica desfavorável mais de metade da população residente que exerce uma profissão utiliza, como principal meio de transporte, o automóvel ligeiro como passageiro (53,24%). Cerca de 22,16% utilizam o autocarro e 17,92 vão trabalhar a pé. Por outro lado, a população estudante residente desloca-se, maioritariamente, de automóvel ligeiro como passageiro (46%), de autocarro (30,85%) e a pé (17,92%).

Esta é uma área com uma riqueza patrimonial considerável, em que, para além dos imóveis classificados pelo seu interesse histórico, existem 19 imóveis premiados pela sua arquitetura e recuperação. Trata-se, portanto, de uma área de grande valor patrimonial e interesse turístico, tendo por isso, a capacidade de atrair pessoas. Terá, no entanto, de ser objeto de políticas concertadas de conservação e valorização de modo a maximizar o seu potencial, designadamente, turístico, no qual a economia local tem a sua principal base.

CAPÍTULO III
CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

CAPÍTULO III CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

1. Considerações Iniciais

A oferta de comércio e serviços no Funchal é bastante diversificada, tendo sido identificadas, através do levantamento efetuado pelo município, 600 atividades de naturezas diferentes. Para uma melhor leitura e interpretação dos dados, optou-se pela agregação dessas atividades em grupos, que reúnem tipologias semelhantes, tendo por base a CAE (Rev. 3). Assim, temos:

Comércio

- Artigos desportivos: inclui comércio de artigos desportivos, modelismo, artigos náuticos e material de pesca;
- Artigos lar e decorações: inclui artigos para o lar, artigos decorativos, artigos regionais, bazares, têxteis para o lar, galerias de arte, tapeçarias e equipamentos para jardim;
- Automóveis e acessórios: inclui *stands* de automóveis e motos, acessórios e peças para automóvel e moto e venda de pneus;
- Comércio alimentar: inclui frutarias, produtos hortícolas, mercearias e minimercados, supermercados e hipermercados, talhos, doçarias e garrafeiras;
- Eletrodomésticos e similares: inclui eletrodomésticos, eletrónica, material elétrico e aparelhagens de som;
- Energia: inclui postos de abastecimento de combustível e gás;
- Equipamentos e produtos industriais: inclui equipamentos industriais, equipamentos hoteleiros e produtos de limpeza;
- Farmácias e artigos de saúde: inclui farmácias, parafarmácias, artigos médicos, artigos e ortopédicos e ervanárias;
- Ferragens e construção: inclui ferragens, materiais de construção, artigos de iluminação, tintas e artigos sanitários;
- Flores e prendas: inclui floristas, prendas e postais;
- Fotografia: fotógrafos e produtos fotográficos;
- Livrarias e papelarias: inclui livrarias e papelarias;
- Mobiliário e equipamento de escritório: mobiladoras, equipamentos de escritório, material de escritório e cozinhas;
- Ótica: inclui oculistas e produtos óticos;
- Ourivesarias: inclui ourivesarias, relojoarias, joalharias e lojas de ouro;
- Perfumes e cosmética: inclui perfumarias e artigos cosméticos;
- Pronto-a-vestir e similares: inclui pronto-a-vestir de adulto e criança, sapatarias, acessórios de moda e roupa interior;
- Tabacarias: inclui tabacarias, jornais, revistas e casas de jogos de apostas;
- Tecnologias de informação e comunicação: equipamento informático e telemóveis;
- Comércio diverso: inclui todo o comércio não especificado e que não faça parte das categorias anteriores.

Serviços

- Agências de viagens e similares: inclui agências de viagens, postos de informação turística e animação turística;
- Armazenagem: inclui todo o tipo de armazéns;
- Bancos: inclui as agências bancárias e sedes bancárias;
- Educação: inclui os centros de formação, ensino de línguas, explicações e escolas de condução;
- Escritórios: inclui todo o tipo de escritórios;

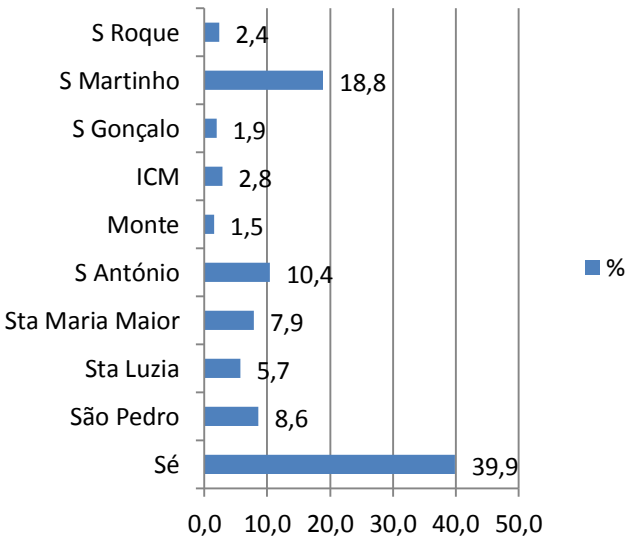
- Estética: inclui cabeleireiros, institutos de beleza ou centros de estética e barbearias;
- Hotelaria: inclui hotéis, aparthotéis, pensões, residenciais, albergarias, apartamentos turísticos e exploração turística;
- Lazer: inclui ginásios, salões de jogos, campo de golfe e atividades recreativas;
- Limpeza: inclui lavandarias, engomadorias, serviços de limpeza e lavagens de automóveis;
- Mediação imobiliária: inclui mediação e promoção imobiliária;
- Publicidade e artes gráficas: inclui agências de publicidade, marketing e artes gráficas;
- Reparações: inclui reparações de automóveis, eletricista de automóveis, reparação de escapes, reparações de eletrodomésticos, reparações de calçado, *ateliers* de costura e canalizações;
- Restauração e bebidas: inclui restaurantes, bares, snack-bares, pastelarias, cafetarias, gelatarias, frutarias com bar de apoio, salões de jogos com bar de apoio e discotecas;
- Saúde: inclui consultórios médicos, consultórios dentários, clínicas médicas e dentárias, enfermagem, fisioterapia, análises clínicas, psicologia e medicinas alternativas;
- Seguros: inclui seguradoras e agentes de seguros;
- Serviços diversos: inclui todos os serviços não especificados e que não façam parte das categorias anteriores.

2. A Oferta de Comércio e Serviços no Município

O município do Funchal conta com um total de 4408 estabelecimentos de comércio e serviços distribuídos pelas suas 10 freguesias. A freguesia da Sé detém quase 40% do total de comércio e serviços, enquanto o Monte figura como a freguesia com menor número (1,5%).

Figura 85 Nº de estabelecimentos de comércio e serviços do Município, em 2014

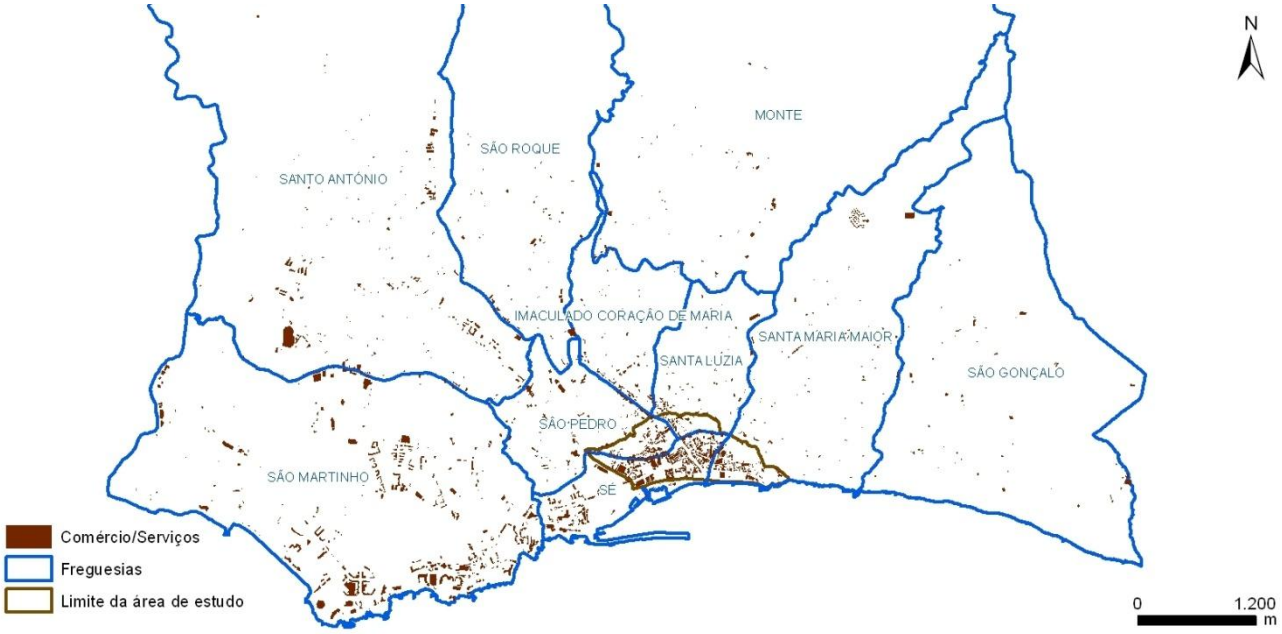
Freguesias	Comércio	Serviços	Total
Sé	672	1087	**1759**
São Pedro	131	249	**380**
Sta Luzia	74	179	**253**
Sta Maria Maior	123	224	**347**
S António	219	240	**459**
Monte	21	46	**67**
ICM	56	69	**125**
S Gonçalo	32	52	**84**
S Martinho	296	534	**830**
S Roque	43	61	**104**
TOTAIS	**1667**	**2741**	**4408**



Fonte: Município do Funchal

A figura que se segue, mostra a distribuição geográfica dos estabelecimentos com atividade de comércio e/ou serviços no município.

Fig. 86 Edifícios com comércio e serviços no município, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços localizam-se predominantemente na metade sul do município, com especial incidência na área de estudo.

Fig. 87 Nº de estabelecimentos de comércio e serviços do município por tipos, em 2014

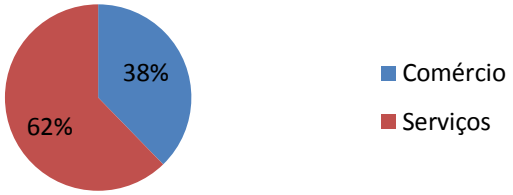
COMÉRCIO	**Nº**	**% C**	**% CS**
Artigos desportivos	26	**1,6**	**0,6**
Artigos lar e decorações	206	**12,4**	**4,7**
Automóveis e acessórios	109	**6,5**	**2,5**
Brinquedos	7	**0,4**	**0,2**
Comércio alimentar	203	**12,2**	**4,6**
Comércio diverso	86	**5,2**	**2,0**
Eletrodomésticos e similares	49	**2,9**	**1,1**
Equipamentos e produtos industriais	27	**1,6**	**0,6**
Energia	22	**0,5**	**0,5**
Farmácias e artigos de saúde	68	**4,1**	**1,5**
Ferragens e construção	60	**3,6**	**1,4**
Flores, prendas	35	**2,1**	**0,8**
Fotografia	17	**1,0**	**0,4**
Livrarias e papelarias	39	**2,3**	**0,9**
Mobiliário e equipamento de escritório	63	**3,8**	**1,4**
Ótica	25	**1,5**	**0,6**
Ourivesarias	78	**4,7**	**1,8**
Perfumes e cosméticos	33	**0,7**	**0,7**
Pronto-a-vestir e similares	374	**22,4**	**8,5**
Tabacarias	65	**3,9**	**1,5**
Tecnologias de informação e comunicação	75	**4,5**	**1,7**
TOTAL COMÉRCIO	**1667**		
SERVIÇOS	**Nº**	**% S**	**% CS**
Agências de viagens e similares	111	**4,0**	**4,0**
Armazenagem	50	**1,8**	**1,1**
Bancos	65	**2,4**	**1,5**
Educação	62	**2,3**	**1,4**
Escritórios	493	**18,0**	**11,2**

Estética	206	**7,5**	**4,7**
Hotelaria	97	**3,5**	**2,2**
Lazer	25	**0,9**	**0,6**
Limpeza	44	**1,6**	**1,0**
Mediação imobiliária	81	**3,0**	**1,8**
Publicidade e artes gráficas	10	**0,4**	**0,2**
Reparações	104	**3,8**	**2,4**
Restauração e bebidas	953	**34,8**	**21,6**
Saúde	216	**7,9**	**4,9**
Seguros	37	**1,3**	**0,8**
Serviços diversos	187	**6,8**	**4,2**
TOTAL SERVIÇOS	**2741**		
TOTAL COMÉRCIO E SERVIÇOS	**4408**		

C = Comércio S= Serviços CS= Comércio e serviços

Fonte: Município do Funchal

Fig. 88 Comércio e serviços do Município (%)



Fonte: Município do Funchal

O município conta com uma oferta diversificada de atividades, com destaque para o grupo dos serviços, que oferece 62% de estabelecimentos em contraste com os 38% do comércio. As atividades enquadradas no grupo da restauração e bebidas lideram com 953 estabelecimentos, seguida pelos escritórios com 493. Quanto ao comércio, a predominância vai para o pronto-a-vestir e similares, com 374 lojas e para os artigos lar e decorações e comércio alimentar, com 206 e 203 estabelecimentos, respetivamente.

3. A Oferta de Comércio e Serviços na Área de Estudo

A área de estudo conta com um total de 2251 estabelecimentos, distribuídos pelas 4 freguesias abrangidas, com a Sé a destacar-se com as suas 1602 unidades comerciais.

Fig. 89 Estabelecimentos da área de estudo, por freguesias abrangidas, em 2014

Freguesias	**Comércio**	**Serviços**	**Total**
Sé	641	961	**1602**
São Pedro	90	170	**260**
Sta Luzia	38	114	**152**
Sta Maria Maior	80	157	**237**

Fonte: Município do Funchal

Fig. 90 Edifícios da área de estudo com comércio e serviços, em 2014

Fonte: Município do Funchal

Os edifícios com comércio e serviços estão mais concentrados na área compreendida entre as Rua 5 de Outubro e Avenida Zarco, dispersando-se pelas outras artérias menos centrais da cidade. A leste destaca-se a Rua de Santa Maria como polo atrativo e a oeste a Rua da Carreira e arruamentos limítrofes.

Fig. 91 Nº de estabelecimentos da área de estudo por tipos, em 2014

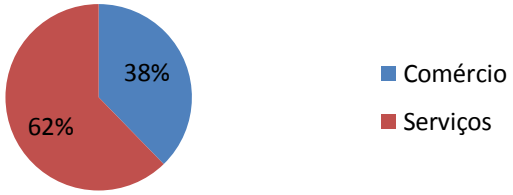
COMÉRCIO	Nº	% C	% CS
Artigos desportivos	13	**1,5**	**0,6**
Artigos lar e decorações	119	**14,0**	**5,3**
Automóveis e acessórios	20	**2,4**	**0,9**
Brinquedos	4	**0,5**	**0,2**
Comércio alimentar	41	**4,8**	**1,8**
Comércio diverso	44	**5,2**	**2,0**
Eletrodomésticos e similares	21	**2,5**	**0,9**
Equipamentos e produtos industriais	2	**0,2**	**0,1**
Energia	0	**0,0**	**0,0**
Farmácias e artigos de saúde	42	**4,9**	**1,9**
Ferragens e construção	20	**2,4**	**0,9**
Flores, prendas	15	**1,8**	**0,7**
Fotografia	16	**1,9**	**0,7**
Livrarias e papelarias	29	**3,4**	**1,3**
Mobiliário e equipamento de escritório	27	**3,2**	**1,2**
Ótica	19	**2,2**	**0,8**
Ourivesarias	65	**7,7**	**2,9**
Perfumes e cosméticos	20	**0,9**	**0,9**
Pronto-a-vestir e similares	256	**30,2**	**11,4**

Tabacarias	44	**5,2**	**2,0**
Tecnologias de informação e comunicação	32	**3,8**	**1,4**
TOTAL COMÉRCIO	**849**		
SERVIÇOS	Nº	**% S**	**% CS**
Agências de viagens e similares	46	**3,3**	**3,3**
Armazenagem	12	**0,9**	**0,5**
Bancos	33	**2,4**	**1,5**
Educação	37	**2,6**	**1,6**
Escritórios	363	**25,9**	**16,1**
Estética	144	**10,3**	**6,4**
Hotelaria	28	**2,0**	**1,2**
Lazer	7	**0,5**	**0,3**
Limpeza	12	**0,9**	**0,5**
Mediação imobiliária	59	**4,2**	**2,6**
Publicidade e artes gráficas	3	**0,2**	**0,1**
Reparações	23	**1,6**	**1,0**
Restauração e bebidas	343	**24,5**	**15,2**
Saúde	184	**13,1**	**8,2**
Seguros	29	**2,1**	**1,3**
Serviços diversos	79	**5,6**	**3,5**
TOTAL SERVIÇOS	**1402**		
TOTAL COMÉRCIO E SERVIÇOS	**2251**		

C = Comércio S= Serviços CS= Comércio e serviços

Fonte: Município do Funchal

Fig. 92 Gráfico do Comércio e serviços da área de estudo (%)



Fonte: Município do Funchal

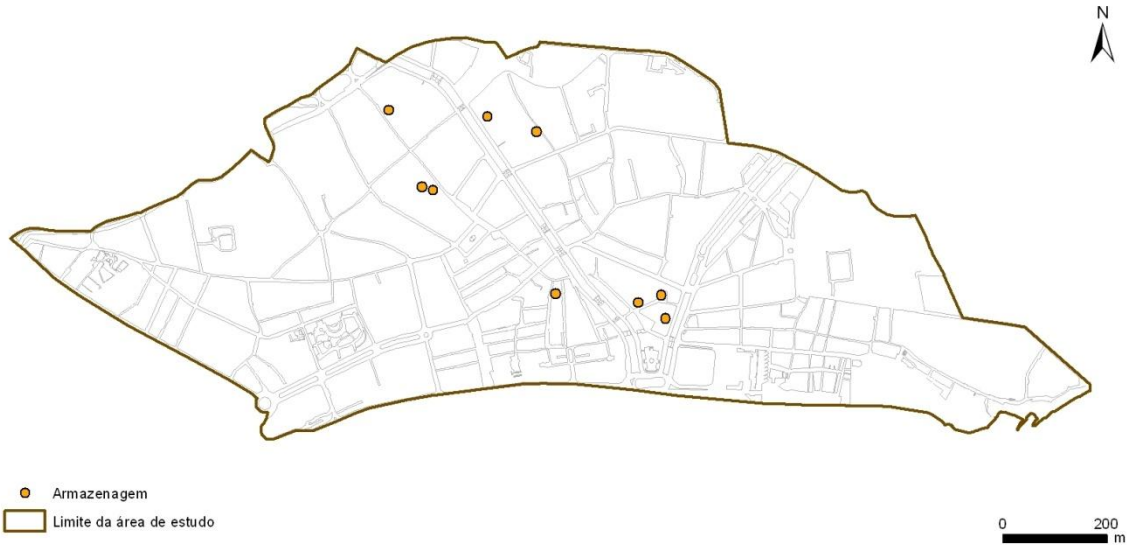
A área de estudo, em oposição ao município, apresenta como grupo de atividade predominante os escritórios (363 unidades), embora seguida de perto pela restauração e bebidas com 343 estabelecimentos. A nível de comércio, volta a destacar-se o pronto-a-vestir e similares (256 lojas) em consonância com o total para o município. Note-se que, percentualmente, não existe variação entre o comércio e serviços da área de estudo e do município.

Fig. 93 Edifícios da área de estudo com agências de viagens e similares, em 2014

Fonte: Município do Funchal

A oferta de agências de viagens e similares faz-se através de 46 estabelecimentos, correspondendo a apenas 3% do total das atividades da área de estudo e a 4% do total para o município. Estes estabelecimentos distribuem-se por edifícios dispersos, em maior número na metade oeste da área de estudo.

Fig. 94 Edifícios da área de estudo com serviços de armazenagem, em 2014



Fonte: Município do Funchal

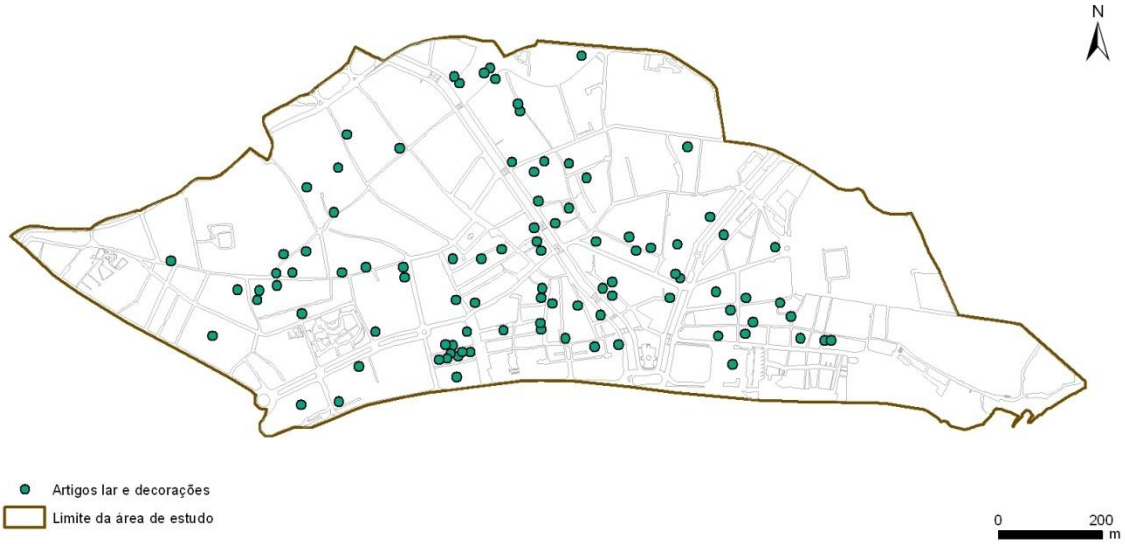
Os armazéns estão pouco representados na área de estudo (12), sendo apenas 1% do total. A tendência é seguida para o total do município que detém também 1% destas unidades.

Fig. 95 Edifícios da área de estudo com comércio de artigos desportivos, em 2014

Fonte: Município do Funchal

Quanto aos artigos desportivos, totalizam apenas 0,6% do comércio e serviços da área de estudo, em linha com o total para o município, estando os seus 13 estabelecimentos maioritariamente situados na parte leste da área de estudo.

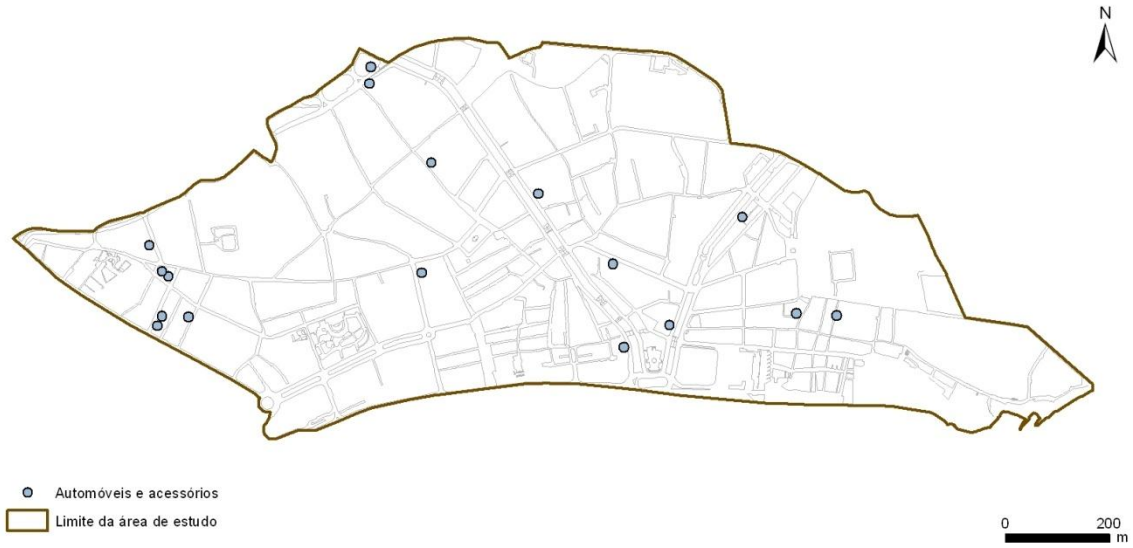
Fig. 96 Edifícios da área de estudo com comércio de artigos lar e decorações, em 2014



Fonte: Município do Funchal

No que concerne às lojas de artigos para o lar e decorações, contribuem com 5,3 % para o comércio e serviços da área de estudo, aumentando o seu peso para 14% se falarmos só de comércio. Aliás, este é o segundo tipo de comércio mais representativo na área de estudo.

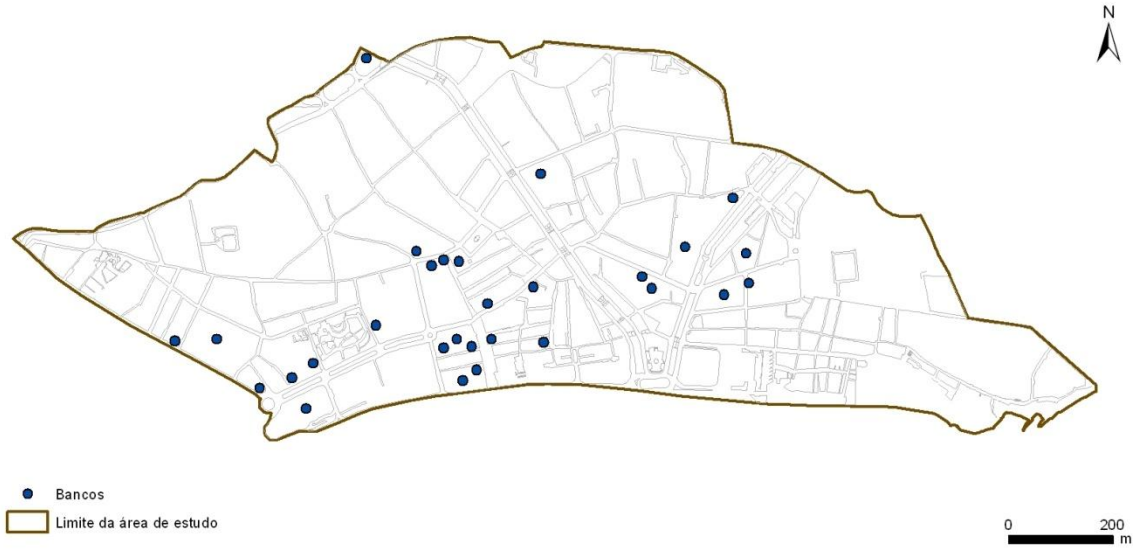
Fig. 97 Edifícios da área de estudo com comércio de automóveis e acessórios, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Os estabelecimentos comerciais de automóveis e acessórios contam com 20 espaços disponíveis, estando dispersos na área de estudo, embora se verifique uma pequena concentração no seu extremo oeste. Estas lojas têm um peso de apenas de 0,9% do comércio e serviços da área de estudo, enquanto que quando falamos do município, o seu peso é já de 2,5%, o que significa que é fora da área de estudo que existem em maior número.

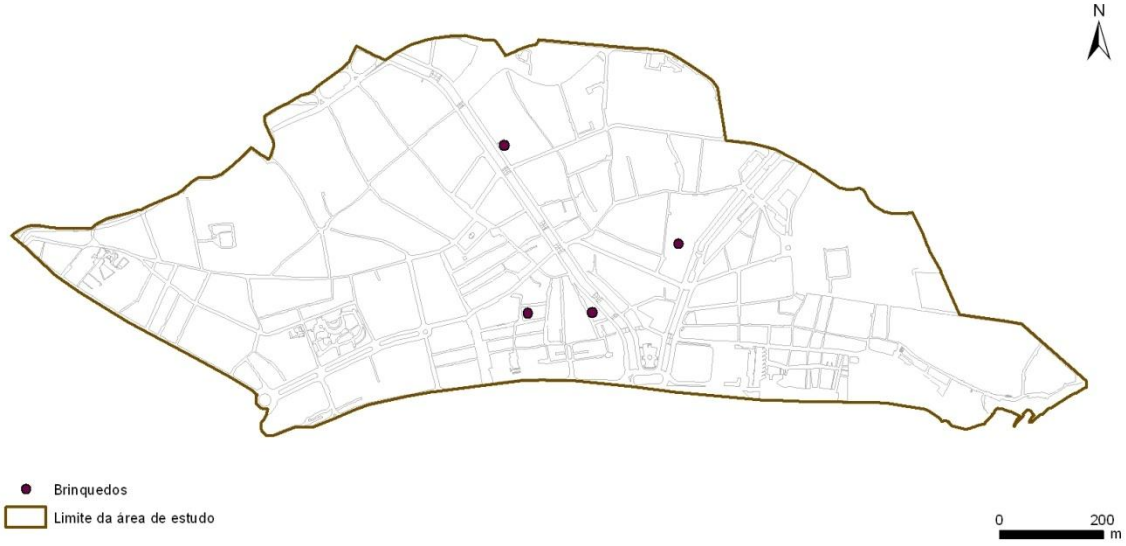
Fig. 98 Edifícios da área de estudo com bancos, em 2014



Fonte: Município do Funchal

As instituições e agências bancárias detêm 33 espaços na área de estudo (1,5%) e 65 no município. Distribuem-se em maior número pela metade oeste da área de estudo, existindo em número reduzido na parte "alta".

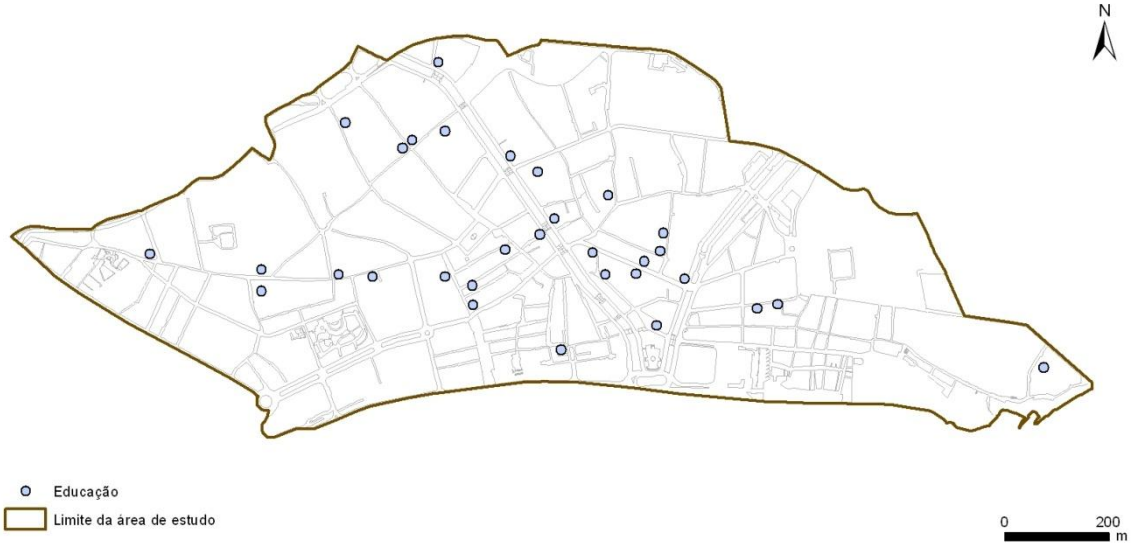
Fig. 99 Edifícios da área de estudo com comércio de especializadas em brinquedos, em 2014



Fonte: Município do Funchal

As lojas especializadas em brinquedos têm um peso de apenas 0,2% do comércio e serviços da área de estudo e também do município.

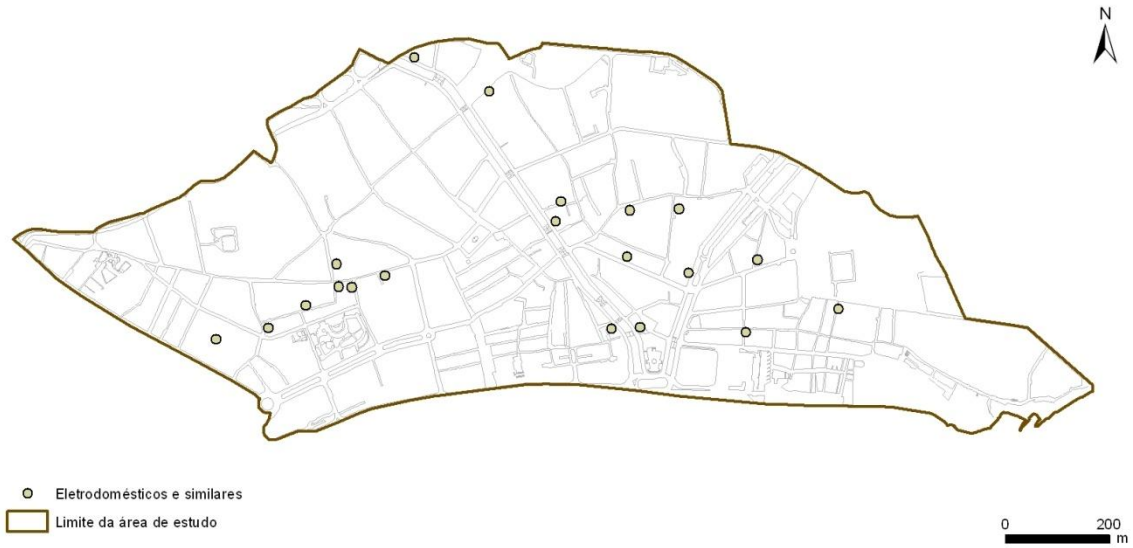
Fig. 100 Edifícios da área de estudo com serviços de Educação, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Quanto à categoria da educação, a sua distribuição faz-se através das principais artérias da área de estudo, contando com 37 espaços (1,6%), e um total de 62 (1,4%) em todo o município.

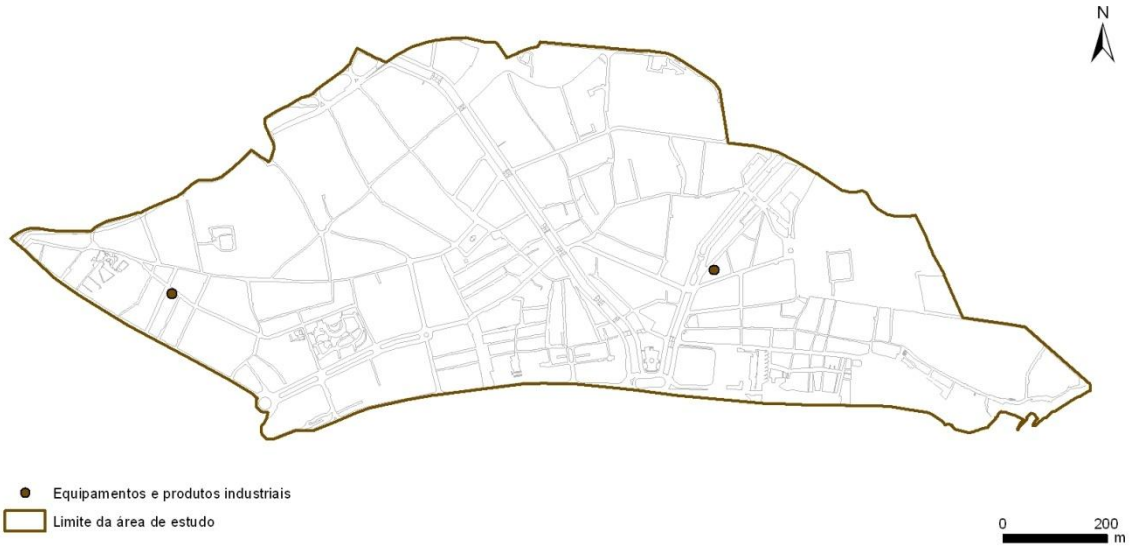
Fig. 101 Edifícios da área de estudo com comércio de eletrodomésticos e similares, em 2014



Fonte: Município do Funchal

No que diz respeito a lojas de eletrodomésticos e similares, o peso é de apenas 0,9% do comércio e serviços da área de estudo, enquanto que para o município é de 1,1%.

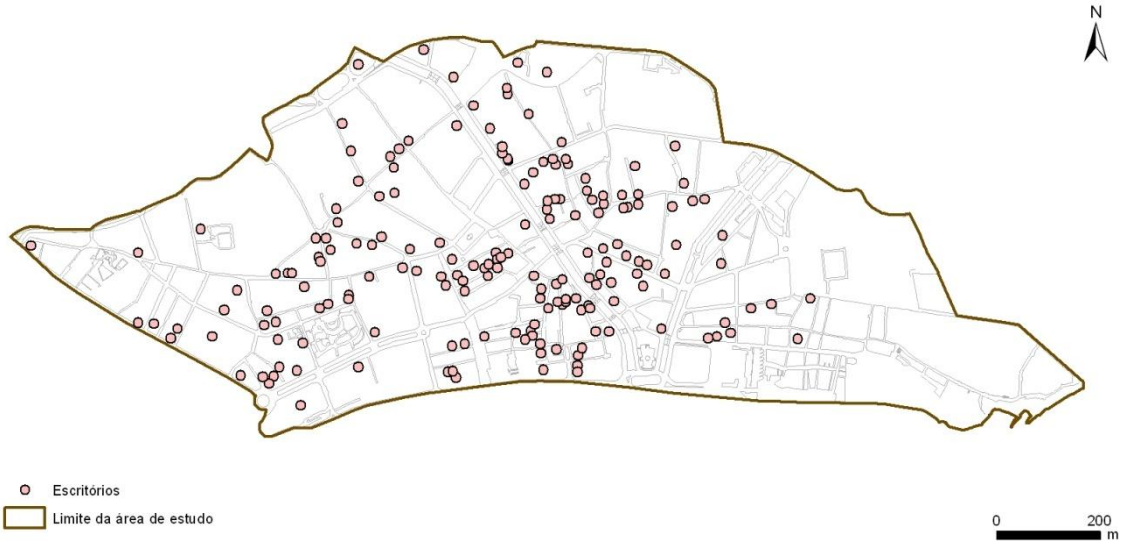
Fig. 102 Edifícios da área de estudo com comércio de equipamentos e produtos industriais, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Os dois estabelecimentos de equipamentos e produtos industriais revelam que é parca oferta na área de estudo. No que toca ao município, o caso muda de figura, já que existem 27 destes espaços, o que corresponde a 0,6% do comércio e serviços e a 1,6% do comércio.

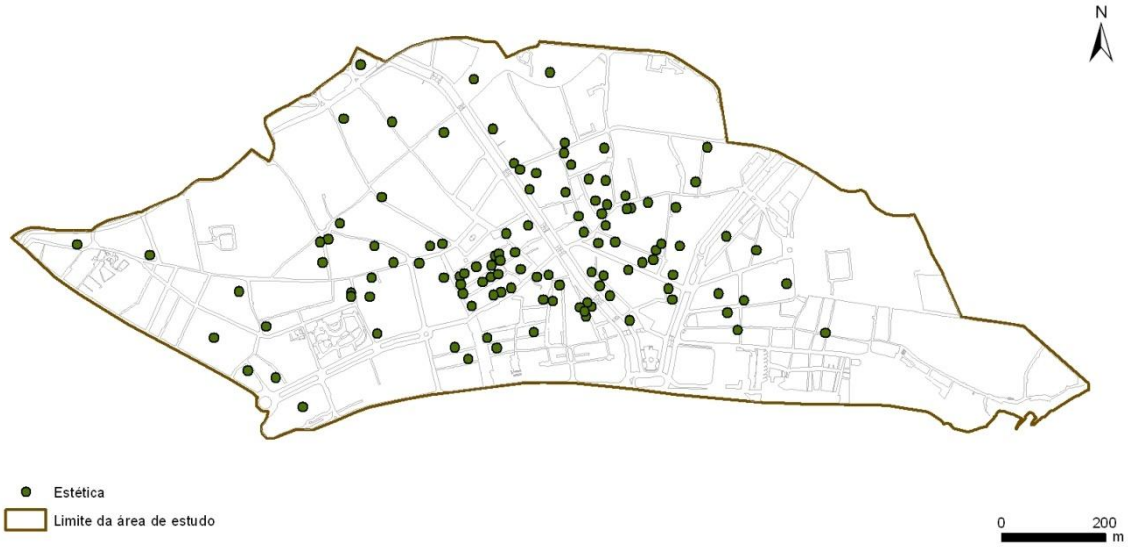
Fig. 103Edifícios da área de estudo com escritórios, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Os escritórios constituem a maior fatia do comércio e serviços da área de estudo, com 363 espaços, o que corresponde a 25,9% dos serviços e 16,1% do comércio e serviços. No que toca ao município, o segundo lugar é garantido através dos 493 espaços em funcionamento (11,2% do comércio e serviços). Nota-se que é na área de estudo que existe a grande concentração de escritórios.

Fig. 104 Edifícios da área de estudo com serviços de estética, em 2014



Fonte: Município do Funchal

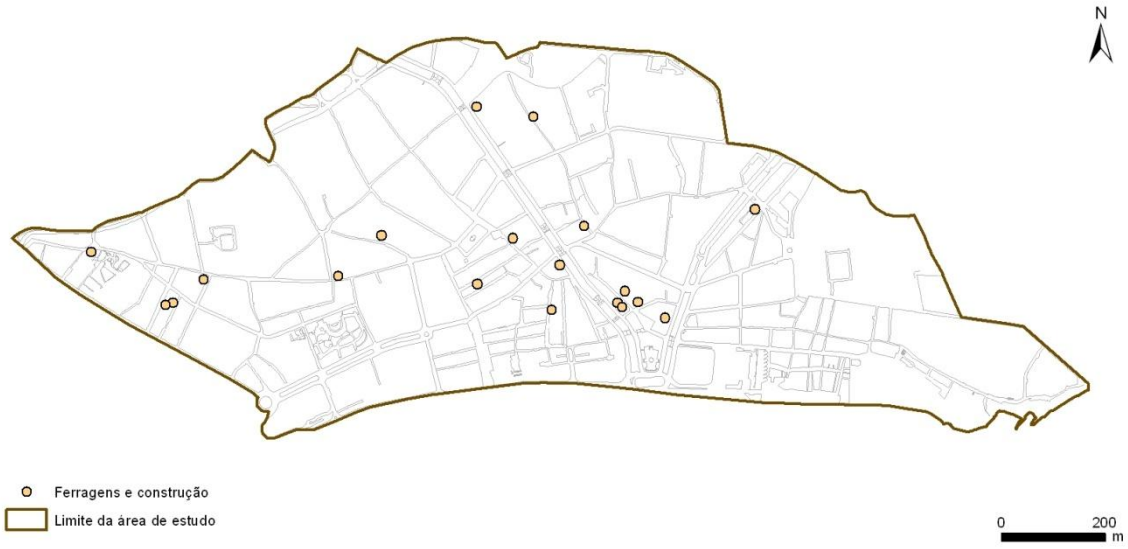
Com 144 estabelecimentos, os cabeleireiros e salões de beleza são 10% dos serviços da área de estudo. No total do município são 7,5% dos Serviços e 4,7% do comércio e serviços.

Fig. 105 Edifícios da área de estudo com farmácias e artigos de saúde, em 2014

Fonte: Município do Funchal

Com 42 estabelecimentos na área de estudo, as farmácias e artigos de saúde constituem 4,9% do comércio da área de estudo, mas apenas 1,9% do comércio e serviços. Existem apenas mais 26 lojas fora da área de estudo, o que denota a concentração no centro.

Fig. 106 Edifícios da área de estudo com comércio de ferragens e construção, em 2014



Fonte: Município do Funchal

As lojas de ferragens ou de materiais de construção estão distribuídas por 20 espaços na área de estudo, constituindo apenas 0,9% do comércio e serviços. Uma vez que o município dispõe de 60 destes estabelecimentos (1,4%), a concentração é fraca no centro.

Fig. 107 Edifícios da área de estudo com comércio de flores e prendas, em 2014

Fonte: Município do Funchal

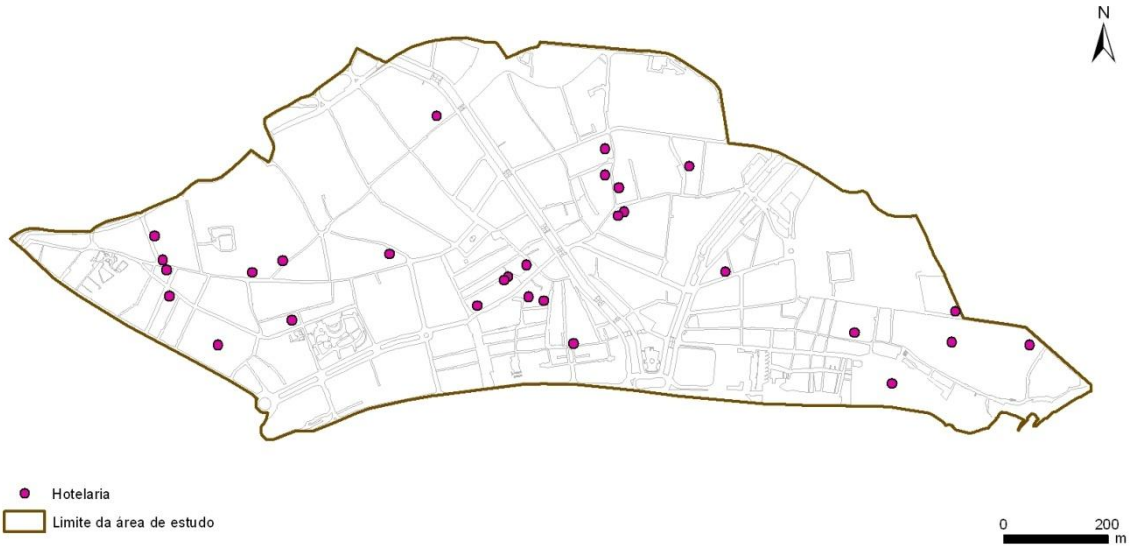
Com uma distribuição quase total pela zona oeste da área de estudo, as 15 lojas de flores, de postais e de prendas, são somente 0,7% do comércio e serviços da área de estudo e 0,8% da totalidade do Município.

Fig. 108 Edifícios da área de estudo com atividades de fotografia, em 2014

Fonte: Município do Funchal

As lojas de fotografia concentram metade dos seus 16 espaços abertos na área de estudo pelas ruas da Queimada de Baixo e de Cima. Saliente-se que fora da área de estudo quase não existem destas lojas que apenas somam 0,4% do comércio e serviços do município.

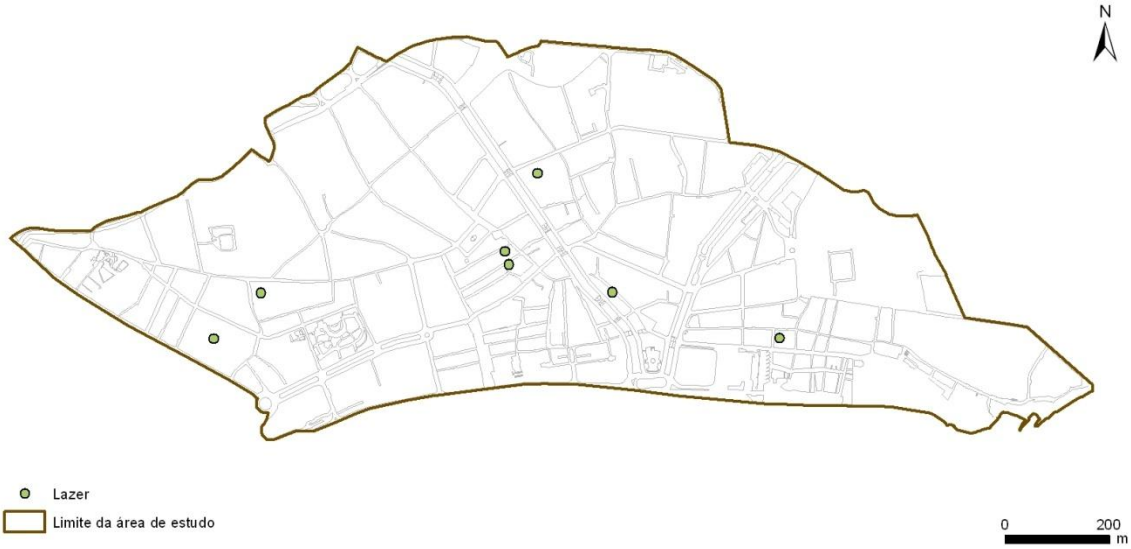
Fig. 109 Edifícios da área de estudo com hotelaria, em 2014



Fonte: Município do Funchal

A oferta de hotelaria da área de estudo faz-se através de 28 espaços que corresponde a 2% dos serviços e a 1,2% do comércio e serviços. Fora da área de estudo existem mais 69 estabelecimentos hoteleiros, com destaque para a Estrada Monumental, perfazendo 3,5% dos serviços do município.

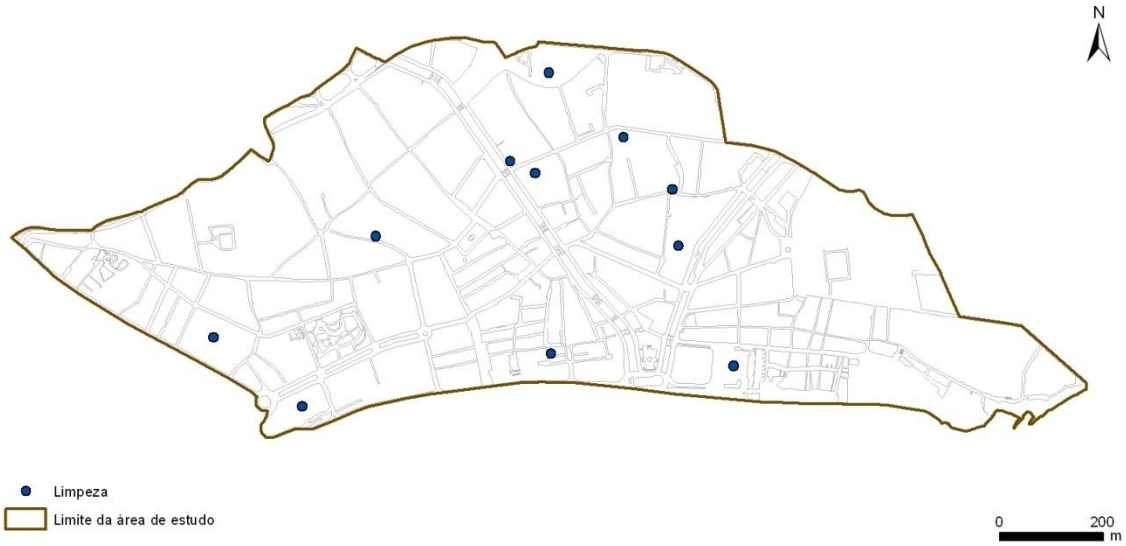
Fig. 110 Edifícios da área de estudo com serviços de lazer, em 2014



Fonte: Município do Funchal

A categoria de lazer engloba na área de estudo alguns ginásios e salões de jogos (0,3% do comércio e serviços). O município conta com 25 espaços o que totaliza 0,6% do comércio e serviços.

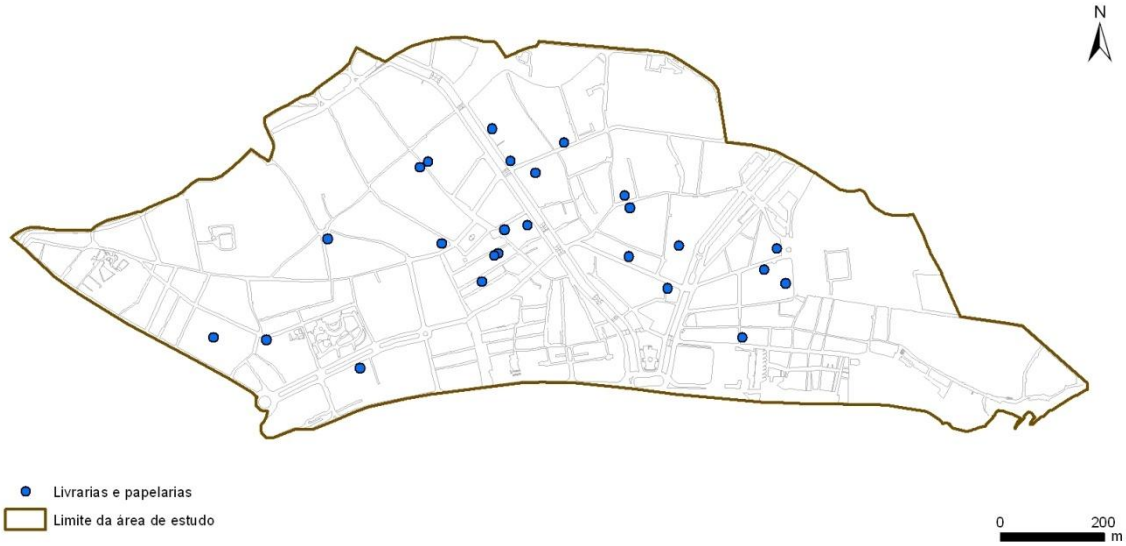
Fig. 111 Edifícios da área de estudo com serviços de limpeza, em 2014



Fonte: Município do Funchal

O grupo da limpeza, que na sua maioria é constituído por lavandarias, representa 0,5% do comércio e serviços da área de estudo e 1% do comércio e serviços do município. Na área de estudo, estes estabelecimentos dispersam-se geograficamente, estando presentes nos maiores centros comerciais, caso do centro comercial *Dolce Vita* e centro comercial Anadia.

Fig. 112 Edifícios da área de estudo com livrarias e papelarias, em 2014



Fonte: Município do Funchal

As livrarias e papelarias detêm 29 lojas na área de estudo e 39 em todo o Município, denotando assim, uma centralização das mesmas na área de estudo. Esta conta com 3,4% do comércio e 1,3% do comércio e serviços relativamente a este tipo de atividade.

Fig. 113 Edifícios da área de estudo com mediação imobiliária, em 2014

Fonte: Município do Funchal

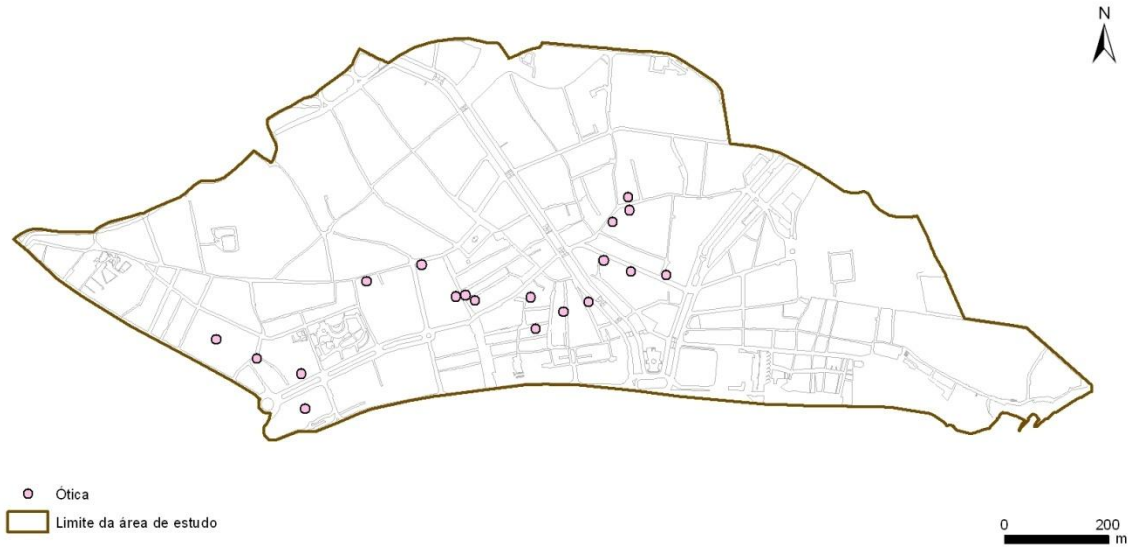
A mediação e promoção imobiliária concentram 59 dos 81 espaços na área de estudo, correspondendo a 4,2% dos serviços e 2,6% do comércio e serviços da área de estudo.

Fig. 114 Edifícios da área de estudo com comércio de mobiliário e equipamento de escritório, em 2014

Fonte: Município do Funchal

Em relação às lojas de mobiliário e de equipamento de escritórios, que representam 3,2% do comércio da área de estudo, concentra 8 espaços abertos na Rua da Alfândega. No que toca ao município, a oferta ascende aos 63 estabelecimentos.

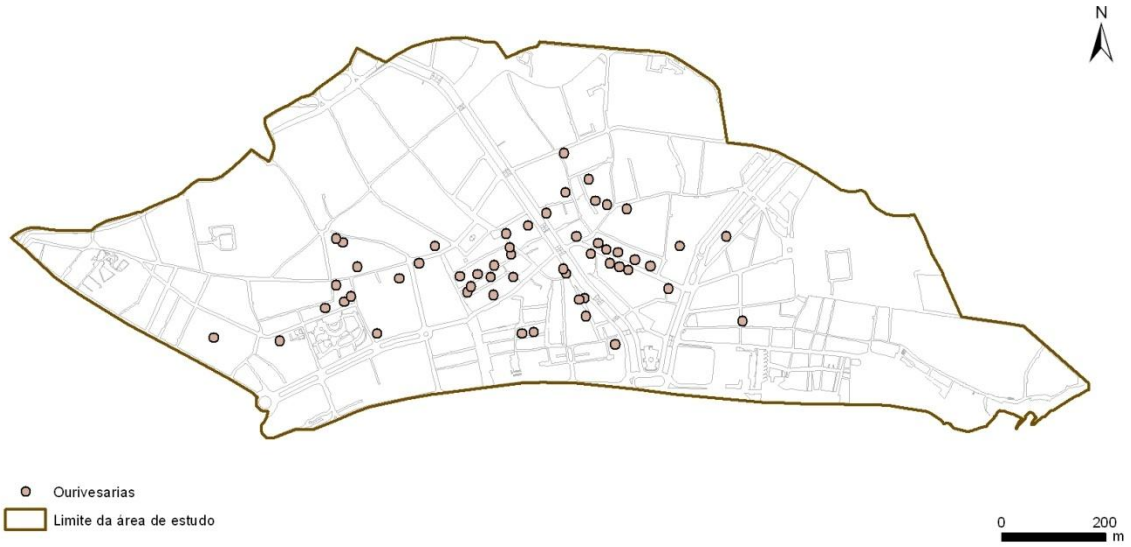
Fig. 115 Edifícios da área de estudo com comércio de ótica, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Os oculistas representam uma fatia de 0,8% do comércio e serviços da área de estudo, enquanto que esta é de apenas 0,6% quando de fala do município.

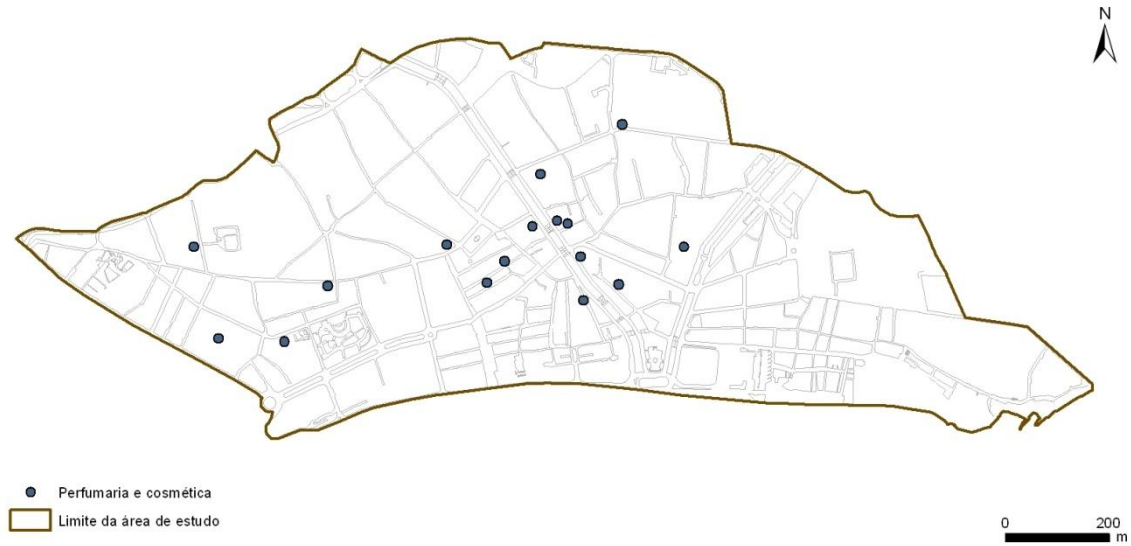
Fig. 116 Edifícios da área de estudo com ourivesarias, em 2014



Fonte: Município do Funchal

A categoria das ourivesarias ocupa a 3ª posição nas atividades comerciais da área de estudo, com 65 lojas (7,7% do comércio). Quando se fala do município, a percentagem baixa para 4,7% do comércio e 1,8% do comércio e serviços. Nota-se uma concentração relativamente grande em arruamentos de grande procura comercial, nomeadamente a Rua Dr. Fernão de Ornelas e Queimada de Cima e de Baixo.

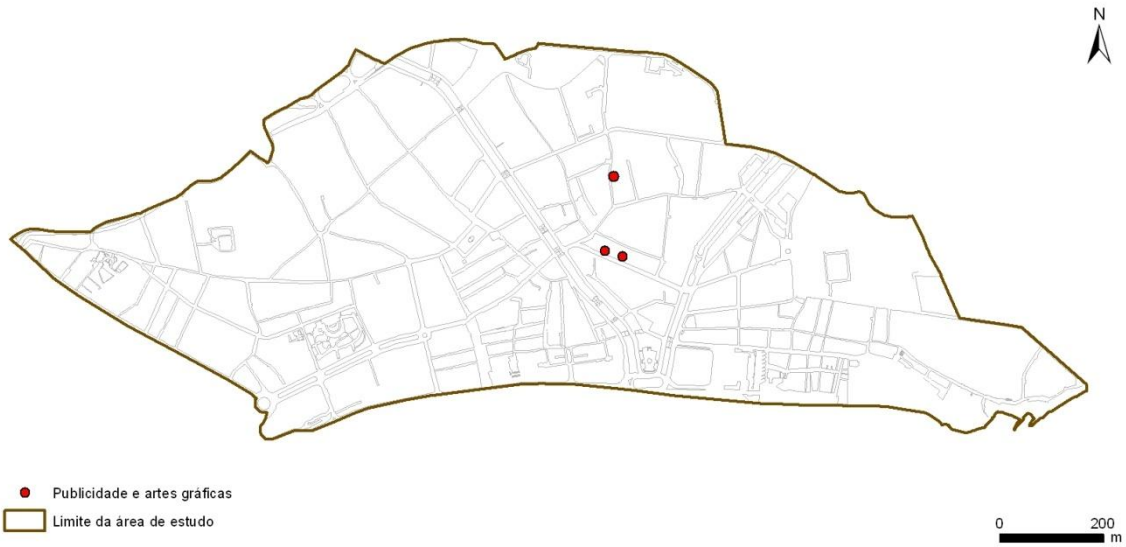
Fig. 117 Edifícios da área de estudo com comércio de perfumaria e cosmética, em 2014



Fonte: Município do Funchal

O comércio de perfumes e artigos cosméticos está representado na área de estudo com 20 estabelecimentos e por 78 no total para o município, significando que não existe grande centralização da oferta deste tipo de produtos.

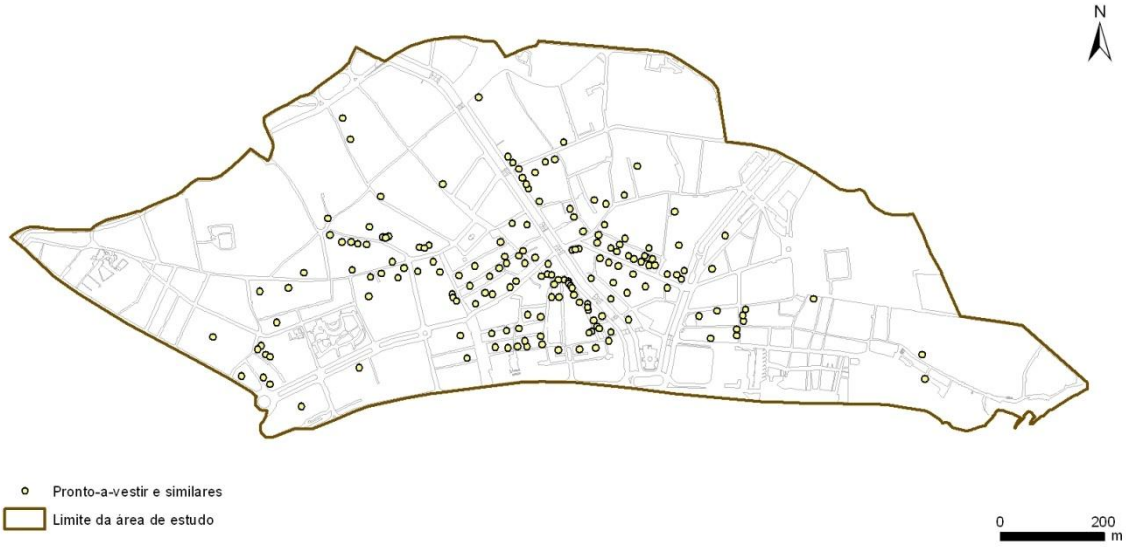
Fig. 118 Edifícios da área de estudo com serviços de publicidade e artes gráficas, em 2014



Fonte: Município do Funchal

Com 3 estabelecimentos na área de estudo, o setor da publicidade e artes gráficas é muito pouco significativo também no município (10 espaços).

Fig. 119 Edifícios da área de estudo com pronto-a-vestir e similares, em 2014



Fonte: Município do Funchal

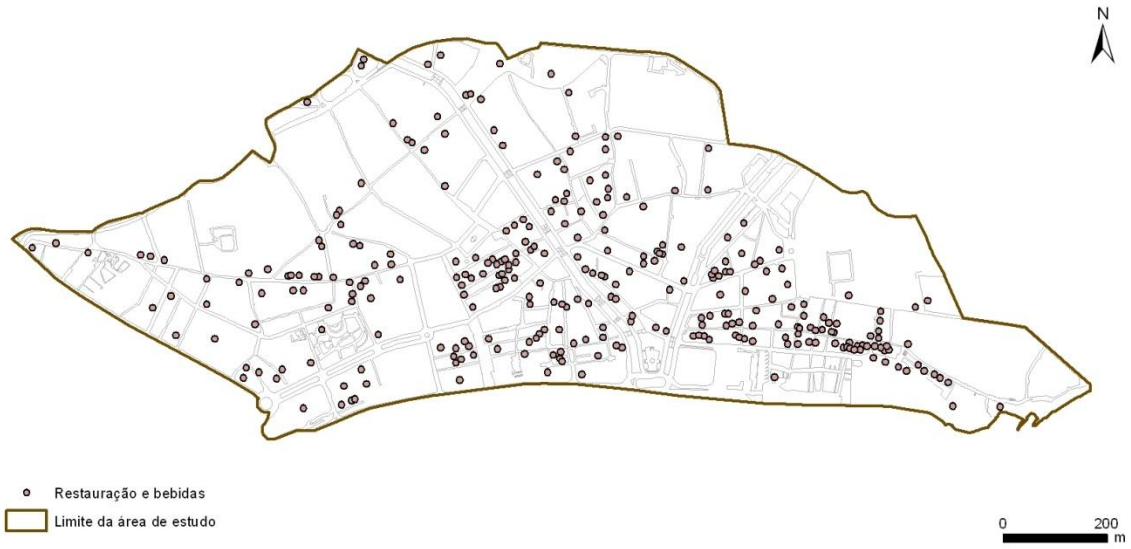
Os estabelecimentos de pronto-a-vestir e similares representam a maior fatia do comércio da área de estudo (30,2%) e a 3ª maior fatia do comércio e serviços. Quando se fala do município, as 374 lojas correspondem a 22,4% do comércio, mas somente 8,5% do comércio e serviços. Estes espaços estão muito concentrados entre a Rua Dr. Fernão de Ornelas e a Rua João Tavira. Curiosamente, a Rua Dr. Fernão de Ornelas e o centro comercial *Dolce Vita*, dispõem, cada um, de 20 destas lojas.

Fig. 120 Edifícios da área de estudo com serviços de reparações, em 2014

Fonte: Município do Funchal

A categoria das reparações conta com 23 estabelecimentos na área de estudo, na sua maioria reparação de calçado e costura. Fora da área de estudo, os restantes 81 espaços são preenchidos em maior número por oficinas auto. A grande fatia deste grupo está fora do centro.

Fig. 121 Edifícios da área de estudo com restauração e bebidas, em 2014

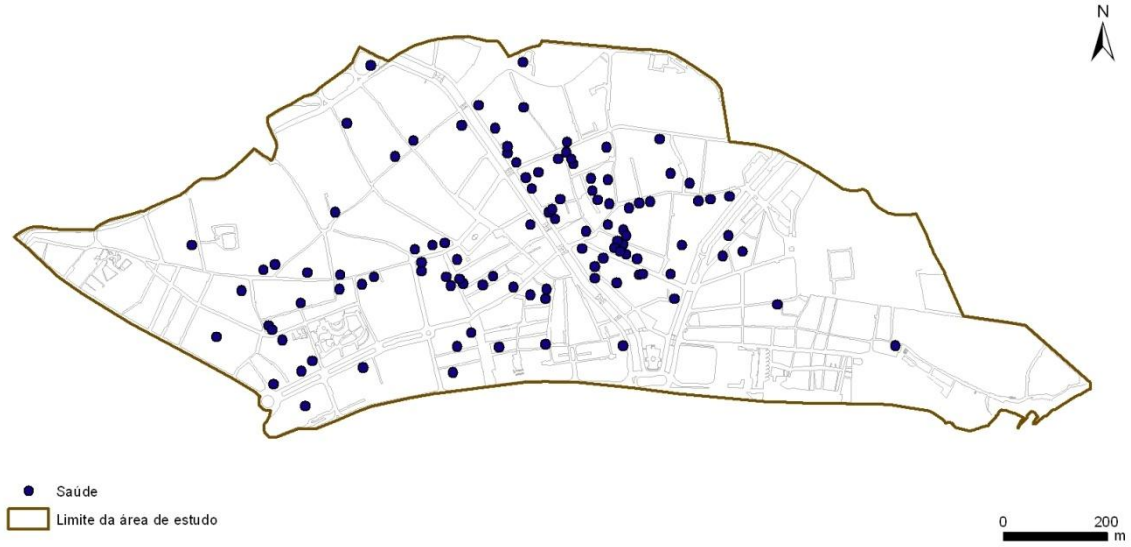


Fonte: Município do Funchal

Os estabelecimentos de restauração e bebidas representam a maior oferta dos serviços da área de estudo com 343 espaços (24,5%). No que toca ao comércio e serviços, a percentagem reduz-se para 15,2%, ocupando, mesmo assim, o 2º lugar, logo atrás dos escritórios. No que concerne ao município, esta categoria é de longe a mais pujante, com 34,8% dos serviços e 21,6% do comércio e serviços.

A Rua da Carreira é o arruamento da área de estudo com maior número destes estabelecimentos (25), distribuídos ao longo dos seus cerca de 690 m. A Rua de Santa Maria, que detém 23 espaços abertos, tem uma extensão de 650 m, é a 2ª com mais oferta, acrescendo que quase todos os estabelecimentos se concentram em 350 m de extensão.

Fig. 122 Edifícios da área de estudo com serviços de saúde, em 2014



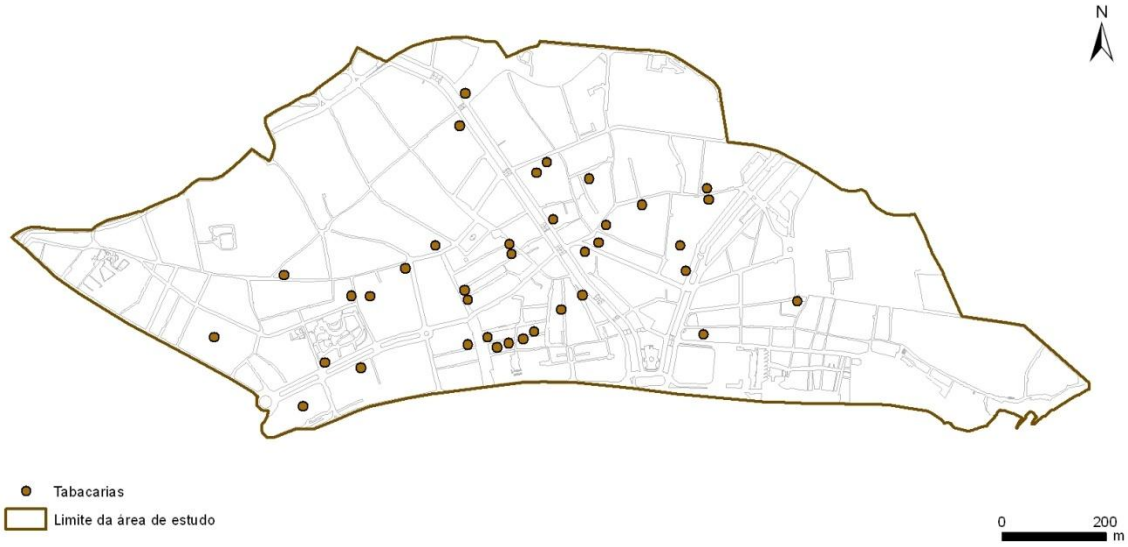
Os 184 espaços em funcionamento destinados a atividades de saúde constituem a 2ª maior oferta de serviços da área de estudo (13,1%) e a 4ª de comércio e serviços (8,2%). No que toca ao município, as percentagens decrescem para 7,9% e 4,9% (216 espaços), respetivamente, havendo uma esmagadora concentração na área de estudo.

Fig. 123 Edifícios da área de estudo com serviços de seguros, em 2014

Fonte: Município do Funchal

As seguradoras estão presentes na área de estudo com 29 espaços (1,3% do comércio e serviços), apenas menos 8 estabelecimentos que no resto do município, com apenas 0,8% da oferta de comércio e serviços.

Fig. 124 Edifícios da área de estudo com tabacarias em 2014



Fonte: Município do Funchal

O grupo das tabacarias, que maioritariamente acumula venda de jornais e revistas com tabaco, representa 2% do comércio e serviços da área de estudo (44 lojas) e 1,5% do total do município (65 lojas).

Fig. 125 Edifícios da área de estudo com comércio de tecnologias de informação e comunicação

Fonte: Município do Funchal

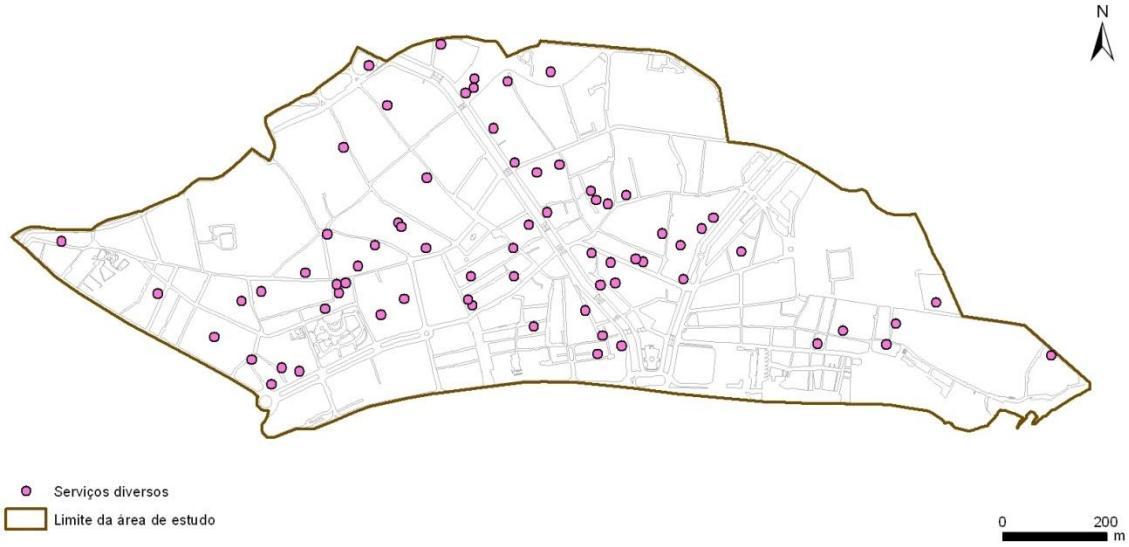
Com uma oferta de 32 lojas, a categoria das tecnologias de informação e comunicação compreende 1,4% do comércio e serviços da área de estudo e 1,7%, quando se fala do município.

Fig. 126 Edifícios da área de estudo com comércio diverso, em 2014

Fonte: Município do Funchal

Os 44 estabelecimentos de comércio diverso englobam na área de estudo atividades distintas, nomeadamente venda de animais, retrosarias, artigos esotéricos, lãs, entre outros, perfazendo 2% do comércio e serviços, assim como também 2% da totalidade do município (86 espaços).

Fig. 127 Edifícios da área de estudo com serviços diversos em 2014



Fonte: Município do Funchal

Com 79 lojas, os serviços diversos têm um peso de 3,5% do comércio e serviços da área de estudo e compreende atividades que vão desde os cartórios notariais privados, tatuagens, agências funerárias, tipografias e aluguer de automóveis, assim como outros. Quanto ao município, o peso diminui para 2% (86 lojas).

3.1 Os Centros e Galerias Comerciais

Como refere Salgueiro (1996:210), "… uns (centros comerciais) limitam-se a ser um conjunto de lojas, enquanto outros, apresentam diversos serviços, incluindo cinemas e outros recintos de diversões misturados com as lojas." O primeiro espaço do Funchal a ser designado por "centro comercial" foi o Centro Comercial São Pedro. Este espaço aberto em 1975, na verdade assemelha-se a uma galeria, contando com 15 lojas distribuídas ao longo de um corredor.

A partir de meados da década de 80 foram aparecendo outros espaços, já com dimensão um pouco superior. O centro comercial da Sé abriu em 1984, situado na Rua Dr. António José de Almeida, ponto de passagem em direção à Sé Catedral e à Avenida do Mar. Em 1985 abriu o centro comercial do Bom Jesus, beneficiando do movimento da Rua 31 de Janeiro, enquanto que, em 1987 iniciou a atividade o já entretanto fechado Centro Comercial Tavira.

Foi na década de 90 que iniciaram atividade 9 centros comerciais, 4 deles já com uma oferta considerável: *Oudinot*, *Marina Shopping,* Europa e *Anadia Shopping.*

Fig. 128 Centros e galerias comerciais da área de estudo, em 2014

Centros Comerciais	Ano de abertura	Nº lojas abertas	Nº lojas fechadas	Total	% Total
Anadia Shopping	1997	38	4	42	10,2
Arcadas de São Francisco	1999	17	0	17	4,1
Arcadas do Pelourinho	2006	8	18	26	6,3
Bom Jesus	1985	10	9	19	4,6
Chafariz	1995	7	1	8	1,9
Dolce Vita	**2007**	**56**	**3**	**59**	**14,4**
Elias Garcia	1991	11	4	15	3,6
Europa	1996	26	13	39	9,5
Galerias 5 de Outubro	1999	16	11	27	6,6
Galerias São Lourenço	1998	19	5	24	5,8
Marina Shopping	1993	24	32	56	13,6
O Lojão	1992	5	2	7	1,7
Oudinot	1992	12	28	40	9,7
São Pedro	1975	5	10	15	3,6
Sé	1984	11	6	17	4,1

Fonte: Município do Funchal

As 265 lojas em funcionamento em centros comerciais constituem cerca de 11% do comércio e serviços da área de estudo.

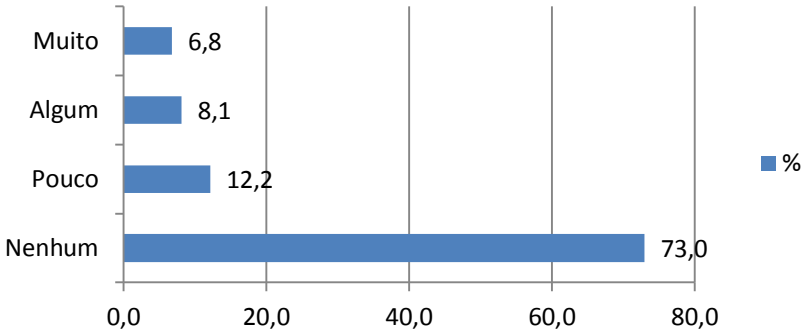
Com 14,4% da oferta comercial em centros comerciais da área de estudo, destaca-se o centro comercial *Dolce Vita*, com as suas 59 lojas, das quais 3 sem ocupação. No outro extremo, a menor oferta pertence ao Centro Comercial O Lojão, com 7 lojas e apenas 1,7%.

Verifica-se que alguns centros comerciais, apesar da sua localização central, perderam o dinamismo comercial de outrora, nomeadamente o Marina *Shopping, Oudinot* e São Pedro, com a grande maioria das lojas encerradas. Destaca-se também pela negativa, as Arcadas do Pelourinho, que apesar da abertura já na segunda metade da década de 2000 e da sua localização na central Rua Direita, tem apenas 8 das 26 lojas abertas. Pela positiva, temos o caso das Arcadas de São Francisco, com todas as 17 lojas em funcionamento, apesar de já estar aberto há 15 anos.

Importa tentar perceber se a abertura do centro comercial *Dolce Vita* contribuiu para a decadência do comércio tradicional da área de estudo. De acordo com dados da Carta de Comércio de Serviços, no ano anterior à sua abertura, ou seja, 2006, a freguesia da Sé detinha 2150 estabelecimentos. No ano seguinte à abertura deste centro comercial, a área de estudo contava com 2071 espaços em funcionamento. Ora esta diferença de 79 espaços, esbate-se se tivermos em conta que a freguesia da Sé compreende uma área com uma boa dinâmica, sobretudo de restauração e bebidas e hotelaria, que não está incluída na área de estudo, de acordo com explicação dada no ponto 2 deste capítulo. Não parece haver impacto negativo para o comércio tradicional da área de estudo, por via da abertura do *Dolce Vita*.

Para ter uma resposta mais consistente, no inquérito realizado aos estabelecimentos da área de estudo, procurou-se saber exatamente se houve impacto negativo nas vendas com a abertura dessa grande superfície comercial.

Fig. 129 Impacto nas vendas após a abertura do *Dolce Vita*



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

A grande maioria dos inquiridos (73%) considera que não existiu impacto nas vendas após a abertura do *Dolce Vita*, o que vem confirmar os números disponíveis para 2006 e 2008.

Fora da área de estudo, são dois os centros comerciais que se destacam pela sua dimensão e oferta de comércio e serviços. São eles o Fórum Madeira e o Madeira *Shopping*.

Fig. 130 Grandes centros comerciais fora da área de estudo

Centros Comerciais	Ano de abertura	Nº lojas abertas	Nº lojas fechadas	Total
Madeira *Shopping*	2001	86	6	92
Forum Madeira	2005	70	5	75

Fonte: Município do Funchal

O Madeira *Shopping* é o centro comercial que detém a maior oferta comercial do município, com 86 lojas em funcionamento, seguido pelo Fórum Madeira com 75.

É também interessante perceber de que modo se comportou a oferta de comércio e serviços após a abertura destas duas superfícies. Para isso, na falta de dados fidedignos para os anos em questão, usou-se os horários de funcionamento dos estabelecimentos emitidos pelo município nos anos 2000, 2002, 2004 e 2006. Segundo o Decreto Legislativo Regional 6/99/M, em vigor nos anos indicados, a afixação do horário de funcionamento emitido pelos municípios é obrigatória para os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços que façam atendimento ao público.

Fig. 131 Nº de horários de funcionamento atribuídos pelo município, entre 2000 e 2006

Anos	Funchal	Sé
2000	147	80
2002	89	26
2004	174	75
2006	239	116

Fonte: Município do Funchal

Verifica-se que houve um decréscimo significativo de horários de funcionamento atribuídos no ano seguinte à abertura do Madeira *Shopping*, principalmente na freguesia da Sé, que passou de 80 para 26, indicando que houve uma quebra muito grande na dinâmica de abertura de espaços comerciais.

Por outro lado, no ano anterior à abertura do *Dolce Vita* foram dados 174 horários em todo o município, crescendo o número para 239 em 2006. A tendência de subida aplica-se também à Sé, com 75 horários em 2004 e 116 em 2006.

O Madeira *Shopping* pode ter contribuído para uma quebra na dinâmica de aberturas de novos espaços comerciais no Funchal, não se podendo dizer o mesmo do Fórum Madeira, tendo em conta que houve um acréscimo de horários atribuídos no ano seguinte à sua abertura.

3.2 Os Mercados Municipais

Os Mercados Municipais têm um papel muito importante na promoção e venda dos produtos locais e regionais, nas sinergias com os pequenos produtores e como locais de diferenciação cultural e turística.

A 24 de novembro de 1940 foi inaugurado o Mercado dos Lavradores, na altura considerado um dos mais modernos e daqueles que melhores instalações possuíam em todo o país. Está situado na área de estudo, num ponto central da cidade, delimitado pelo Largo dos Lavradores, Rua do Hospital Velho, Rua da Boa Viagem e Rua Latino Coelho, voltado para uma das mais movimentadas artérias da cidade, a Rua Dr. Fernão de Ornelas. Passados mais de 70 anos, este mercado assume-se como uma peça de grande valor no panorama do património edificado do Funchal.

Atualmente, a oferta do Mercado dos Lavradores, entre lojas, *stands* e a Praça, é composta por 123 espaços, sendo que se encontram em funcionamento 103.

Fig. 132 Nº de espaços do Mercado dos Lavradores, em 2014

Tipo	Abertos	Disponíveis
Lojas	38	6
Stands	49	1
Praça	16	13

Destaca-se a Praça, destinada ao comércio de peixe fresco, com 13 espaços disponíveis ou em concurso, quase metade daqueles que estão ocupados e em funcionamento com essa atividade.

Fig. 133 Nº de lojas em funcionamento do Mercado dos Lavradores por atividade, em 2014

Atividades	Nº
Bazar/Marroquinarias	11
Cafetaria/Snack-bar	3
Produtos hortofrutícolas	5
Artesanato/Produtos regionais	3
Talho	4
Barbearia	1
Flores/Plantas	2
Minimercado/produtos alimentares	5
Bancos	1
Telecomunicações	1
Papelaria	1
Boutique de pão	1

Fonte: Município do Funchal

A atividade mais representativa nas lojas do Mercado é a marroquinaria e bazar, com 11 espaços em funcionamento, seguida dos produtos hortofrutícolas e dos produtos alimentares, com 5 espaços cada.

Fig. 134 Nº de *stands* em funcionamento do Mercado dos Lavradores, por atividade, em 2014

Atividades	Nº
Produtos hortofrutícolas	34
Amolador de tesouras	1
Artesanato/Produtos regionais	7
Flores/Plantas	3
Mercearia/produtos alimentares	2
Marroquinarias	2

Fonte: Município do Funchal

No que toca aos *stands*, a esmagadora maioria são ocupados por produtos hortofrutícolas (34) e 7 deles por artesanato e produtos regionais.

O Mercado da Penteada localiza-se no Caminho da Penteada, fora da área de estudo, numa localização periférica do Funchal. A oferta deste mercado compreende um total de 24 lojas, em que 16 estão em funcionamento e 8 estão vagas ou em concurso.

Fig. 135 Nº de lojas em funcionamento do Mercado da Penteada, por atividade, em 2014

Atividades	Nº
Bancos	1
Pronto-a-vestir/calçado	2
Tabacaria	1
Cabeleireiro	1
Estação correios	1
Produtos hortofrutícolas	5
Snack-bar	1
Telecomunicações	1
Produtos agrícolas	1
Retrosaria	1
Minimercado	1

Fonte: Município do Funchal

As lojas em funcionamento abarcam um leque relativamente variado de atividades, das quais se destaca os produtos hortofrutícolas (5 lojas) e pronto-a-vestir/calçado (2 lojas), como as mais representativas.

3.3 Estabelecimentos Encerrados: Indicador de "Desvitalização"

Verificou-se, através de contagem efetuada no passado mês de julho que a área de estudo possui um total de 296 espaços encerrados nos pisos térreos.

Fig. 136 Arruamentos com estabelecimentos encerrados na área de estudo, em 2014

ARRUAMENTOS	Nº Enc.	ARRUAMENTOS	Nº Enc.
Rua da Carreira	32	Rua dos Murças	3
Rua dos Ferreiros	21	Largo do Chafariz	3
Rua das Pretas	14	Rua Câmara Pestana	3
Rua 31 de Janeiro (até Ponte do Torreão)	12	Rua Ornelas	2
Rua da Conceição	12	Rua Direita	2
Rua dos Netos	11	Rua Nova de São Pedro	2
Rua Major Reis Gomes	9	Rua Ivens	2
Rua do Carmo	9	Rua das Fontes	2
Rua dos Tanoeiros	9	Rua do Seminário	2
Rua das Cruzes (sul)	6	Rua dos Barreiros	2
Rua de São Pedro	6	Rua Latino Coelho	2
Rua Bela de São Tiago	6	Rua João Tavira	2
Rua Serpa Pinto	6	Rua da Alegria	2
Rua do Esmeraldo	6	Rua Conde Canavial	2
Rua das Dificuldades	5	Rua do Bom Jesus	2
Rua 5 de Outubro (até Ponte do Torreão)	5	Travessa do Freitas	2
Rua das Hortas	5	Avenida do Mar	1
Rua João de Deus	5	Rua Dr. Fernão de Ornelas	1
Rua do Surdo	5	Rua Ponte de São Lázaro	1
Rua da Queimada de Cima	5	Beco de Santa Emília	1
Avenida Zarco	5	Rua Nova da Alegria (oeste)	1
Rua da Mouraria	4	Rua Portão de São Tiago	1
Tv do Rego	4	Rua Conselheiro José Silvestre Ribeiro	1
Rua de Santa Maria	4	Largo do Phelps	1
Rua da Alfândega	4	Rua Mary Jane Wilson	1
Rua da Queimada de Baixo	4	Rua Dom Carlos I	1
Rua do Castanheiro	4	Rua do Arcipreste	1
Rua Dr. Brito Câmara	3	Rua Brigadeiro Oudinot	1
Rua Brigadeiro Couceiro	3	Largo dos Lavradores	1
Rua dos Aranhas	3	Largo do Pelourinho	1
Largo Severiano Ferraz	3	Rua da Infância	1
Rua da Ponte Nova	3	Travessa dos Açougues	1
Rua Elias Garcia	3	Rua da Sé	1
Rua Alferes Veiga Pestana	3	Rua do Aljube	1
Rua do Sabão	3	Travessa do Forno	1

Se somarmos este valor ao total de espaços em funcionamento (2251), pode-se afirmar que existem pelo menos 11,6% de espaços vagos, nos quais já existiu atividade comercial.

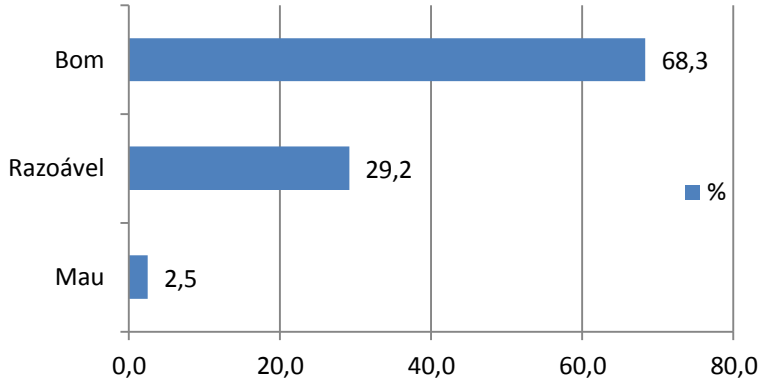
A Rua da Carreira é o arruamento da área de estudo que possui mais estabelecimentos encerrados (32), no entanto, os seus 690 m de extensão fazem com que a dispersão seja grande, não sendo possível afirmar que o número seja muito elevado. Situação semelhante é verificada na Rua dos Ferreiros, com uma extensão de 585 m e 21 espaços por ocupar. A Rua das Pretas possui 14 espaços fechados, o que para os seus 162 m, é já considerável e denota um certo abandono. Seguem-se a Rua 31 de Janeiro (até à Ponte do Torreão) e a Rua da Conceição, cada uma com 12 encerrados. Na mesma linha, com 11 fechados, está a Rua dos Netos. Refira-se também a Rua Major Reis Gomes, Rua do Carmo e Rua dos Tanoeiros, cada uma com 9 espaços desocupados.

Em oposição, destacam-se algumas artérias que não têm qualquer espaço encerrado, pelo menos no piso térreo, tais como a Avenida Arriaga, Rua do Bispo, Rua Dr. António José de Almeida, Rua da Cooperativa Agrícola do Funchal, Rua do Bispo e Rua da Praia. Estes arruamentos têm a particularidade de se situarem bem no núcleo central da área de estudo. Outros arruamentos com boa dinâmica comercial têm apenas um espaço vago, nomeadamente a Rua Dr. Fernão de Ornelas, Avenida do Mar e das Comunidades Madeirenses, Rua Dom Carlos I e Rua do Aljube.

3.4 Retrato dos espaços comerciais

Os 120 inquéritos efetuados aos estabelecimentos da área de estudo permitiram conhecer melhor as características dos estabelecimentos nela contidos. Note-se que os questionários foram realizados aos 3 grupos de atividades mais representativos: escritórios, restauração e bebidas e pronto-a-vestir e similares.

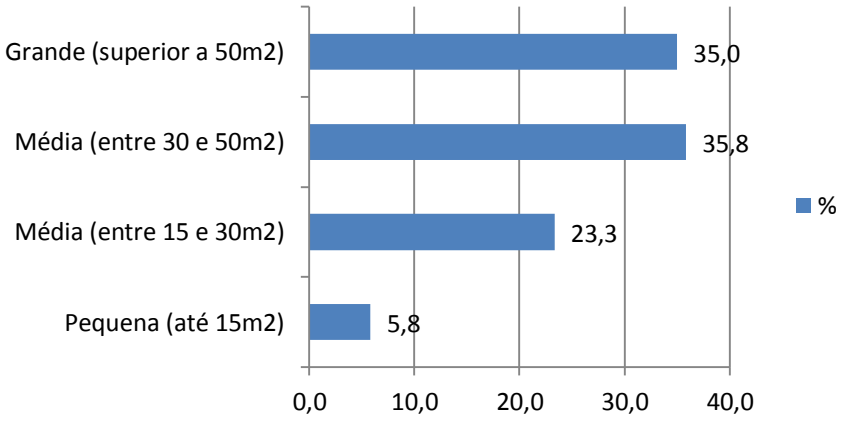
Fig. 137 Estado de conservação dos estabelecimentos (%)



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

A generalidade dos estabelecimentos apresenta um bom estado de conservação (68%), sendo que apenas 2,5% foi classificado como mau.

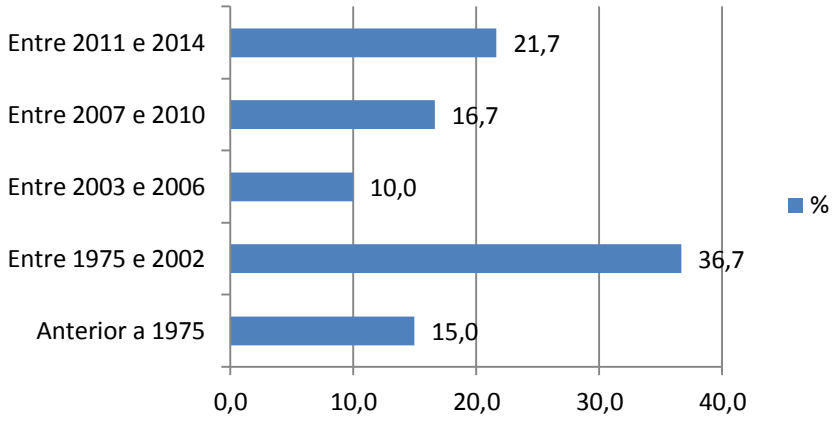
Fig. 138 Área dos estabelecimentos (%)



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

No que toca a áreas, a predominância vai para a média e grande dimensão (superior a 30 m^2), com 35% para grande dimensão e 35,8% para a média (entre 30 e 50 m^2).

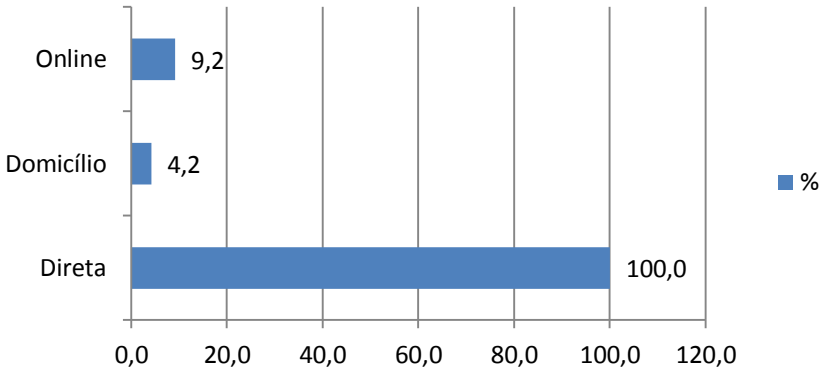
Fig. 139 Ano de abertura dos estabelecimentos (%)



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Verificou-se que cerca de 22% dos espaços abriram entre 2011 e 2014, ao passo que quase 17 % abriu entre 2007 e 2010. 15% dos espaços tiveram a sua abertura em anos anteriores a 1975. Poder-se-á dizer, pelo menos entre os estabelecimentos inquiridos, que estes são relativamente recentes.

Fig. 140 Sistema de venda dos estabelecimentos (%)



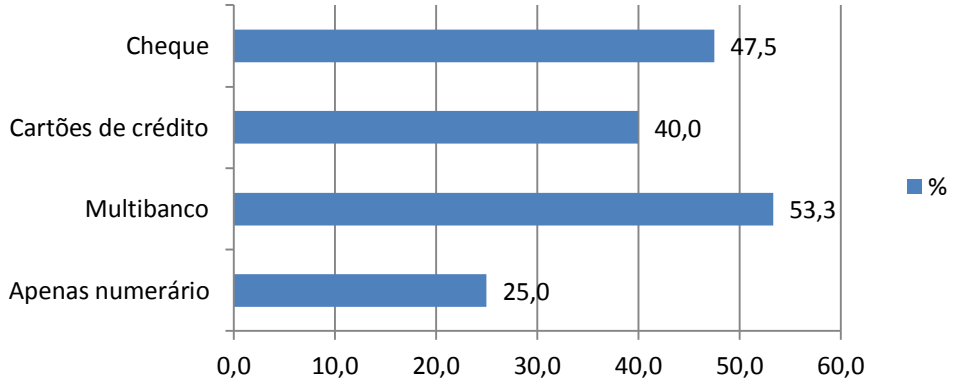
Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Todos os espaços inquiridos usam a forma direta de venda ou de prestação de serviços. No entanto, apenas 9,2% efetua vendas *online* e só 4,2% faz vendas ou presta serviços ao domicílio.

No que toca à existência de base de dados informática de clientes, 59% ainda não a possui, notando-se aqui uma certa relutância na utilização das tecnologias de informação, apesar de muitos estabelecimentos serem recentes.

Quanto à existência de cartão de fidelização de clientes, a esmagadora maioria (96,7%) não o detém, sendo que apenas 4 dos 120 estabelecimentos o possuem.

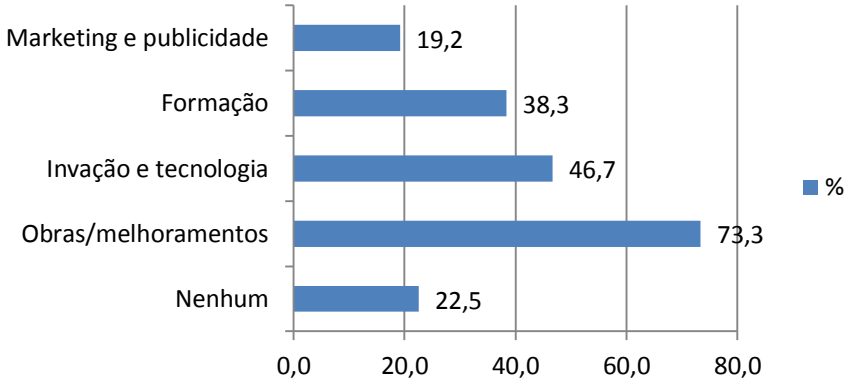
Fig. 141 Meios de pagamento disponíveis (%)



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Quanto aos meios de pagamento disponíveis, salienta-se que 25% dos inquiridos só aceitam numerário, não dispondo de outro meio de pagamento. Dentro daqueles que possuem outros meios de pagamento, 53% dispõem de terminal multibanco, 40% aceitam cartões de crédito e 47,5 % aceitam cheque.

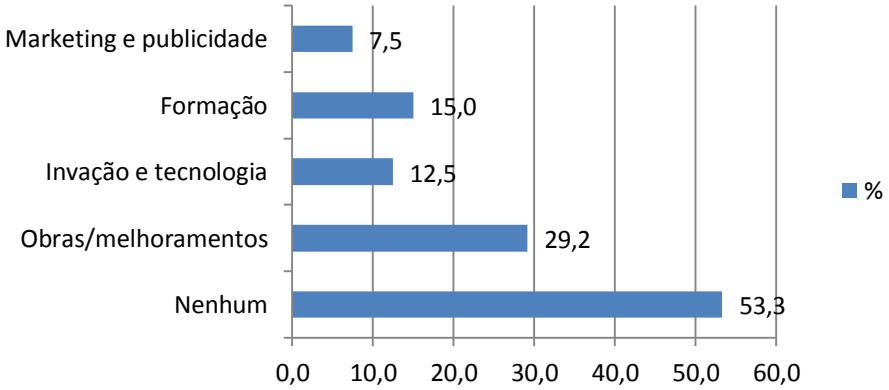
Fig. 142 Tipos de investimentos realizados nos últimos 10 anos (%)



Fonte: Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Nos últimos 10 anos, 22,5% dos inquiridos não realizou qualquer tipo de investimento, enquanto que, dentro daqueles que o fizeram, destaca-se as pequenas obras e melhoramentos (73,3%).

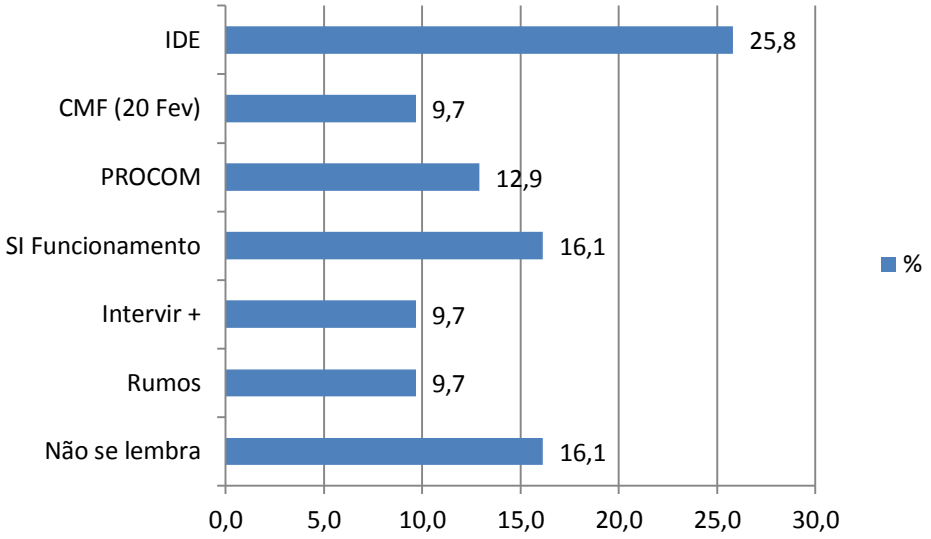
Fig. 143 Tipos de investimentos previstos a curto/médio prazo (%)



Mais de metade dos estabelecimentos não pretende realizar nenhum investimento a curto/médio prazo, sendo que as pequenas obras e melhoramentos estão no horizonte de 29,2% e a aposta na formação na mira de 15%.

Quando questionados sobre se beneficiaram de apoios por parte de programas, verificou-se que apenas 25,8% o tiveram, contra 74,2% que não beneficiaram.

Fig. 144 Programas de apoio ao comércio e serviços (%)



Fonte:

Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Quanto àqueles que beneficiaram de apoios, destaca-se o apoio do IDE (25,8%) e do SI Funcionamento (16,1%). Verifica-se que 16,1% não se lembra de qual o apoio recebido.

4. Comportamento Evolutivo da Oferta

Depois da análise à oferta existente na área de estudo, importa agora verificar como evoluiu essa mesma oferta. Os dados foram tratados de forma a conhecer a tendência dos últimos 8 anos para cada grupo de atividade existente na área de estudo. Para o ano de 2006 foram usados os dados para a freguesia da Sé, uma vez que na altura só esta estava completamente coberta pela Carta de Comércio e Serviços do Município.

Fig. 145 Evolução do nº de estabelecimentos, entre 2006 e 2014

Tipo	2014*	2012	2010	2008	2006**
Serviços	1402	1374	1291	1179	1216
Comércio	849	939	934	892	934
TOTAL	2251	2313	2225	2071	2150

*Maio de 2014

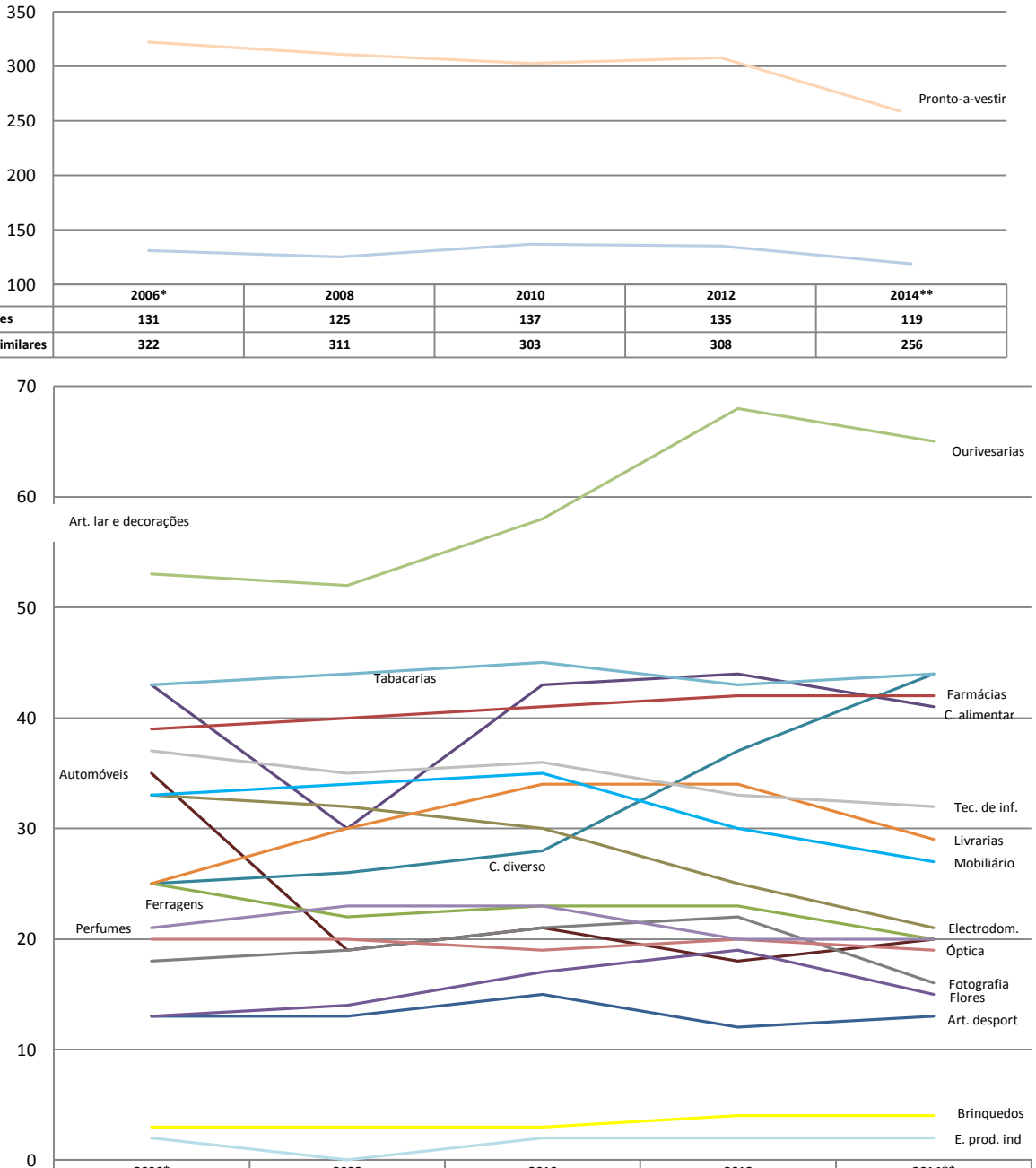
** Freguesia da Sé

Fonte: Município do Funchal

Quando se fala do setor do comércio na área de estudo, este apresenta um comportamento de ligeira descida entre 2006 e 2008. Ora, a área de estudo é delimitada a oeste pela Rua Dr. Brito Câmara, sendo que a freguesia da Sé prossegue até à Ponte do Ribeiro Seco, ficando de fora a Avenida do Infante, Rua Carvalho Araújo, Rua do Favila e Rua Imperatriz Dona Amélia, entre outros pequenos arruamentos com alguma dinâmica comercial, sendo esta, em princípio a explicação para a descida. Registaram-se ligeiras subidas até 2012, caindo a partir desse ano até 2014. Esta queda de 62 estabelecimentos dos últimos dois anos parece vir a reboque de uma tendência de descida, acentuada mais recentemente para o grupo do pronto-a-vestir e similares.

No que toca aos serviços, nota-se que a evolução do número de estabelecimentos tem sido positiva ao longo do período em estudo, passando de 1216 em 2006, para 1402 em 2014. De 2006 para 2008 há uma pequena variação negativa de 37 estabelecimentos. A explicação dada acima da diferença entre a área de estudo e a Sé poderá ter alguma influência, dado que não estão contempladas todas as artérias com dinâmica no que toca sobretudo aos grupos da restauração e bebidas, hotelaria e agências de viagens e similares.

Fig. 146 Evolução do nº de estabelecimentos de comércio, por tipos, 2006 a 2014



	2006*	2008	2010	2012	2014**
Art. lar e decorações	131	125	137	135	119
Pronto-a-vestir e similares	322	311	303	308	256

	2006*	2008	2010	2012	2014**
Art. desportivos	13	13	15	12	13
Automóveis e acess.	35	19	21	18	20
Brinquedos	3	3	3	4	4
Comércio alimentar	43	30	43	44	41
Comércio diverso	25	26	28	37	44
Electrodom. e similares	33	32	30	25	21
Equip. e prod. Industriais	2	0	2	2	2
Farmácias e art. de saúde	39	40	41	42	42
Ferragens e construção	25	22	23	23	20
Flores, prendas	13	14	17	19	15
Fotografia	18	19	21	22	16
Livrarias e papelarias	25	30	34	34	29
Mobiliário e equip. de escrit.	33	34	35	30	27
Óptica	20	20	19	20	19
Ourivesarias e relojoarias	53	52	58	68	65
Perfumes e cosméticos	21	23	23	20	20
Tabacarias	43	44	45	43	44
Tec. de inf. e comunicação	37	35	36	33	32

*Maio de 2014 ** Freguesia da Sé Fonte: Município do Funchal

O grupo das ourivesarias apresenta um comportamento tendencialmente de subida, a qual foi de 10 espaços entre 2010 e 2012. Não esquecer que as lojas de compra e venda de ouro estão incluídas neste grupo e que foi nestes anos que surgiram em força, devido à subida da cotação do ouro.

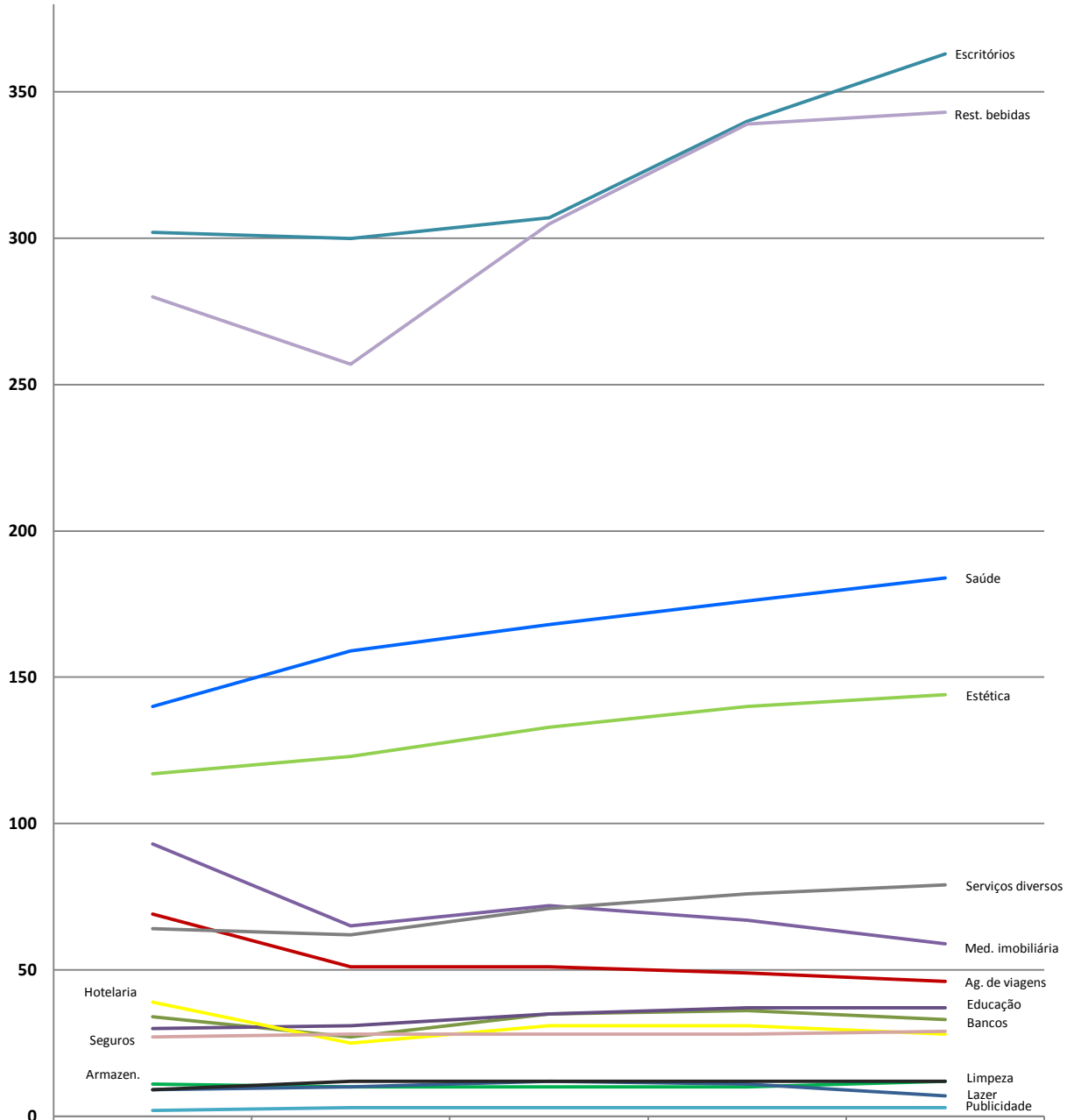
O comércio diverso segue também a subir ligeiramente, por força de algumas retrosarias e lojas de produtos esotéricos surgiram no período em causa.

Outro destaque vai para o comércio alimentar, que depois de uma descida de 10 unidades entre 2006 e 2008, ganha nos dois anos seguintes 12 espaços. O surgimento de novos espaços denominados por lojas *gourmet*, incluindo frutaria juntamente com produtos alimentares dietéticos e mais requintados, muitas vezes também com garrafeira, parece explicar esta subida.

A maior descida é verificada nas lojas de pronto-a-vestir, com um saldo negativo de 62 espaços em 8 anos, com a maior queda a se notar nos últimos dois anos (52 lojas). Esta maior descida recente pode advir do fecho do centro comercial Tavira e também da crescente desertificação do centro comercial Marina *Shopping*. Também a descer, embora mais ligeiramente, está o grupo dos artigos lar e decorações, com uma quebra de 16 lojas em dois anos

Os restantes grupos apresentam um comportamento muito semelhante para os vários anos, com variações muito pouco significativas.

Fig. 147 Evolução do nº de estabelecimentos de serviços, por tipos, 2006 a 2014



	2006	2008	2010	2012	2014
Ag. de viagens e sim.	69	51	51	49	46
Armazenagem	11	10	10	10	12
Bancos	34	27	35	36	33
Educação	30	31	35	37	37
Escritórios	302	300	307	340	363
Estética	117	123	133	140	144
Hotelaria	39	25	31	31	28
Lazer	9	10	12	11	7
Limpeza	9	12	12	12	12
Mediação imobiliária	93	65	72	67	59
Publ. e artes gráficas	2	3	3	3	3
Restauração e bebidas	280	257	305	339	343
Saúde	140	159	168	176	184
Seguros	27	28	28	28	29
Serviços diversos	64	62	71	76	79

*Maio de 2014 ** Freguesia da Sé Fonte: Município do Funchal

No que diz respeito aos vários grupos de atividades de serviços, de um modo geral verifica-se uma certa constância, com uma ligeira tendência de subida do número de estabelecimentos. No entanto, existem algumas exceções, caso da restauração e bebidas, que tem vindo a ter um crescimento médio de 14 espaços por ano, desde 2008 até à atualidade. A mesma tendência segue o grupo dos escritórios e da saúde, com uma subida gradual ao longo destes anos. Com subidas ligeiras temos grupos como a estética.

A nível de descida do número de estabelecimentos, para o setor dos serviços, são muito pouco significativas, destacando-se apenas o grupo da mediação imobiliária, que tem vindo a perder alguns estabelecimentos desde 2010, muito provavelmente em linha com a crise do setor imobiliário.

A nível global, o comportamento do comércio e serviços da área de estudo foi de queda entre 2006 e 2008, invertendo a tendência até 2012, para voltar a cair desde aí até 2014. No entanto, não se trata de uma quebra acentuada, sendo que é causada sobretudo pelas lojas de pronto-a-vestir e similares, essas sim com uma descida recente e com números mais ou menos expressivos.

5. Perfil do Empresário

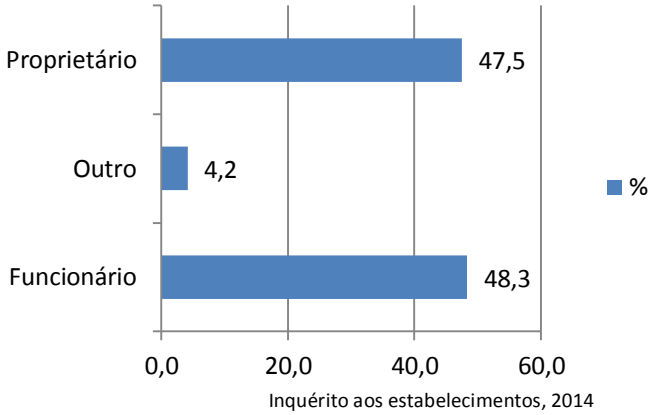
Os novos hábitos de consumo, materializados pelos gostos e hábitos dos clientes, exigem uma reação e resposta adequada por parte dos empresários. A evolução e o desenvolvimento do comércio dependem em grande medida dos empresários do setor comercial, assim como da sua capacidade de adaptação à mudança. Pelo seu carácter dinâmico, mas sobretudo pela necessidade permanente de adaptação a novos produtos e mercados, o empresário é tradicionalmente uma das figuras mais importantes nas trocas comerciais.

É ele, numa primeira fase, quem primeiro contata com as novas realidades que, mais do que meramente conhecer, ele tem de saber trabalhar e controlar, sob pena de ser ultrapassado pela concorrência. Por outro lado, para além deste caráter inovatório, que obriga o comerciante a uma evolução constante, o comércio obriga os seus agentes a uma permanente busca de novas formas de trabalhar.

Perante o visitante, o comerciante é a primeira cara e contato que se encontra no novo espaço, podendo dele depender a imagem de marca de uma determinada terra ou região. A modernização de espaços é sempre desejável numa loja comercial. A disposição dos produtos e a sua exposição ao público, bem como a curva de preços que altera os equilíbrios e a forma de relacionamento com fornecedores e clientes, faz do empresário do comércio uma entidade em constante dinâmica.

Com a finalidade de descortinar algumas caraterísticas do empresário com estabelecimentos na área de estudo, incluiu-se no inquérito algumas questões que mostram aspetos relacionadas com os estabelecimentos e o seu explorador, sendo importante afirmar que a esmagadora maioria aceitou prontamente responder ao questionário, mostrando até um certo contentamento pelo interesse do município nos assuntos que aos comerciantes diz respeito.

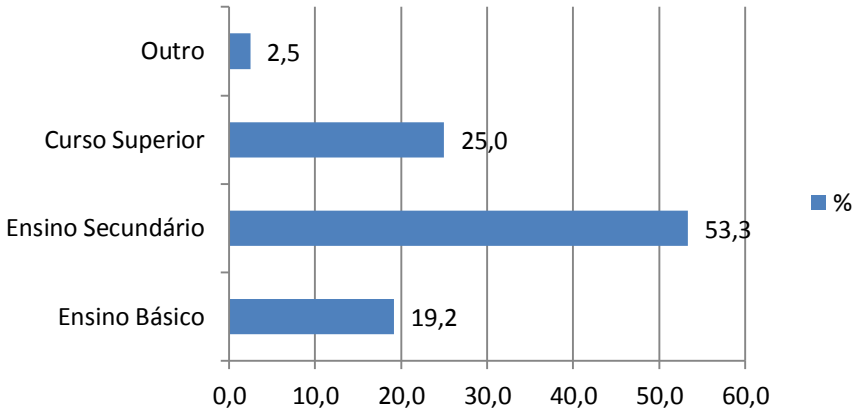
Fig. 148 Situação do inquirido



Inquérito aos estabelecimentos, 2014

Primeiramente, atente-se que houve um grande equilíbrio entre respostas dadas por funcionários e proprietários, em que 48,3% foram funcionários e 47,5% são proprietários.

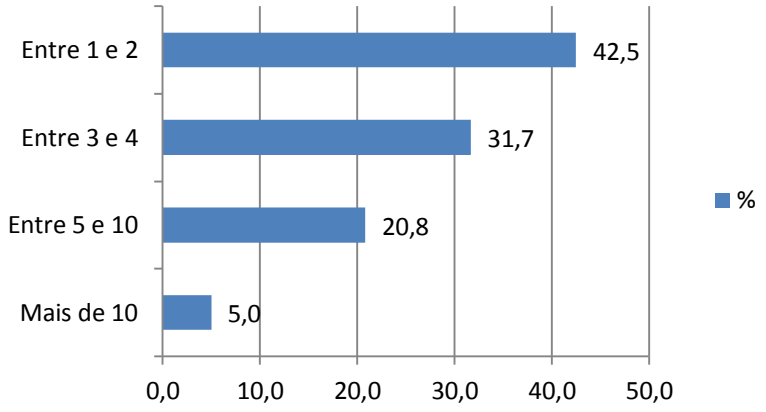
Fig. 149 Habilitações do inquirido



Inquérito aos estabelecimentos, 2014

No que toca às habilitações dos inquiridos, predomina o ensino secundário com 53,3%, com o ensino básico a representar apenas 25%.

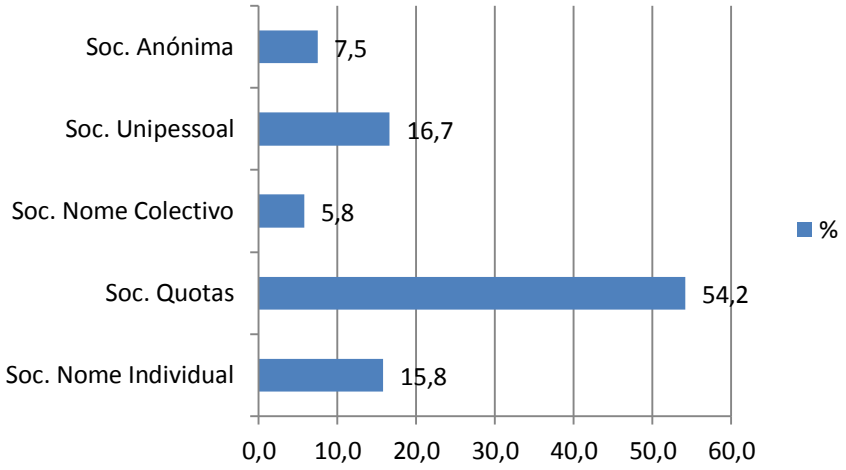
Fig. 150 Nº de pessoas ao serviço



Quanto ao nº de pessoas ao serviço, depreende-se que na sua maioria (42,5%) trabalham nos estabelecimentos inquiridos, uma a duas pessoas, sendo que em apenas 5% dos espaços trabalham mais de 10 pessoas.

Outro dos factos constatados é que na sua grande maioria (70%), os empresários possuem apenas um estabelecimento, sendo que os 30% restantes, são donos de apenas mais um espaço.
É também notório que quase todos os espaços (82,5%) são da posse do empresário, com 17,5% dos estabelecimentos a terem o regime de arrendamento.

Fig. 151 Forma jurídica da empresa



Inquérito aos estabelecimentos, 2014

A forma jurídica da empresa foi outra das questões que fazem parte do questionário realizado na área de estudo e que indica que mais de metade das empresas são sociedades por quotas e que existe um equilíbrio entre as sociedades unipessoais e as sociedades em nome individual (cerca de 16% cada).

SÍNTESE DO CAPÍTULO III CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA

O município conta com uma oferta diversificada de atividades, com destaque para o grupo dos serviços, que oferece 62% de estabelecimentos em contraste com os 38% do comércio. Neste, a predominância vai para o pronto-a-vestir e similares, com 374 lojas. No que toca aos serviços, as atividades enquadradas no grupo da restauração e bebidas, lideram com 953 estabelecimentos, seguida pelos escritórios com 493.

A área de estudo, em oposição ao município, apresenta como grupo de atividade mais pujante os escritórios (363 unidades), embora seguida de perto pela restauração e bebidas com 343 estabelecimentos. A nível de comércio, volta a destacar-se o pronto-a-vestir e similares (256 lojas) em consonância com o total para o município. Note-se que, percentualmente, não existe variação entre o comércio e serviços da área de estudo e do município.

Pode-se então a afirmar que o resto do município espelha o que se passa da área de estudo, excetuando os grupos dos automóveis e acessórios, reparações, equipamentos e produtos industriais e ferragens e construção, cujo número de espaços é superior fora da dela.

As lojas integradas em centros comerciais têm um peso de 14% na oferta de comércio e serviços da área de estudo, destacando-se o *Dolce Vita* que detém o maior número de lojas em funcionamento. A abertura deste centro, assim como do Fórum Madeira parece não ter danificado a restante oferta comercial da área de estudo e do Município. No caso do *Dolce Vita*, os dados revelam que houve algum dinamismo comercial na envolvente oeste da área de estudo.

O Mercado dos Lavradores, espaço comercial emblemático da cidade, é mais do que uma concentração de vendedores de fruta e de peixe, funcionando também como um dos pontos de interesse turístico da cidade do Funchal. O turismo poderá ser um garante da sustentabilidade dos comerciantes do mercado, visto que os roteiros turísticos compreendem uma visita a esse espaço.

O maior número de espaços encerrados regista-se na parte norte da área de estudo. No entanto, verifica-se que a Rua Major Reis Gomes e a Rua dos Tanoeiros, apesar da localização na metade sul da área de estudo, têm um número já significativo de espaços encerrados. A Rua dos Tanoeiros poderá estar a sofrer as consequências negativas das obras nas fozes das ribeiras de Santa Luzia e João Gomes, desincentivando, pelo menos temporariamente, o investimento nesta faixa devido a uma provável quebra de vendas das lojas comerciais aí existentes.

Parece haver uma correlação entre os arruamentos com poucos ou nenhuns espaços encerrados e a maior presença de estabelecimentos de restauração e bebidas, casos da Rua Dr. Fernão de Ornelas, da Avenida Arriaga e mesmo da Rua Dr. António José de Almeida, onde a presença de cafés e restaurantes preenche uma boa parte da oferta.

O setor dos serviços apresenta um comportamento evolutivo positivo, animado pelas subidas dos estabelecimentos de restauração e bebidas, escritórios e do grupo da saúde. O comércio está em ligeira quebra, sobretudo devido ao fecho de lojas de pronto-a-vestir e similares.

No cômputo geral, poder-se-á dizer que nos anos da “crise”, a tendência de encerramento em parte foi compensada com novas aberturas, notando-se até uma reanimação em alguns grupos de atividades, sobretudo de serviços de restauração e bebidas.

Quanto aos espaços físicos ocupados por estabelecimentos, geralmente de média dimensão, apresentam um bom estado de conservação e são relativamente recentes, embora coexistam algumas lojas já centenárias. Nota-se que tendencialmente há muita resistência à introdução dos serviços e vendas *online*,

pios, muitos dos espaços não possuem sequer base de dados informática de clientes, evidenciando algum desinteresse, ou mesmo comodismo.

Os investimentos realizados nos últimos 10 anos foram de pequena monta, resumindo-se a "uma pintura" e pequenos melhoramentos, exceto aqueles que beneficiaram de apoios de programas de urbanismo comercial. Estes foram, segundo o inquérito, apenas 25,8% e que indicia que existe um desaproveitamento das oportunidades de apoio.

De acordo com o mesmo inquérito, no que toca ao perfil do empresário, é possível inferir que estes possuem tendencialmente como escolaridade média o ensino secundário, têm somente um estabelecimento, do qual são proprietários, relegando para segundo plano o arrendamento. Nesse espaço trabalham uma a duas pessoas, inseridas em empresas com a forma jurídica de sociedade por quotas.

A oferta de comércio e serviços no Funchal apesar de variada parece estar a sofrer os efeitos de algum sobredimensionamento, sobretudo no que toca ao ramo do pronto-a-vestir. Este ramo do comércio estará a sofrer um reajustamento à procura existente sofrendo alguns encerramentos aos quais não será alheia a existência de um número razoável de lojas de baixo preço e o fraco poder de compra dos consumidores.

É de salientar também, que o aumento do número de estabelecimentos de restauração e bebidas, poderá também, muito em breve, chegar ao ponto em que a oferta se torna excessiva, passando, a partir daí, para um período de ajuste à procura, resultando em alguns encerramentos.

São os escritórios os líderes da oferta na área de estudo, a subir em número de espaços desde 2008. Acaba por ser um indicador de vitalidade dos serviços do Funchal, com ramificação para o comércio, se tivermos em conta que muitos desses escritórios funcionam como apoio a empresas que possuem um ou vários estabelecimentos comerciais.

CAPÍTULO IV
CARACTERIZAÇÃO DA PROCURA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

CAPÍTULO IV CARACTERIZAÇÃO DA PROCURA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

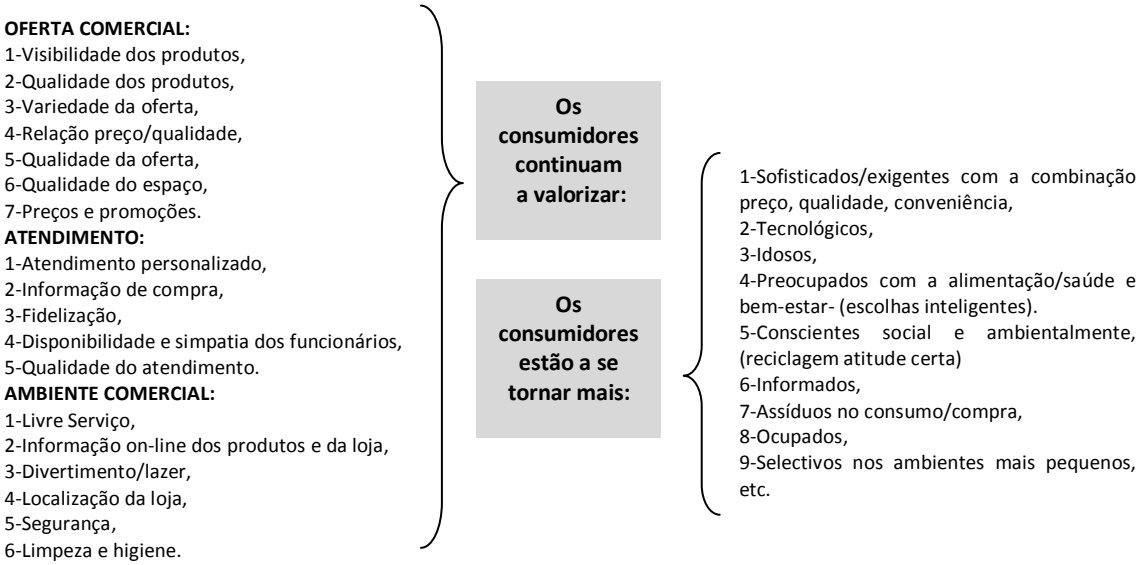
1. Fundamentos da Procura

" Ser consumidor é ser humano (…) é alimentar-se, vestir-se, divertir-se (…) é viver." (Karsaklian, 2000). São as necessidades físicas e psíquicas do ser humano que criam e desenvolvem a procura de bens e serviços e são as variáveis do comportamento (a motivação, a atitude e as características do individuo) que determinam a compra. A cultura e o comércio ao longo dos tempos permitiram alianças, enriqueceram cidades e incentivaram ao conhecimento.

As necessidades de consumo variam consoante a condição humana, no espaço e no tempo pelo que compreender este ponto, é importante para adequar a oferta à procura. Para tal, é necessário estar atento às novidades do setor do comércio e serviços como sejam a incorporação de TIC, serviços intensivos em conhecimento e comércio multicanal que utiliza os dispositivos móveis dotados de *internet*. O que importa é concentrar-se no consumidor e aumentar os pontos de contato com ele, interagir com o cliente ainda que de forma indireta. O novo consumidor é utilizador "conectado", que antes de comprar, estuda o produto.

As atuais tendências dos consumidores europeus são diferentes das que existiam há cinco décadas. Na análise destas mudanças devem considerar-se fatores como a evolução do rendimento das famílias, a evolução para um consumo mais exigente, a globalização, as inovações tecnológicas e as alterações sociodemográficas. De acordo com Cachinho (2002) os consumidores não correspondem mais ao perfil de mero espetador que assiste passivamente ao desfile da mercadoria. Ao mesmo tempo, a reação dos comerciantes mostra-se positiva na criação de estratégias de posicionamento das empresas, na inovação ao nível do formato das lojas, na prestação de serviços de apoio ao cliente e na ambiência das lojas. Todo o espaço comercial deve ser orientado para a satisfação do consumidor.

Fig.152 Dados sobre o consumidor



Fonte: Município do Funchal

Os consumidores percecionam que o setor precisa de mudar. Há que melhorar o atendimento, modernizar os estabelecimentos, ajustar horários de forma a compatibilizar a oferta comercial com a atividade profissional, a diversidade e variedade de produtos e a animação de rua.

Na atualidade já não é suficiente para o consumidor que o produto/serviço seja de qualidade, ele procura o exclusivo, o produto original, criativo e diferente. O público exigente cada vez mais espera encontrar estas caraterísticas em tudo o que consome. Fala-se de uma economia que tem de se tornar criativa

A fronteira entre a oferta e a procura de bens e serviços dos diferentes grupos presentes no território pode se tornar ténue. Ela evidencia-se sobretudo nos aspetos afetivos e emocionais o que possibilita trabalhar nichos de mercado, desenvolver produtos/serviços e adaptar conceitos de marketing. A área de estudo terá sempre uma imagem que resulta do conjunto de todas as componentes que o caracteriza e o constitui e ainda, da "ideia" que se quer transmitir e pela qual queremos ser identificados.

Quais são então os potenciais consumidores do comércio da cidade do Funchal – Os *Stakeholders*? Há que considerar o estatuto/condição de cada individuo no território para perceber as suas especificidades. Obter o perfil tipo do consumidor é fundamental para perceber a influência que exercem sobre o território e em que medida este poderá se adaptar às necessidades criadas. Foram identificados três grande grupos de consumidores, que constituem a procura atual: Os residentes, os emigrantes e os turistas/visitantes.

2. O Residente

Para o residente, no essencial interessa promover as necessidades fundamentais de alimentação, vestuário e calçado, cidadania, saúde, educação, formação, segurança, proteção, cultura, transportes, lazer e habitação. A existência de serviços de estado, assim como a predominância do setor privado no centro do Funchal, atrai população de outros concelhos que aproveitam para fazer compras. A terciarização domina no centro e são muitos os trabalhadores do setor público e privado. A satisfação das necessidades deste grupo, na jornada de trabalho, prendem-se em grande parte com a alimentação, tendo a oferta se estruturado com estabelecimentos de refeições rápidas e acessíveis.

2.1 Demografia

O mercado regional conta com 263091 indivíduos, potenciais consumidores, sendo que cerca de metade destes residem no Funchal (41,8%). Com 111982 residentes, o Funchal conta diariamente com uma população flutuante, resultante dos movimentos migratórios, para o trabalho e para o estudo. O quadro seguinte mostra alguns números que ilustram esta realidade.

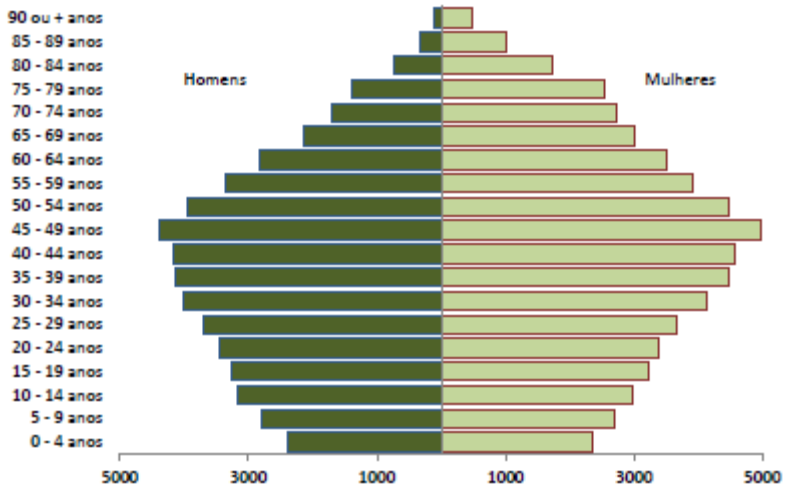
Fig.153 Movimentos pendulares, 2011

Movimentos Pendulares	HM	H	M
Entradas no Funchal	27366	13247	14119
Saídas do Funchal	7335	4176	3159

Fonte: INE – Censos 2011

A população atual tende para o envelhecimento, apresentado um índice de 90,8 idosos por cada 100 jovens. A pirâmide etária do Funchal traduz essa tendência, que se estende a toda a Região.

Fig. 154 Pirâmide etária do Funchal, 2011

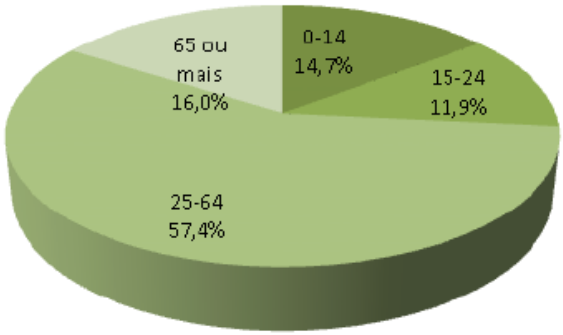


Fonte: INE – Censos 2011

Por grandes grupos etários, verifica-se que a população dos 0 aos 14 anos corresponde a cerca de 15% da população, sendo que a idosa (65 ou mais anos) corresponde a 16% do total populacional. Há uma clara mudança que tende a refletir-se também ao nível dos consumos.

Os estabelecimentos de ensino criam uma dinâmica muito concentrada de jovens com algum poder aquisitivo, que procuram sobretudo alimentação, produtos tecnológicos e espaços para o lazer e o convívio. Por outro lado, os idosos fazem parte de um grupo cada vez maior da população. O centro é o seu lugar de excelência para passear, disfrutar e conviver. Nas compras, elegem o mercado pela tradição, familiaridade e pelos produtos frescos, mas procuram também as grandes superfícies pelas condições, oferecidas, atração por via das inúmeras promoções, preços e variedade de produtos. O comércio tradicional continua a ter a sua importância por via da proximidade e da relação de confiança que se estabelece o que tem como consequência a fidelização.

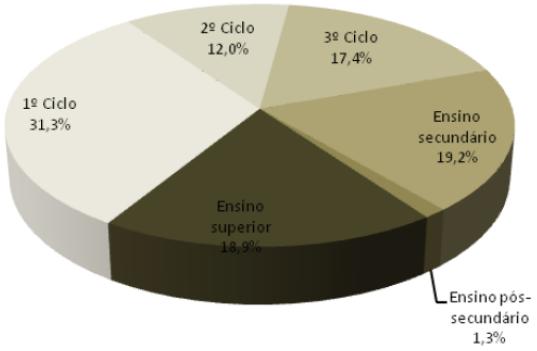
Fig. 155 Residentes por grupos Etários



Fonte: INE – Censos 2011

No que concerne ao grau de instrução, parâmetro igualmente relevante na compreensão dos padrões de consumo, verifica-se que cerca de 31% da população residente do Funchal possui apenas o primeiro ciclo, seguindo-se com 19% o ensino secundário, percentagem semelhante no que respeita ao ensino superior

Fig. 156 População residente, segundo nível de ensino



Fonte: INE – Censos 2011

Do total populacional, 42% são inativos e 58% ativos. O quadro que se segue mostra quais as principais fontes de rendimentos.

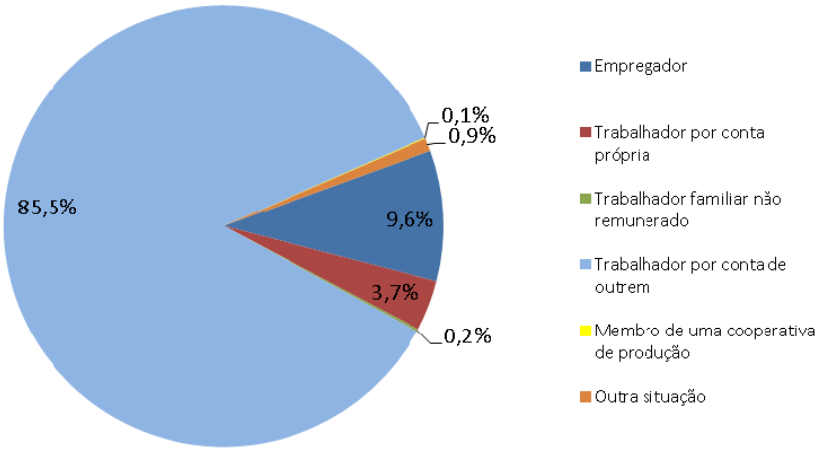
Fig. 157 Principal meio de vida, 2011

Zona Geográfica	Trabalho	Reforma/ Pensão	Subsidio de desemprego	Subsidio por acidente de trabalho ou doença profissional	Rendimento social de inserção	Outro subsídio temporário (doença, maternidade, etc.)	Rendimento da propriedade ou da empresa	Apoio social	A cargo da família	Outro
R. A. Madeira	108106	50185	8984	875	1987	1741	845	1855	41572	7623
Funchal	46789	22367	3655	326	892	663	438	771	16655	2931

Fonte: INE – Censos 2011

Dos ativos, a situação profissional é a seguinte.

Fig.158 Situação na profissão



Fonte: INE – Censos 2011

O ponto 1.3, do capítulo II, completa esta informação

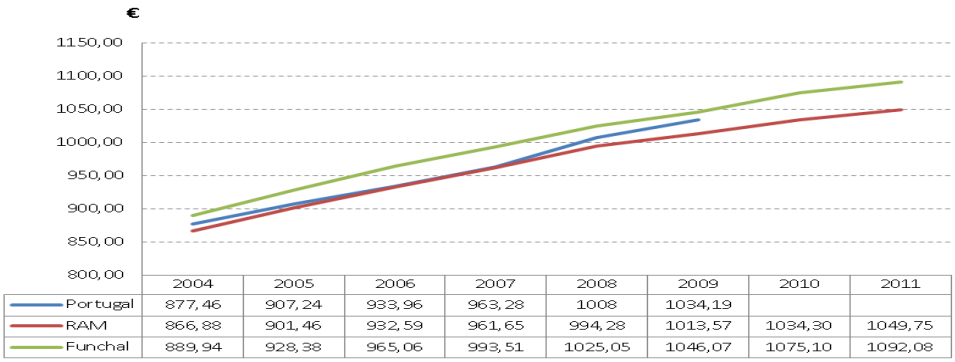
2.2 Rendimento Familiar

No que concerne à despesa familiar, a principal fonte de rendimento das famílias é o trabalho por conta de outrem (60,8%), o maior valor registado a nível nacional. Também é das regiões onde existem mais agregados com pensões (35,5%). No concelho do Funchal, 23,4 % de população residente usufruía de pensão, 3,8% de subsídio de desemprego, 49,9% do trabalho, 17,4% estava a cargo da família e 3,1% outra fonte de rendimento. A RAM apresentava o valor mais baixo a nível nacional de trabalho por conta própria (5,4%).

No município do Funchal cerca de 85,6% são trabalhadores por conta de outrem, valor muito acima da média regional e nacional. Cerca de 9,6 % caracteriza-se como empregador e 3,7% é trabalhador por conta própria valor abaixo da média regional e nacional. A RAM ocupa a quarta posição a nível nacional (num conjunto de sete regiões) na despesa total média por agregado com um valor de 18.586 € sendo a média nacional de 20.391 €.

Nos últimos anos, o ganho médio mensal no Funchal tem vindo a aumentar e a situar-se acima do verificado a nível regional e nacional, rondando em 2012 os 1092 Euros.

Fig. 159 Ganho médio mensal (€), em Portugal, na RAM e no Funchal, entre 2004 e 2011

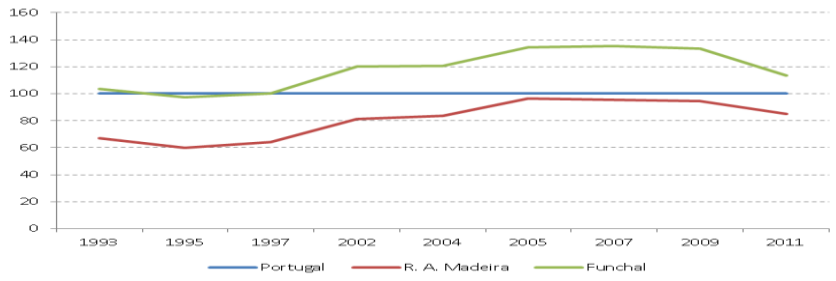


	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Portugal	877,46	907,24	933,96	963,28	1008	1034,19		
RAM	866,88	901,46	932,59	961,65	994,28	1013,57	1034,30	1049,75
Funchal	889,94	928,38	965,06	993,51	1025,05	1046,07	1075,10	1092,08

Fonte: INE - http://www.ine.pt

O comportamento do poder de compra *per capita* na RAM e no Funchal, tendo como referência o poder de compra a nível nacional, tem um comportamento evolutivo e semelhante, com um significativo crescimento desde 1997 e com tendência para declínio desde 2007. No entanto, o poder de compra *per capita* da RAM tem sido substancialmente inferior ao do país, contrariamente ao do Funchal.

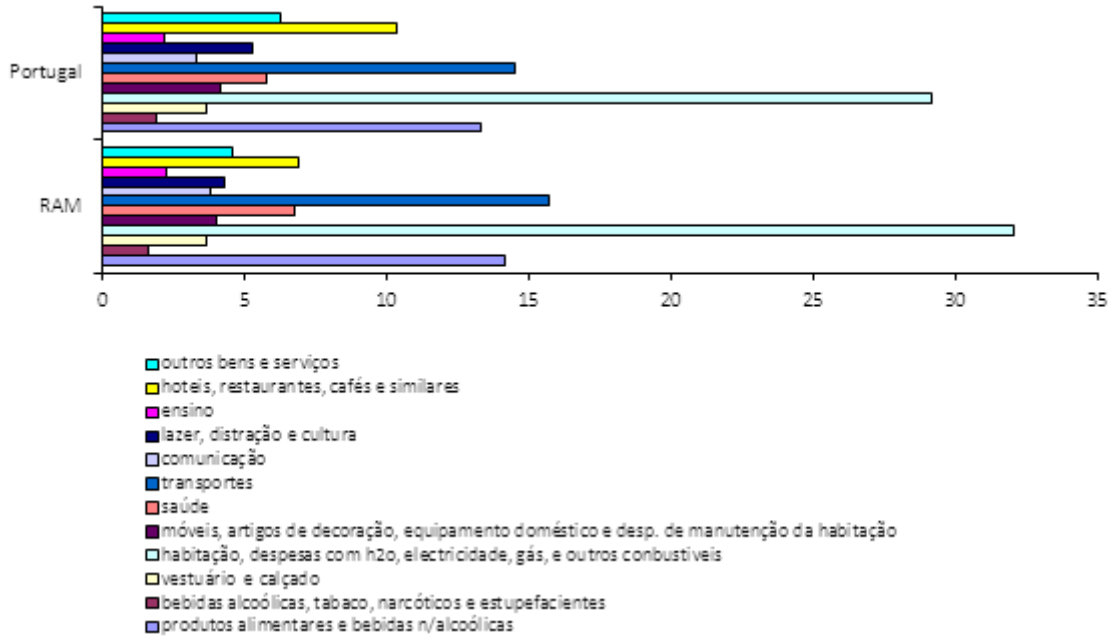
Fig. 160 Poder de compra *per capita* em Portugal, na RAM e no Funchal, entre 1993 e 2011



Fonte: INE, Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio

Os agregados na RAM gastam mais com a habitação (água, luz, eletricidade, gás outros combustíveis), cerca de 32,1% das suas despesas, seguido dos transportes com 15,7%, produtos alimentares e bebidas n/alcoólicas com 14,2%. Gastam menos nas bebidas alcoólicas/tabaco e narcóticos com 1,6%, no ensino com 2,3%, vestuário e calçado com 3,7%.

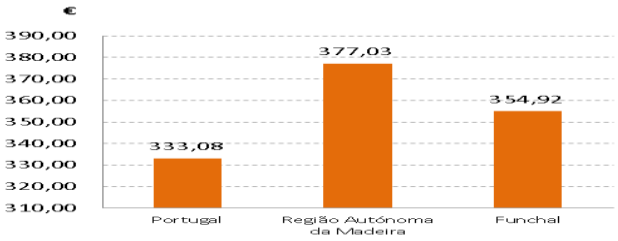
Fig. 161 Distribuição das despesas total anual por agregado familiar, RAM e Portugal – 2010-2011



Fonte de dados: INE – Inquérito às Despesas das Famílias 2010/2011

Comparando os encargos médios mensais com aquisição/arrendamento de habitação, em 2011, o Funchal situa-se num nível intermédio, acima do nacional e abaixo do verificado a nível regional. A nível nacional os agregados com crianças dependentes gastam mais em todas as frentes excetuando-se nas despesas com a saúde que andam em valores idênticos às despesas de agregados sem crianças. Destaca-se que o maior desvio comparativamente aos dois agregados familiares foi verificado nas despesas com os transportes que é substancialmente mais elevada nos agregados com crianças dependentes.

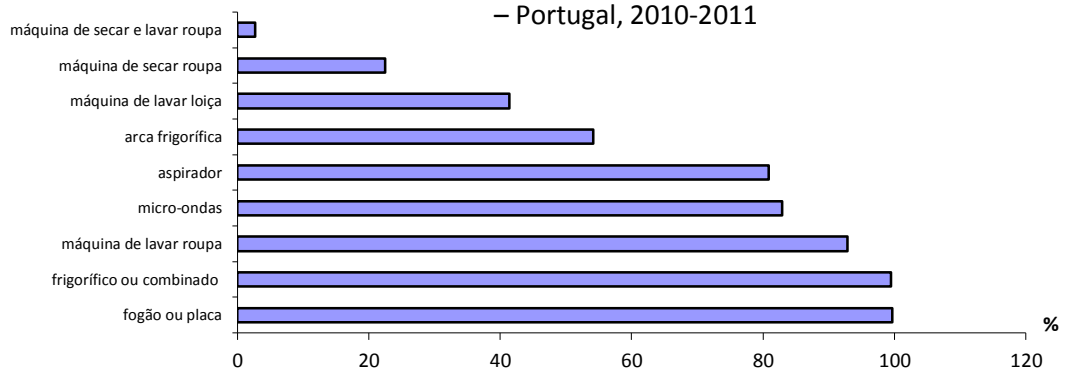
Fig. 162 Encargos médios mensais com aquisição ou arrendamento de habitação (€)em Portugal, RAM e Funchal, em 2011



Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação, 2011

Dados de 2011, mostram que a taxa de risco de pobreza na RAM era de 16,1%, valor superior à média nacional de 14,8%. A Madeira era a quarta região do país com um índice de desigualdade do rendimento total por adulto equivalente. O valor de rendimento monetário e não monetário para a RAM em 2009 era de 79%, e 21% respetivamente. Os rendimentos não monetários desempenharam um papel equalizador de atenuação do fenómeno da pobreza e da exclusão social.

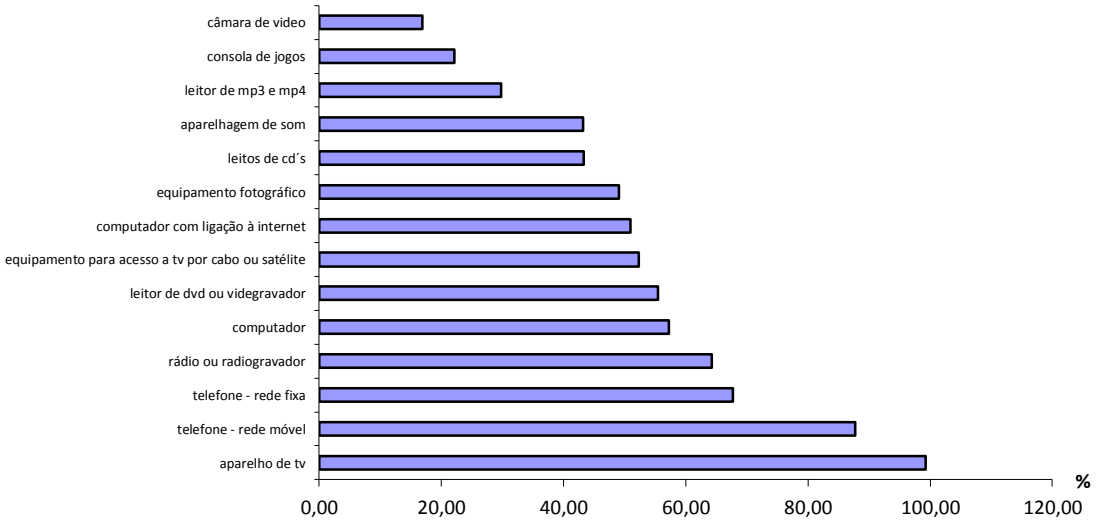
Fig. 163 Agregados familiares com equipamentos de trabalho doméstico – Portugal, 2010-2011



Fonte: INE

Nos equipamentos de comunicação, 52,3% dos agregados familiares possuíam equipamentos para acesso a TV por cabo, 99,3% aparelhos de TV, 87,7% telemóvel e 67,7% telefone fixo.

Fig. 164 Agregados familiares com equipamentos de comunicação e lazer – Portugal, 2010-2011



Fonte: INE

2.3 Mobilidade

O residente na área de estudo, ou nas suas imediações, tende a deslocar-se a pé, diluindo no tempo o ato de fazer compras. É um consumidor assíduo do comércio tradicional e do mercado municipal para as compras diárias, reservando para as grandes superfícies, algumas mais periféricas, as ditas compras por "grosso", aquelas que pesam mais no orçamento familiar. Outros fatores atraem o residente às grandes superfícies, designadamente, a facilidade de acesso e oferta de estacionamento, preços globalmente mais apelativos, variedade e qualidade, promoções, fidelização dos clientes, horários e período de funcionamento mais alargados, com direito a equipamentos de lazer e diversão. A mobilidade é um fator chave em toda esta dinâmica de procura.

Os transportes públicos, não sendo a única alternativa ao automóvel particular, é sem dúvida uma opção forte quando se trata de reduzir os engarrafamentos, o tráfego e a poluição (sonora e atmosférica) no centro da cidade. A redução da utilização do automóvel é vital para a qualidade urbana, mas muito sensível quanto o objetivo é aumentar a afluência de pessoas ao centro e incrementar o consumo no centro. As soluções de transporte multimodal (movimentos de pessoas e/ou mercadorias usando mais do que um modo de transporte articulados) já está incrementada na RAM pela sua condição insular, o que não está enraizado é o conceito em meio urbano.

Segundo dados de 2011, 63,2% da população ativa desloca-se para o trabalho de automóvel ligeiro, 22% de autocarro, 11% a pé, os restantes, noutros modos de transporte. Quanto à população estudantil, o transporte em autocarro sobe para 31%, mas continua a predominar o transporte em automóvel ligeiro, com 40%, 18% vão a pé e os restantes, noutros modos.

Há dados de 2012 da HF que também importa reter. Verificou-se o aumento do tarifário nos últimos anos (15% em 2012 e 2,4% em 2013), foram efetuadas menos 37736 viagens e ocorreu uma redução de 6,3% do número de passageiros transportados.

Nas carreiras regulares verificou-se uma descida na quantidade de títulos de transporte vendidos com exceção dos passes de 15 dias, 30 dias e 12 meses, com subidas de 37,2%, 29,2% e 30,9% respetivamente. A maior descida foi no passe estudante (18,3%), seguida de passe social criança (17,3%), passe combinado (10,4%), passe férias estudante (9,5%), passe social mensal (4,8%) e passe social sénior (4,4%) e um aumento de 9,5% na venda de bilhete de bordo.

De referir o acréscimo da utilização de veículos de duas rodas, designadamente bicicletas e motorizadas, as segundas utilizadas em substituição do automóvel, na maior parte das deslocações diárias. Para além da poupança daqui decorrente, registe-se a facilidade de estacionamento. Estes veículos devem ser encarados como mais uma alternativa às deslocações de curta distância e deve ser equacionada nos estudos económicos e territoriais. O residente aceita bem este meio de transporte sobretudo na vertente do vertente de lazer e do desporto.

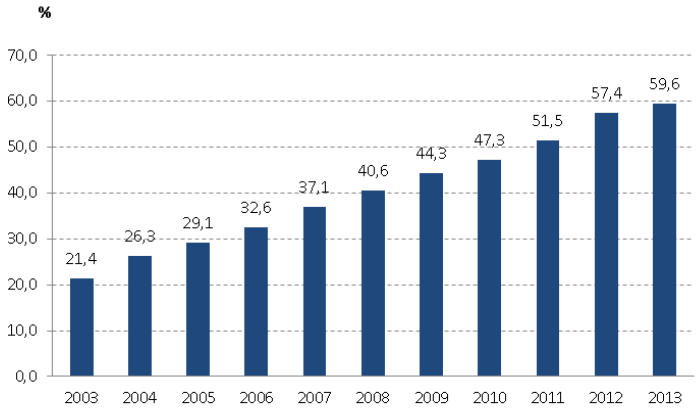
A conjuntura desfavorável atual resultou na redução do número de veículos particulares no centro e uma maior utilização dos transportes públicos, mota e bicicletas e circulação pedonal, mas constata-se que é tida pela população como uma situação transitória na espectativa da melhoria da situação. No entanto, o preço do estacionamento no centro continua a ser um fator dissuasor, com efeitos negativos na dinâmica comercial.

Do ponto de vista comercial, se por um lado é um dado adquirido que a oferta de estacionamento público próximo das lojas contribui para uma melhor acessibilidade, todavia os estudos revelam que o automobilista não é melhor consumidor do que o ciclista ou o utilizador de outro meio de transporte, apenas se prova que os hábitos de consumo e as rotinas são diferentes.

2.4 Outros Indicadores Caraterizadores de Procura

Na RAM, a proporção dos indivíduos, com idade entre 16 e 74 anos, que utilizam *Internet* tem aumentado de forma exponencial nos últimos anos, situando-se, em 2013, em cerca de 60%, antevendo-se que no Funchal possam ser ainda mais.

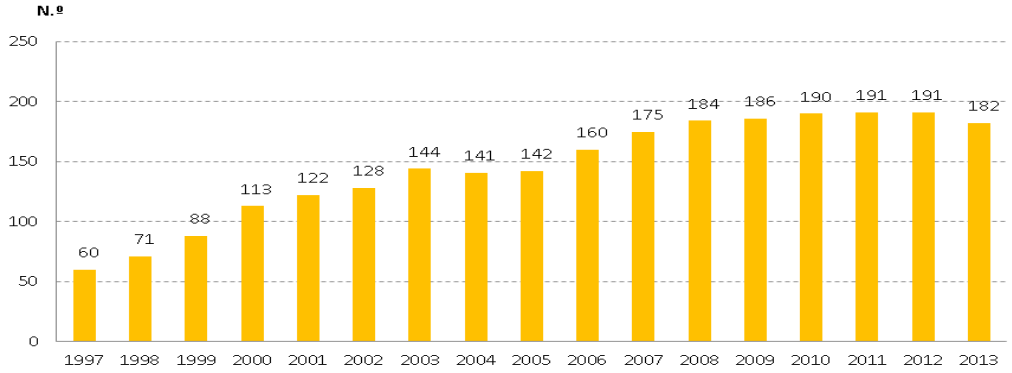
Fig. 165 Proporção de indivíduos, que utilizam *Internet*, na RAM, entre 2003 e 2013



Fonte: UMIC/INE/DRE - Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias

No Funchal, o número de terminais de caixa automático multibanco, entre 1997 e 2011, obteve um crescimento significativo. De 2012 para 2013, verifica-se uma diminuição de 191 para 182 terminais.

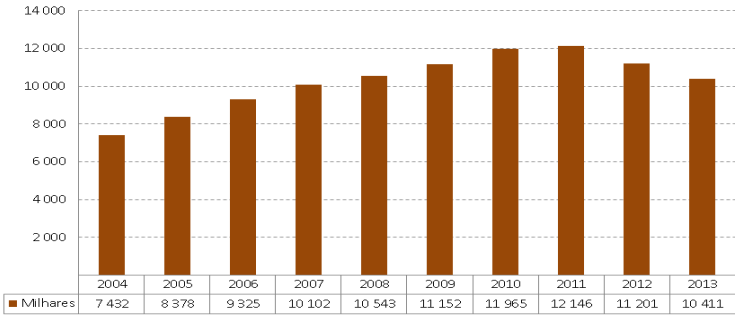
Fig. 166 Terminais de caixa automático multibanco, no Funchal, entre 1997 e 2013 €



Fontes: DRE, Anuário Regional de Estatística da Região Autónoma da Madeira, 1998 a 2012 e Sociedade Interbancária de Serviços (SIBS), 2013.

O número de compras feitas através de terminais de pagamento automático obteve um crescimento significativo de 2004 a 2011, no Funchal. Os anos de 2012 e 2013 ficam marcados por um decréscimo das operações.

Fig. 167 N.º de compras através de terminais de pagamento automático, no Funchal, entre 2004 e 2013

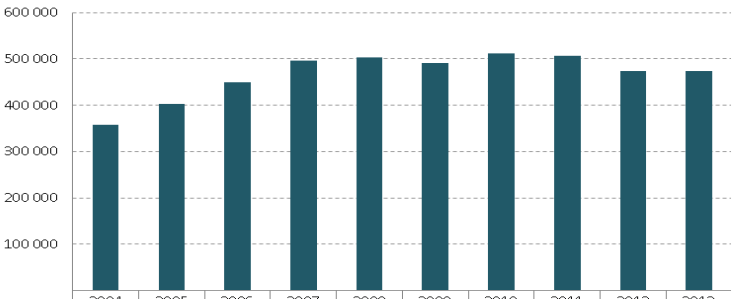


	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Milhares	7 432	8 378	9 325	10 102	10 543	11 152	11 965	12 146	11 201	10 411

Fontes: DRE, Anuário Regional de Estatística da Região Autónoma da Madeira, 2013.

Direcionando a análise para os montantes gastos em compras através de terminais de pagamento automático, de 2004 a 2008, assistiu-se a um crescimento, a uma ligeira oscilação em 2009 e a uma ligeira queda desde 2010.

Fig. 168 Compras através de terminais de pagamento automático, no Funchal, entre 2004 e 2013

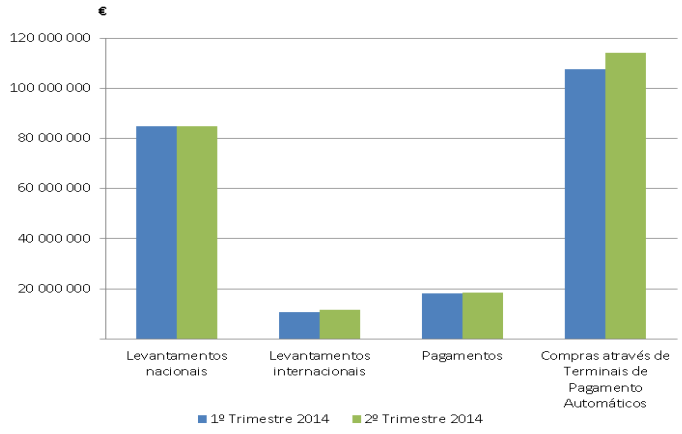


	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Milhares de euros	357 93	402 86	449 35	495 81	503 06	490 82	511 62	505 84	473 91	473 37

Fontes: DRE, Anuário Regional de Estatística da Região Autónoma da Madeira, 1998 a 2012 e Sociedade Interbancária de Serviços (SIBS), 2013.

Em 2014, o segundo trimestre afigura-se mais favorável em relação às atividades da rede multibanco, face ao primeiro.

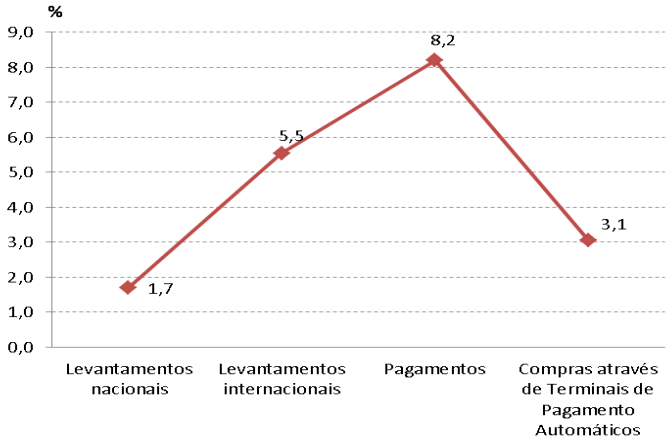
Fig. 169 Atividade da rede multibanco, no Funchal, no primeiro trimestre de 2014



Fonte: DRE (Sociedade Interbancária de Serviços - SIBS)

A variação homóloga acumulada, no Funchal, mostra que este semestre se tem revelado bastante mais benéfico para a atividade económica, onde se inclui o comércio e serviços, do que o do ano transato.

Fig. 170 Variação homóloga acumulada da atividade da rede multibanco, no Funchal

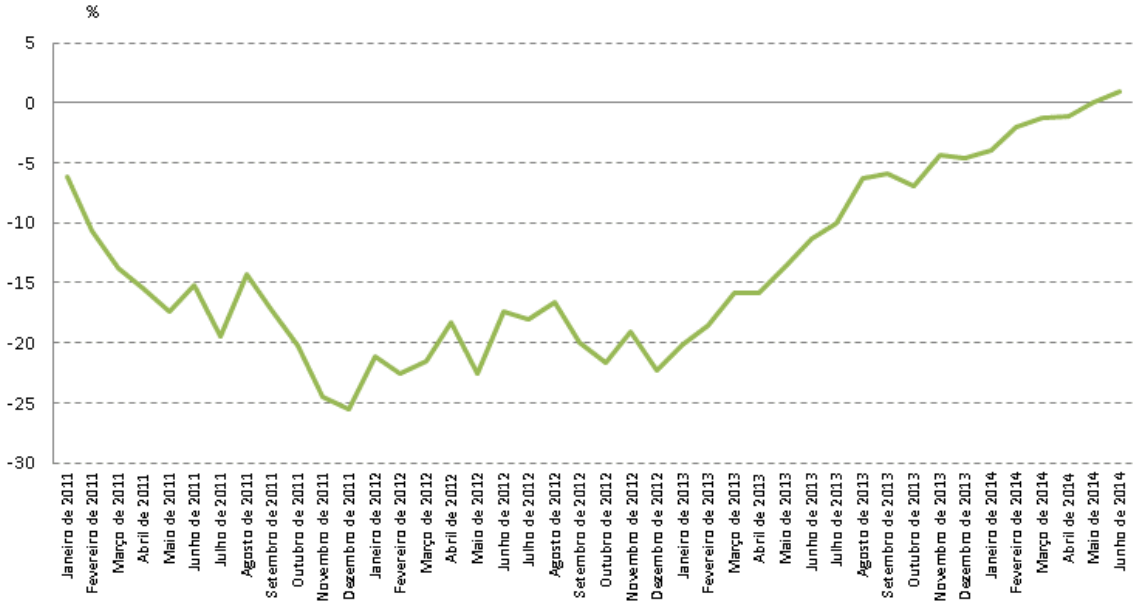


Fonte: DRE (Sociedade Interbancária de Serviços - SIBS)

Em Portugal e na RAM, as compras através de terminais de pagamento automático por habitante (€) apresentam, desde 2004, valores relativamente próximos, que rondam, em 2012, os 2500 €/hab., enquanto no Funchal são significativamente superiores, desde 2004, ultrapassando, em 2012, os 4300 €/hab.

Esta dinâmica de consumo acaba por refletir um clima de maior confiança. O indicador de confiança do comércio, baseado no saldo de respostas extremas dos consumidores, tem-se mantido muito instável desde janeiro de 2011 a dezembro de 2012. De um modo geral, a partir de janeiro de 2013 tem vindo a aumentar, passando a valores positivos em maio e junho do corrente ano.

Fig. 171 Indicador de confiança do comércio



Fonte: INE, Inquérito Qualitativo de Conjuntura ao Comércio

3. O Emigrante

Para além do residente, o emigrante madeirense é outro tipo de consumidor, que merece particular destaque no presente trabalho. É considerado um bom consumidor do comércio tradicional, das lojas "franchisadas" e da oferta lúdica do centro. A sua presença faz-se notar sobretudo na época estival e nos períodos festivos.

A emigração ao longo dos anos foi reprimida ou estimulada consoante a instabilidade política, religiosa, social e económica. Ela pode ser provisória ou definitiva, específica ou aleatória, mas o que é facto é que reflete a vontade do homem em ultrapassar as adversidades da sua condição no meio onde se insere e procurar melhores condições de vida. Este fenómeno tem estado sempre presente na história do arquipélago da Madeira moldando os que partem e os que ficam.

Estando a Madeira geograficamente localizada nas grandes rotas mercantis entre a Europa, África e América, muitos madeirenses de fracos recursos e classes sociais baixas, viram nesses destinos oportunidades de uma vida melhor, em especial nas épocas de maior crise. Os grandes contingentes emigratórios registaram-se sobretudo ao longo da década de 60, vindo, a partir daí a registar flutuações. A década passada foi marcante pelo fator inverso, registando-se números significativos de imigrantes provenientes de diversos destinos, donde se destacam os países de leste e o Brasil. Não obstante, a história da Madeira estará sempre associada à emigração.

São as vicissitudes da vida, o desejo permanente do regresso à terra natal, ou de pelo menos, nela investir, e as conjunturas económico-sociais desfavoráveis nos países de emigração, justificam um fenómeno que conta já com alguma expressão local, sentida sobretudo no interesse dos emigrantes investirem no centro da cidade, fundamentalmente no setor da restauração e bebidas.

A cidade do Funchal como capital e possuindo o principal centro de comércio e serviços da RAM, é apelativa ao investimento destes emigrantes. Apesar de não haver dados estatísticos há uma perceção da sua presença nas lojas do centro quer pela fala, modo de estar, conversas, etc. Dados no sector imobiliário, referem que existe no concelho do Funchal muitas casas/apartamentos vazios, uma explicação possível para o facto é tratar-se de investimento de emigrantes e até mesmo de suas casas. Digamos que um garante/segurança de um retorno.

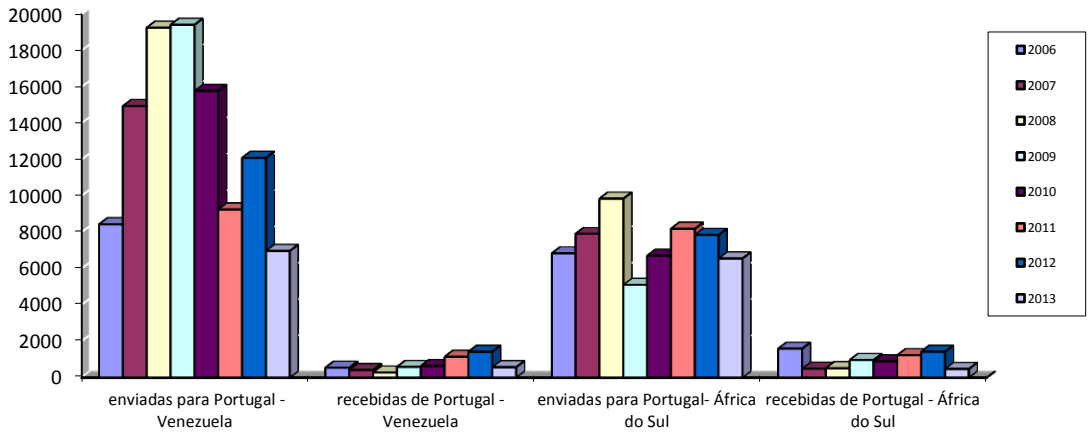
Quanto aos emigrantes madeirenses investidores que criaram negócio no centro, alguns apontam a lei laboral, o reduzido poder de compra das pessoas, o mercado ser pequeno, a falta de estratégia, a morosidade das licenças e autorizações e toda a burocracia obrigatória, os horários desadequados, a falta de diálogo com e entre as entidades públicas, alguma descriminação e a falta de apoio para os financiamentos comunitários como sendo os principais entraves encontrados.

A cidade do Funchal, tem um arruamento que homenageia as comunidades madeirenses espalhadas pelo mundo e um monumento de arte pública da autoria de Franco Fernandes. Quanto a datas comemorativas, referir o 10 de junho, "Dia de Portugal, de Camões e das Comunidades Portuguesas" e ainda o 1 de julho "Dia da Região Autónoma da Madeira e das Comunidades Madeirenses". São o reconhecimento da prestação dos emigrantes e da importância cultural e económica que representam para Região e para o país.

Nas épocas de verão e natalícia, faz-se notar a presença de muitos emigrantes madeirenses provenientes em especial de Venezuela e África do Sul. Nestas quadras propícias ao consumo (saldos/promoções e compra de prendas) a animação urbana apela ao consumo mas também ao convívio e lazer o que é muito apreciado pelos emigrantes.

No período de 2006-2013, as remessas dos emigrantes da Venezuela e da África do Sul diminuíram, afetando a economia da RAM. O número de registos consulares, na Venezuela está a aumentar enquanto na África do Sul está a diminuir. Nestes dois países estão a acontecer fenómenos distintos quanto aos emigrantes portugueses: na África os emigrantes beneficiam de outras regiões continentais de expressão portuguesa e em franco crescimento e na Venezuela a comunidade não tende a diminuir mas as transações económicas e cambiais sim, devido à política do país.

Fig. 172 Remessas, em milhares de euros, 2000-2013 – Venezuela e África do Sul



Fonte: Observatório da Emigração – www.observatorioemigracao.pt

Uma grande percentagem dos emigrantes/comerciantes, com receio de arriscar, esperam que passe a "crise" para dar início ao seu investimento. Muitos emigrantes agora incentivam o comércio tradicional, com muito do saber adquirido, com a inovação da oferta, atentos às tendências da procura exploram os nichos de mercados em particular o turista como um consumidor. Os nossos emigrantes são empreendedores, dinâmicos, cada vez mais qualificados e formados, são solidários e mantêm vivos muitas tradições.

4. O Turista

Um terceiro grupo a considerar na procura, corresponde ao turista. O turismo na Ilha da Madeira nasceu por volta do séc. XV (Silva 1985), com duas épocas distintas: do séc. XV a XVII, a Colonial e a do séc. XIX e início do XX, a Terapêutica. Desde então, o setor do turismo tem vinda a crescer representado atualmente um dos principais pilares da economia regional.

O nosso turista vem na busca de bom clima, do património, da cidade, do mar, da gastronomia, da paisagem, dos eventos turístico/culturais e da excelente oferta hoteleira. Disfrutam muito da rua, praças, largos e jardins, porque o bom clima o permite. Consomem vinho/cerveja/sumo/água/café, produtos de pastelaria, frutas e flores, frequentam as lojas de *souvenires* e as de marcas "franchisadas" pela atratividade, pela marca ou pela familiaridade com o modelo.

O setor do comércio e serviços terá de se preparar em diversas frentes (comunicação, prestação de serviço, modernização e TIC, qualificação dos recursos humanos) para absorver o potencial deste segmento de consumidores. Dados do Banco de Portugal indicaram que o saldo da balança turística foi de 6,1 mil milhões de euros em 2013, o que significa que se assistiu a um aumento de 8,3% (470,4 milhões de euros) face a 2012. As receitas do turismo atingiram 9,2 mil milhões de euros e representaram um acréscimo de 7,5%, face a 2012.

A RAM recebeu em 2012 cerca de 841 mil turistas, uma quebra acumulada de 17% relativa a 2008 (ano em que mais de um milhão de turistas visitaram a Ilha). Em 2012, os proveitos anuais fixaram-se nos 250 milhões de euros, o que representa um decréscimo acumulado de 16,1% face ao valor apurado em 2008 (298 milhões de euros). Em 2012, registaram-se cerca de 5,5 milhões de dormidas, um valor que significa um decréscimo de 11,2% face a 2008 (6,2 milhões de dormidas).

A evolução do crescimento do rendimento médio por quarto que atingiu 31,42 euros em 2012, menos 5,34 euros, ou seja, 14,5% inferior ao valor registado em 2008 de 36,76 euros. Se considerarmos o efeito da inflação, os valores de 2012 comparam-se com os verificados nos finais dos anos oitenta, significando um retrocesso de mais de trinta anos. Dados do INE, para Março de 2014, indicam 13,1%, cerca de 36,14 euros, sendo a RAM, a região do país com o crescimento mais elevado a nível nacional.

A maior concentração de oferta hotelaria está localizada no concelho do Funchal, devido ao clima, mar, acessibilidade, concentração de serviços públicos, oferta de comércio, paisagem, etc. 84% dos visitantes deslocam-se à Madeira para férias, sendo que 13% é por razões profissionais. Destaca-se o contato com a natureza e o sol e mar como os motivos preferidos. Os principais mercados emissores são Portugal com 22,8 %, o Reino Unido com 22,7% seguida da Alemanha com 16,8%.

O mercado nacional têm vindo a crescer compensando uma quebra de outros países que tradicionalmente eram expressivos no turismo regional como por exemplo a França.

4.1 O Turista por Via Aérea

A via área é a principal "porta de entrada" de turistas na RAM. Esta realidade torna o sector muito dependente das políticas de transportes quer ao nível regional e nacional e muito vulnerável, por ser ultra-periférica.

Os visitantes são 55,8% homens e 44,2% mulheres. Destaca-se que 73,8% os visitantes masculinos deve a razões profissionais. Os visitantes da Madeira são na sua maioria são ativos todavia os provenientes do Reino Unido apresentam uma grande fatia de reformados.

A média de idades é de 46,26 anos, sendo que a mais elevada é para férias com 49,6 anos, com 55,4% provenientes do Reino Unido. Os mais jovens verificam-se por motivos profissionais e são provenientes dos Países de este, com uma média de 36,4 anos de idade.

No segmento de lazer, traça-se um perfil de turista sénior. Para as médias de idade de 50 e 55 anos temos os mercados: inglês, holandês, escandinavo, Francês e Alemão, e para as médias de idade mais baixas de 40 e 43 anos, temos o mercado dos países de leste, Portugal, Espanha e outros países. Os turistas da Madeira têm essencialmente em agregados familiares de pequena dimensão, sendo que os mercados de Portugal, Espanha e Outros paises são os que apresentam familias com mais de duas pessoas.

Em 2013, o gasto médio diário per capita dos visitantes, não residentes em Portugal, ronda nos 100,22 €, dos turistas em 104,23€ e dos excursionistas em 7717 euros (INE 2014). A RAM, foi a região em que os turistas efectuaram gastos médios por viagem mais elevados com 2.436 euros, devido aos custos associados ao transporte áereo, contra os 1951 euros, 2031 e 2069 euros da RAA, Lisboa e Algarve.

Os aeroportos da RAM apresentaram em 2008 cerca de cinco milhões de passageiros/ano, com o máximo previsto para 2025. As companhias *low cost* vieram potenciar o aumento da frequência das viagens e um dado importante é o surgimento de um tipo de turista que anteriormente não viajava e que representa neste tipo de viagens cerca de 59% do tráfego. Esta nova procura não sendo considerada "fiel", e onde o destino não é o motor das necessidades, baseia-se essencialmente no preço baixo das deslocações e nas viagens de longas distancias em menos tempo.

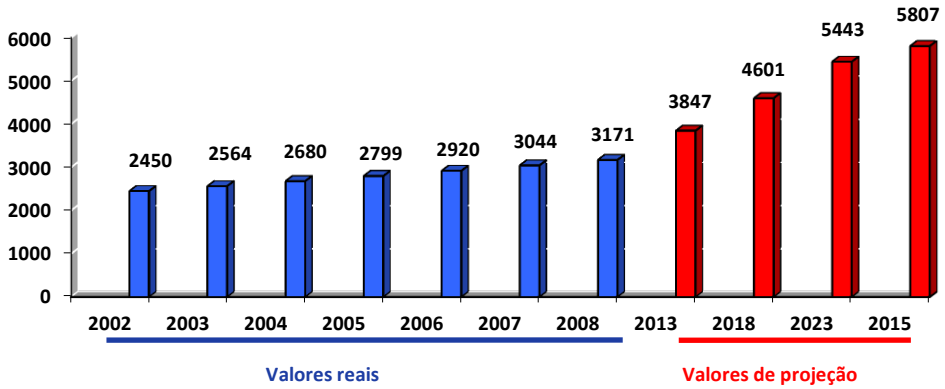
As *low cost* surgiram na RAM em Outubro de 2007 e desde então o peso relativo no total de passageiros tem vindo a crescer. Têm contribuído para uma mudança no perfil tradicional do turista na RAM e para o aumento do PIB turístico, pelo que o sector do comércio e serviços deve estar atento às características particulares destes potenciais consumidores e às suas necessidades.

No cenário prospetivo de sustentabilidade das *low cost* na RAM a grande aposta na Madeira Sénior, Madeira Destino Europeu, Madeira Portuguesa e Madeira um Destino resulta numa previsão para um crescimento dos dois aeroportos da RAM, em 2025 de 5.807 milhares de passageiros.

No que respeita ao consumo proveniente deste setor na RAM, são referidos 524 mil milhões de euros, do consumo de 843 mil turistas que permaneceram em média 6,5 dias, contabilizando cerca de 5516 mil dormidas e um gasto médio de 61 euros.

Relativamente a 2007, verificou-se um aumento de cerca 40% na empregabilidade hoteleira. Para as companhias de baixo custo e para a abertura a novas rotas, o valor elevado das taxas aeroportuárias (nível 2), são um constrangimento económico e financeiro que o futuro dirá da sua permanência ou não no mercado regional.

Fig. 173 Nº de passageiros nos aeroportos da RAM (milhares /ano)



Fonte: ACIF – Low cost carriers: high success, high impact? Cenários prospetivos de desenvolvimento turístico da RAM. Projeto "Estratur" Junho 2008.

4.2 O Turista de Cruzeiro

O porto do Funchal está localizado na baía da cidade e é considerado atualmente como um dos mais atrativos, devendo esse estatuto à sua envolvente paisagística, ao clima, à sua tradição no sector do turismo, à sua localização geográfica e à recente remodelação das suas instalações.

O porto do Funchal tem vindo a se afirmar como estratégico na economia da região. Faz parte de um circuito de cruzeiros que se desenvolve entre: a) a Madeira e o arquipélago das Canárias e o norte de África, b)algumas linhas de tráfego que operam do mediterrâneo ocidental ou da fachada atlântica da Europa com partida de Lisboa e c) como porto de escalas de viagens transoceânicas, ligadas ao reposicionamento anual dos navios entre os EUA e a Europa e vice-versa.

A gare marítima da Madeira (concluída em 2010), veio reforçar a importância dos navios de cruzeiro para a economia regional, O mercado de navios de cruzeiros está a crescer em todo o mundo e este equipamento urbano melhorado, é capaz por si só, de criar grandes fluxos de pessoas na cidade do Funchal.

Tem-se verificado a nível mundial uma tendência para o aumento da dimensão, da capacidade das frotas e da construção de cruzeiros. A UE estima que em 10 anos (2010-2020) possam vir a ser criados 100000 empregos diretos e indiretos, ligados a este sector. A necessidade de parcerias com outras regiões do eixo atlântico é uma forma de ultrapassar a sazonalidade do nosso mercado de cruzeiros, onde as companhias procuram adaptar a sua oferta criando rotadas para os mercados onde existe mais sol.

O porto de Lisboa e do Funchal são os principais portos nacionais na atividade dos cruzeiros, tendo sido o Porto do Funchal foi recentemente distinguido com o prémio *"Best Destination Experience"* da revista *Dream World Cruise Destination*, com o reconhecimento na qualidade dos serviços prestados bem como o interesse cultural e paisagístico.

Com a exclusividade do porto do Funchal para o turismo de cruzeiros e atividades náuticas, a cidade viu melhorada alguns aspetos tais como, a redução de tráfego pesado e da poluição em geral, requalificação de uma área nobre, reter a degradação do litoral e fomentar a presença de turistas de cruzeiro no centro da cidade. O impacto económico desta atividade faz com que o turista tenha um gasto médio de 70 euros na RAM. A proximidade do porto à cidade constitui uma mais-valia para a escala, o cruzeiristas e a cidade. As receitas provenientes dos cruzeiristas já representam 2,5% da receita total do turismo na RAM.

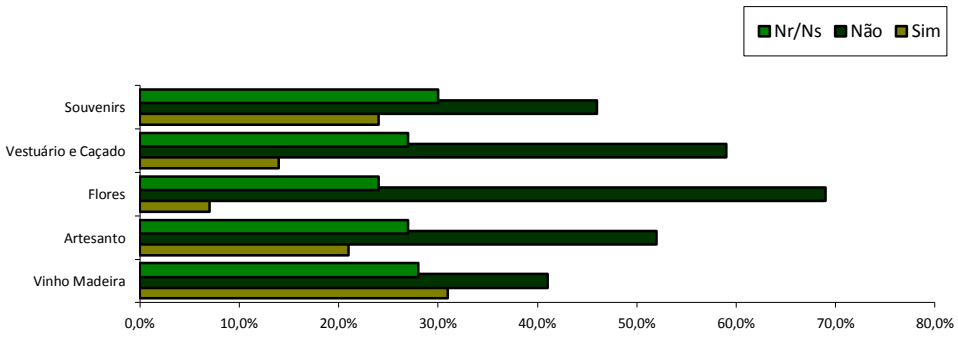
Destaca-se a promoção conjunta do porto do Funchal por parte da APRAM, SA, com os portos de Canárias, do norte de África e do mediterrâneo, através da *Cruises in the Atlantic Islands* e ainda a presença em feiras e uma política tarifária que cada vez mais deve ser atrativa. Para além de tarifas cada vez mais competitivas, são vários os fatores que favorecem a escala no Funchal: a proximidade de portos de cruzeiros no atlântico e mediterrâneo, boas acessibilidades – ligação área *-fly- cruises-* a uma distância de 20 minutos do aeroporto pela via rápida, acessibilidade ao mercado europeu, melhoria das instalações portuárias e sua envolvente, maior capacidade e dimensão dos navios e a boa dinamização produto de destino.

O tempo reduzido da estada é um fator determinante para a cadeia de valor. O turista de cruzeiro não dispõe de muito tempo em cada porto e quase sempre é o armador/companhia que toma a iniciativa e "encaixam" os seus clientes nos pacotes de divulgação local, deixando pouca margem para os pequenos comerciantes do centro da cidade.

Os principais gastos do turista são com as visitas a museus, igrejas, edifícios públicos de valor arquitetónico, monumentos, quintas e hotéis, miradouros, jardins. Gastam o seu dinheiro na compra de vinhos, pastelaria e artesanato, e artigos locais, flores. Despendem também nas deslocações, transportes e por fim, na alimentação.

A maioria prefere conhecer a zona envolvente ao porto, optando por visitas guiadas e excursões compradas a bordo. Cerca de 90% (2013) dos pacotes de dinamização são vendidos a bordo, com consequências para o comércio local. O objetivo das companhias é não só agradar ao cruzeiristas, mas também maximizar as receitas, donde as vendas a bordo têm grande expressão.

Fig. 174 Distribuição das compras do truísta de cruzeiro, 2011

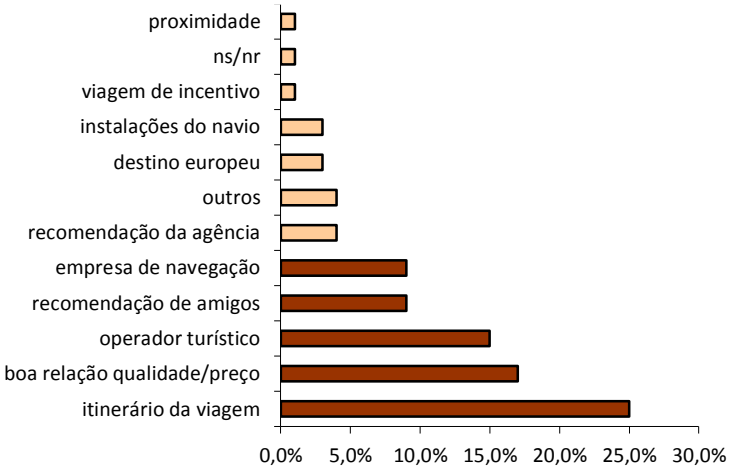


Fonte: Felisberto Almeida – Os Cruzeiros e o Porto do Funchal (UMA)

Procurando conhecer o perfil do cruzeirista, segundo a APRAM (2009), é o Reino Unido o mercado mais presente com 39%, seguido do mercado italiano/mediterrâneo com 33%. As idades são entre os 41 e 65 anos e 62,15% têm mais de 55 anos. Na sua maioria, apresentam com uma situação socioeconómica de nível médio, 74% dos cruzeiristas viajam em três estrelas.

Como motivo de eleição, destaca-se o itinerário, seguido do binómio qualidade/preço. Os mais experientes e repetentes em termos de férias de cruzeiros já tinham visitado a zona do Mediterrâneo Europeu e do Caribe. Destaca-se que mais de 75% dos cruzeiristas afirmam que voltariam à Madeira, inclusivé na vertente de hotel e 89,8% que a recomendariam como destino turistico.

Fig. 175 Primeiro motivo de escolha do destino



Fonte de dados: Inquérito da APRAM, SA de 2009- Relatório de Sustentabilidade.

Segundo Almeida (2011), constatamos que nas visitas de curta duração, praticamente não há gastos com a alimentação, estes gastos verificam-se apenas para visitas de 30 horas, o que acontece com poucas companhias (Ex. AIDAs). As visitas curtas apresentam algumas despesas com transportes e outras como: prova de vinhos, entrada em museus, visita ao jardim botânico, entrada numa loja de artefactos regionais e deslocação ao Monte de teleférico.

As visitas mais longas já incluem alimentação e uma saída para mostrar a ilha, pelo que o tempo de permanência no centro da cidade acaba por ser reduzido. Neste caso, consomem um pouco mais (frutas, bebidas, flores). "... a pouca competitividade da praça do Funchal em relação ao comércio de bens de consumo, *gadgets* e eletrónica ou perfumaria, fruto da nossa política fiscal, em relação às Canárias no que respeita às taxas de IVA e da globalização de bens e serviços, que uniformizam produtos e preços, não permite vantagens comparativas dos nossos produtos." (Almeida, 2011).

Os navios de cruzeiros são cada vez maiores, com maior capacidade de camas, melhor equipados, são autênticas "cidades" com uma grande capacidade de autonomia. Dentro, têm centros comerciais de luxo, *duty free*, casinos, cinemas, marcas de luxo, comodidade de compra, variedade, alimentação e bebidas, etc. Como colocar valor acrescentado à presença do cruzeiristas no Funchal, quando a montante há uma estrutura comercial diversificada?

Portugal foi em 2012 o 6º maior destino europeu mais visitado por cruzeiristas, de acordo com um estudo Esta indústria foi responsável por mais de 8,6 mil empregos. A atividade de cruzeiro na Ilha da Madeira não tem como fim o destino em si mas o percurso/rota, facto que se reflete no número de passageiros desembarcados que é de 13.920 nos anos de 2011 e 2012 face aos 46.013 registados no continente. Em média no porto do Funchal 3% dos cruzeiristas começam ou terminam a sua viagem na ilha e em Lisboa é 9% (aprox.). Os passageiros em trânsito em média estão 9 horas em terra. Esta curta duração deve ser maximizada e melhor aproveitada pelo comércio tradicional.

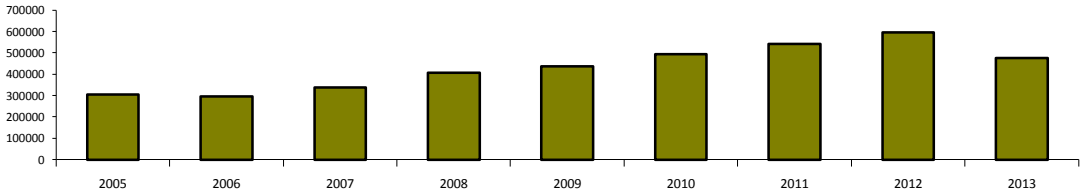
Destaca-se no período de 2011-2012 o porto de Leixões que registou 50000 passageiros com um crescimento de 81% e os portos dos Açores com 100.000 passageiros com um crescimento de 18%. O Funchal lidera a nível nacional o movimento de passageiros com 592935, seguido de Lisboa com 522606.

Outro dado importante é que no ano de 2012, nos portos nacionais, verificaram-se 62 escalas inaugurais de vários navios, sendo que 29 foram nos portos dos Açores, 12 em Lisboa, 11 no Funchal, 6 em Leixões e 4 em

Portimão. No primeiro trimestre de 2014, Funchal registou um aumento de 21,31% e Lisboa 52%, com 159969 e 69983 passageiros, concretamente. Segundo o Plano de Desenvolvimento do Porto do Funchal, para 2030 estima-se 435 escalas e cerca de 497.080 passageiros.

Nos meses de janeiro a maio de 2014, o porto do Funchal registou no movimento de passageiros, um acréscimo de 15% comparativamente ao período homólogo do ano anterior, num total de 142 escalas e uma média de 44.872 passageiros.

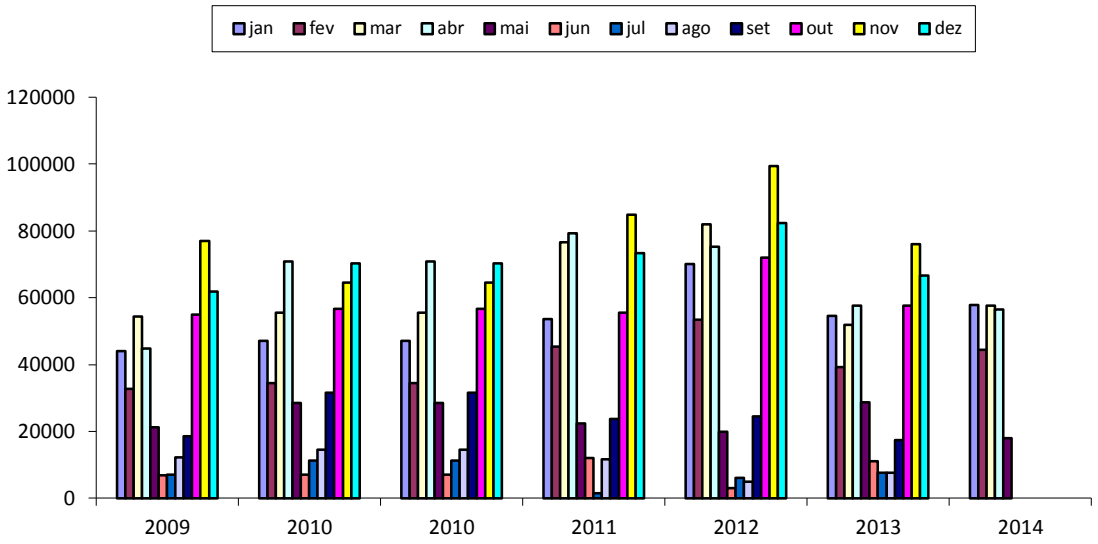
Fig. 176 Nº de passageiros de navio de cruzeiros no Porto do Funchal 2005-2013



Fonte de dados: APRAM, 2014

O período de inverno representa para o porto do Funchal, a época alta, onde se regista o maior movimento de passageiros e de escalas de navios de cruzeiros. Deve-se à sazonalidade desta atividade e às festividades de fim-de-ano, que influenciam a escolha da rota.

Fig. 177 Movimento de passageiros no porto do Funchal, segundo os meses 2009-2014



Fonte de dados: APRAM, 2014

O mês de novembro apresenta maiores valores seguido dos meses de dezembro e outubro. No ano de 2012, novembro registou 99327 passageiros, o que representa um recorde na história de cruzeiros em Portugal. O pico de concentração de navios de cruzeiro é no dia 31 de dezembro, tendo-se registado no ano de 2013-2014 no porto e baía do Funchal, 12 navios e o mote para a festa de fogo-de-artifício foi "Cruzeiros", ao que o Funchal é referido como a capital dos cruzeiros.

Dois "gigantes dos mares" *(Britannia e Anthem of the seas)* da *P&O Cruises*, ainda em construção já têm escala inaugural para o Porto do Funchal no ano de 2015, o que revela o interesse das grandes companhias neste mercado.

O porto do Funchal alcançou em 2012 a 11ª posição do *ranking* mundial dos portos que mais cresceram no movimento de passageiros (segundo revista *Cruise Insight*). Este porto está à frente de Las Palmas (13º), Tenerife (17º) e Lisboa (23º). Destaca-se que os portos Italianos e gregos líderes no movimento de passageiros de cruzeiros na Europa viram uma redução em dois dígitos no número de passageiros nos seus portos. Nos últimos oito anos o número de europeus de realizaram cruzeiros duplicou, ascendendo a mais de 6.2 milhões em 2012. As perspetivas para a Região são animadoras.

5. A Importância da Dinamização do Espaço Público na Procura

5.1 A "Ludificação" do Espaço Urbano

Muitas das festividades programadas no quadro turístico da RAM acontecem no centro da cidade, o que é positivo para o setor do comércio e serviços. Podemos referir que a atratividade destes eventos seduz os visitantes e residentes. Tornar os espaços lúdicos por via dos eventos e/ou por via de introdução de mobiliário urbano ou de outras atratividades, é permitir uma utilização plena do território, dando espaço à criatividade e à plena fruição do ambiente urbano.

O turista já não se contenta só com os destinos turísticos com ofertas baseadas na atratividade visual, no olhar meramente interessado, procuram cada vez mais se apropriar "imaginariamente" do local através de todos os sentidos, olhar, cheirar, ouvir, sentir e provar. Falar de "ludificação" do território representa

investimento/intervenção em lugares pré-definidos para usos lúdicos ou ainda naqueles que após avaliação económica, se tornem ludicamente atrativos. Um destino turístico como o é o centro da cidade, deve ter um instrumento de gestão e de planeamento para os espaços de vocação lúdica, para evitar a banalização e descaracterização do seu território e tirar o máximo proveito económico de todos os eventos.

Na área de estudo ocorrem eventos que são motores da dinamização social e que trazem mais-valias em termos económicos para os lojistas do centro. Podemos referir: Festas e Natal de Fim de Ano, Carnaval, Festa da Flor, Festas da Sé, Festival do Atlântico, Altares de São João, Funchal Jazz, Rali Vinho da Madeira (Prova de Abertura), Festa do Vinho, Festival Raízes do Atlântico, Regata de Canoas Tradicionais, etc.

A divulgação da RAM como destino turístico, no exterior, junto dos consumidores, agentes e demais intervenientes, é um trabalho que cabe diretamente à SRTT, mas não desobriga a autarquia por força da sua ação e competência mais ainda, quando pretende revitalizar o comércio da cidade.

O património urbano é um dos recursos mais valiosos para a atração de turistas às cidades, todavia "… as estratégias de *marketing* urbano baseadas exclusivamente na história dos lugares parecem estar agora a ser ultrapassadas por novas retóricas de promoção que aliam a diversificação dos lugares visitados a um uso mais criativo do espaço urbano. Não surpreende, por isso, que tantas cidades históricas e monumentais, por toda a Europa, estejam agora a virar-se para a (re)criação de novos imaginários turísticos." (Gomes, 2012).

A divulgação e promoção urbana desencadeia uma economia diferenciadora e segregadora de espaços e lugares dentro da cidade. Podemos falar de imagem turística como sendo aquela que apela ao imaginário, à criatividade de cada um, está bem resolvida dentro de um contexto, é mercantilizável e por outro temos a imagem real que não estando contextualizada não interesse evidenciar. Esta tende a ser esquecida quanto ao investimento público e privado, até que a criatividade um dia possa ser o motor de uma nova dinâmica dentro do território e torna-lo lúdica, interessante, aprazível e acima de tudo economicamente viável.

5.2 A Fruição dos Espaços Públicos

As praças, passeios, largos, ruas e avenidas são fundamentais para a animação urbana e a dinamização turística da cidade. "…o comércio a retalho instalado no centro das urbes constitui-se como uma das mais fiéis referências do dinamismo socioeconómico das respetivas cidades. Um espaço público que assegure de forma qualitativa e abrangente o acesso às funções humanas vai permitir que o sector privado se instale e desenvolva atividades económicas coerentes com a procura e com o local (Barreta, 2012). Desta forma é frequente distinguir uma cidade de outra pela qualidade, quantidade, diversidade, concentração, densidade e/ou especialização da sua oferta comercial.

Avaliar a necessidade de criar mais espaço público, considerando o ónus que pode advir para o erário público com custos de construção e de manutenção e pressão sobre os recursos naturais, suscita duas considerações: qual o interesse económico que pode desenvolver e quais as consequências ambientais resultantes? "O espaço público é o lugar por excelência do consumo que na dinâmica social e cultural gera espaços de identidade." (SERPA, 2004).

Mais do que abarcar de forma insensata os espaços, com intervenções desadequadas e alienadas do contexto territorial, importa ir ao encontro das aspirações das comunidades locais (empresários, comerciantes, residentes, consumidores, turistas, associações, etc.). A auscultação e observação são os meios mais próximos de aferir a adequabilidade dos espaços já existentes. De acordo com a sua funcionalidade e potencialidade os espaços públicos do centro da cidade são determinantes na revitalização do comércio do Funchal. O município está a desenvolver estudos para alguns espaços públicos

na área de estudo, tais como: Praça do Município, Largo do Chafariz, Praça do Carmo, Largo do Phelps, Rua Fernão de Ornelas e Rua das Fontes/Largo das Fontes.

O residente gosta e tem o hábito de usufruir dos espaços públicos nos momentos de lazer e convívio. O clima do Funchal permite uma vida ao ar livre, pelo que a existência de espaços públicos deve se fazer acompanhar de ofertas de comércio e serviços diversificada e em horários mais adequados. Podemos referir que em 2011 o Funchal teve 282 dias sem chuva e 76 dias com noites tropicais, sendo que a média de 2004 a 2011 é de 265,75 dias sem chuva e 67,5 dias de noites tropicais.

Nos espaços públicos de lazer e convívio, deparamo-nos com uma maior presença de idosos pela maior disponibilidade de tempo, crianças no âmbito de programas ocupacionais/educacionais e os turistas que se encantam com a segurança, o clima, a flora e o cuidado na limpeza urbana.

Para além das esplanadas, que constituem uma forma de fruição do espaço público, também as feiras constituem uma forma de comércio que tira partido do espaço urbana. As feiras são uma das mais antigas e tradicionais formas de comércio do mundo. Também denominada de “mercado periódico” (Corrêa, 2002).

São várias as feiras que integram o calendário anual deste tipo de eventos. Desde as feiras destinadas ao escoamento de *stocks*, às feiras temáticas e gastronómicas. Questiona-se em que medida os espaços públicos da área de estudo suportam a realização destes eventos, pelo eventual conflito com o comércio tradicional?

As feiras não devem ser encaradas como ameaça ao comércio tradicional mas sim um complemento, gerador de movimento. São modelos distintos apesar de partilharem um espaço comum, todavia pode-se questionar aspetos correlacionados com a gestão urbanística e a defesa do interesse dos cidadãos. A programação destes eventos deve sempre atender à verdadeira pertinência do evento, ao interesse público, à qualidade dos produtos, à limpeza, higiene e segurança, aos horários e periodicidade

Para o residente, as feiras não substituem o comércio tradicional, porque são acontecimentos pontuais onde aparecem alguns produtos diferentes, não necessariamente indispensáveis, criam bom ambiente e movimento na cidade e muitas vezes, são o pretexto para uma deslocação ao centro. Quanto ao turista, podemos referir que este formato lhes agrada pela oportunidade de conhecer os produtos regionais, pela dinamização e lazer que proporciona, funcionando como espaço promotor do diálogo e da interação com os residentes.

SÍNTESES DO CAPÍTULO IV CARACTERIZAÇÃO DA PROCURA DO COMÉRCIO E SERVIÇOS

As novas tendências da procura apontam para uma necessidade de estruturação do setor do comércio e serviços onde a inovação tecnológica e a criatividade são fundamentais. O Funchal deve progredir para ganhar o estatuto de cidade criativa em prol do seu desenvolvimento. Os comportamentos dos consumidores mudam, constantemente influenciados por múltiplos fatores. O atendimento personalizado do serviço prestado, a diversidade e qualidade dos produtos, os horários adaptados e o ambiente de loja atraente e moderno, são aspetos cada vez mais valorizados pelo consumidor.

A sociedade de consumo é compreendida na atualidade como muito dependente das estruturas físicas que as sustentam porque o espaço envolvente é um dos principais impulsionadores das relações humanas e também do tipo de oferta disponível. O *marketing* e *tenant mix* estudam os comportamentos dos grupos presentes no território de forma a satisfazer as vontades e as necessidades dos consumidores. Porque importa acompanhar a dinâmica e a velocidade com que as coisas acontecem há todo um quadro legal que deve ser melhorado no sentido de simplificar e qualificar o setor.

O comércio interno, em particular o comércio tradicional, tem um peso importante na UE por sustentar regiões e cidades, criar emprego e evitar a degradação e o abandono das zonas históricas. Na área de estudo a mobilidade passa pelo uso do veículo particular, que tende a diminuir. Por outro lado, também se verifica uma redução nas carreiras e no número de passageiros transportados pelos transportes públicos. A maior descida foi no passe estudante (18,3%), seguida de passe social criança (17,3%), passe combinado (10,4%), passe férias estudante (9,5%), passe social mensal (4,8%) e passe social sénior (4,4%) e um aumento de 9,5% na venda de bilhete de bordo. As soluções multimodais funcionam atualmente com baixo índice de sucesso, uma vez que verifica-se a necessidade de uma rede pública *Minibus* para facilitar o transporte das pessoas ao centro e vice-versa, através de um circuito constante e fluido.

Apesar de ter automóvel próprio e facilidade em se deslocar, o consumidor na hora da escolha prefere sempre ter tudo próximo, numa lógica de "loja do cidadão/munícipe", onde numa deslocação trata de diferentes assuntos ou compra diferentes produtos. O centro da cidade do Funchal tem potencial para vir a cumprir esses requisitos, quer no nível do comércio, quer ao nível dos serviços.

Destaca-se que a RAM, tem mais agregados com crianças dependentes (56,3%), tem menos idosos a viver sozinhos (7,7%), tem muita população em meio urbano (77,8%), tem como principal fonte de rendimento o trabalho por conta de outrem (60,8%), que é o maior valor a nível nacional, tem um número bastante elevado de pensionistas (23,4%) e o menor número de trabalhadores por conta própria (5,4%). No Funchal verifica-se que cerca de 85,6% são trabalhadores por conta de outrem, valor muito acima da média regional e nacional. Cerca de 9,6 % carateriza-se como empregador e 3,7% é trabalhador por conta própria, valor abaixo da média regional e nacional.

Salienta-se que a RAM é a quarta região do país com maior despesa total média por agregado com um valor de 18.586 euros sendo a média nacional de 20391 euros, e que no Funchal o ganho médio mensal tem vindo a aumentar e a situar-se acima do verificado a nível regional e nacional, rondando em 2012 os 1092 euros e ainda que o rendimento líquido anual médio na RAM, por agregado familiar, é de 23470 euros, e a média nacional é de 23811 euros.

Dados recentes apontam que em 2013 em Portugal foram vendidos 4,115 milhões de terminais móveis dos quais 96% (aprox.) com *internet* e ainda que 63% das habitações em 2012 possuíam *internet*, pelo que há que investir nas soluções multicanal e incorporá-las no comércio tradicional.

Na RAM em 2013, a proporção dos indivíduos, com idade entre 16 e 74 anos, que utilizam *Internet* tem aumentado de forma exponencial situando-se em 60%. A partir de janeiro de 2013 a confiança dos consumidores tem vindo a aumentar, passando a valores positivos em maio e junho do corrente ano. Entre 1997 e 2011 verificou-se um aumento no número de terminais de caixa multibanco e de 2012 a 2013 um decréscimo de 191 para 182. Ainda a registar que, as compras feitas por terminais de pagamento entre 2004 a 2011, cresceram e entre 2012 e 2013 estão a decrescer. Em 2014, o segundo trimestre afigura-se mais favorável em relação às atividades da rede multibanco, face ao primeiro.

O emigrante tem-se revelado um importante investidor na cidade. Já desde o passado que contribuem para a sustentabilidade da economia da região. A presença dos emigrantes e lusos descendentes na atualidade em especial da Venezuela é fruto da instabilidade nos países para os quais emigraram. Muitos dos que regressam criam o seu negócio, contribuindo para alguma dinâmica comercial no centro em especial, no ramo da restauração e bebidas.

O turista também é um importante consumidor do comércio tradicional e contribui muito para economia regional. A RAM recebeu em 2012 cerca de 841 mil turistas e os proveitos anuais fixaram-se nos 250 milhões de euros tendo-se registado cerca de 5,5 milhões de dormidas. Dados do INE para Março de 2014 apontaram um rendimento por quarto em cerca de 36,14 €, resultando que a RAM tenha sido a região do país com o valor mais elevado.

A RAM em 2015 deverá atingir 1,1 milhões de hóspedes, 800 mil estrangeiros e 300 mil nacionais com crescimentos anuais de 5,5% e 1,9% e ainda quanto às dormidas, um crescimento de 3,9% e de 1,6% respetivamente, elevando-as para 4,5 milhões e 900 mil (PNET-2015). A RAM, foi a região em que os turistas efectuaram gastos médios por viagem mais elevados (2.436 €).

O turista na RAM é maioritariamente Europeu, com uma forte tendência de substituição do mercado proveniente do Reino Unido, pelo português ou de outras nacionalidades. A procura cada vez é para estadias reduzidas, todavia, para o grau etário médio/elevado as estadias são de maior duração. Os mercados tradicionais apresentam idades mais elevadas com estadias mais prolongadas. A principal motivação é a qualidade hoteleira e a natureza. Indicadores hoteleiros apontam que o gasto médio diário nos hotéis tende a decrescer e que a aquisição de viagens continua a ser através de agências de viagens embora a *internet* esteja cada vez mais a ser utilizada.

O turista de cruzeiro, maioritariamente com 55 anos de idade, tem um gasto médio de 70 euros, em especial no comércio tradicional e esta indústria é responsável por 2,5% da receita total do turismo na RAM. 90% dos pacotes de dinamização local já são vendidos a bordo. A satisfação com a escala é grande ao ponto de 89,9% dos passageiros a recomendar e 75% perspetivam regressar à ilha para ficar em hotel. No porto do Funchal em 2012 passaram 592935 passageiros e de janeiro a maio de 2014 registou um aumento de 15%, comparativamente com período homólogo do ano anterior.

As companhias *low cost* vieram potenciar o aumento da frequência das viagens e a presença de um tipo de turista que antes não viajava. Estas companhias já são responsáveis, neste tipo de viagens, por 59% do tráfego e na RAM, representam 14,7% no tráfego de passageiros dos seus aeroportos.

O incremento da procura por via eletrónica está depende de alguma disponibilidade financeira, para adquirir os equipamentos e serviços de comunicação. Por outro lado, a promoção do e-*commerce* está dependente de legislação que regule a transação comercial eletrónica, dando mais segurança a quem vende e a quem compra.

O modo de vida e as novas tendências do consumidor vão ditar a evolução e a modernização do comércio. Seja residente ou visitante, estamos perante um novo consumidor, mais exigente e informado, que procura qualidade de vida e lazer, mima-se e presenteia-se. Tem uma mentalidade mais aberta, sabe bem o que quer e é muito mais sensível ao preço. Prefere um consumo mais ecológico, mas consome muito além do básico. No consumo, o género conta, pelos interesses e vontades, mas não nas quantidades. Na esmagadora maioria, o novo consumidor é atraído por tudo o que é tecnológico, inovador e diferente.

CAPÍTULO V
BASES PARA A FORMULAÇÃO DE PROPOSTAS E MEDIDAS DE REVITALIZAÇÃO

CAPÍTULO V BASES PARA A FORMULAÇÃO DE PROPOSTAS E MEDIDAS

1. Análise Prospetiva Focada no Setor do Comércio e Serviços

Nesta análise prospetiva pretende-se sistematizar um conjunto de dados e informação proveniente de diferentes setores que, embora não definam o futuro, dão-nos algumas diretrizes e indicadores que deverão ser considerados no desenho das medidas de revitalização do comércio.

1.1 Comportamento Demográfico

Devemos atender às tendências demográficas porque delas depende a maior ou menor pertinência das medidas concretizadas. As dinâmicas demográficas recentes são claras relativamente à mudança da estrutura populacional que tende claramente para o envelhecimento, fruto da forte queda da taxa de natalidade (7‰, em 2013), do saldo migratório negativo (-609, em 2012) e da maior longevidade, que ronda atualmente os 79 anos.

14% da população regional atual são jovens (0-14 anos) e 16% são idosos (65 e + anos). A taxa de crescimento que em 1971 foi de 12,8‰, passou para -2,3‰ em 2013, donde se conclui que a população, para além de estar em processo de envelhecimento, está a reduzir em número.

A própria estrutura familiar está a alterar-se. Por cada 100 casamentos, registam-se 74 divórcios (2012), o índice de fecundidade é de 1,08 filhos por mulher (2012), sendo que, em média, o primeiro filho surge aos 29 anos. Em 2012, a família era composta por 2,6 pessoas, tendendo, portanto, para estruturas familiares mais reduzidas.

Um dos cenários de previsão demográfica desenvolvido no âmbito da revisão do PDM do Funchal (Quaternaire, 2011) indica que a população do município será de 100000 indivíduos em 2021. Estimam que a população jovem tenda a decrescer e que as maiores pressões sobre o mercado de trabalho provenham sobretudo dos municípios adjacentes ao Funchal.

Noutro cenário de projeção demográfica, da iniciativa do INE, para o ano de 2060, é possível estimar, quer o decréscimo populacional, quer o agravamento do envelhecimento. Em 2060 a população da RAM passará dos atuais 263091 para 219000 indivíduos, o índice de envelhecimento passará dos atuais 90,6 idosos por cada 100 jovens, para 338 idosos por cada 100 jovens, sendo que a esperança média de vida poderá atingir os 89 anos. É certo que se tratam de estimativas, mas também é certo que há mudanças que têm de ser assumidas e refletidas nas políticas locais, sob pena de se transformarem em políticas ineficazes.

Estas alterações demográficas apesar de relativamente recentes trazem consigo alterações estruturais às quais a evolução do modelo de desenvolvimento económico da RAM, e do Funchal em particular, não poderá ficar alheio. Deverão ser desenvolvidas medidas no sentido de inverter as tendências mais críticas, através, por exemplo, de medidas natalistas. Estas novas dinâmicas demográficas, que demonstram o acentuado envelhecimento populacional, irão ditar alterações nos padrões de consumo e, consequentemente, nos padrões produção.

"O envelhecimento da população, fenómeno comum à generalidade dos países desenvolvidos, acarretará, necessariamente, alterações profundas a nível das preferências gerais dos consumidores e obrigará os setores do comércio, serviços e restauração, a um ajustamento. Uma sociedade mais envelhecida estará associada um distinto padrão de hábitos de consumo….Há também a registar grandes diferenças, a nível do padrão de consumo, entre os mais idosos e os restantes escalões etários, por exemplo, ao nível do peso com gastos de vestuário/calçado, assim como de transportes". (Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração, 2014-2020).

Quanto à distribuição geográfica da população, as tendências mostram que população tenderá a respeitar os atuais padrões de distribuição espacial, mantendo-se o Funchal como o município hegemónico da rede urbana regional.

1.2 Políticas e Macrotendências

Perante um cenário de depressão económica e social, é clara a necessidade de redefinir e reorientar políticas. Palavras como competitividade, emprego e investimento passaram a estar na ordem do dia.

A aposta no empreendedorismo e na inovação tornou-se mais evidente com o surgimento de alguns programas de apoio e linhas de financiamento específicas para a criação de novas empresas. Naturalmente que, uma nova política de investimento, dirigida e acompanhada, pode ter como consequência a abertura de mais empresas e a consequente, redução da taxa de desemprego. O programa SIMPLEX e o SIMPLEX AUTÁRQUICO, o Balcão do Empreendedor e o Licenciamento Zero, são exemplos de medidas que não sendo de natureza financeira, são também relevantes pois permitem simplificar, desburocratizar e incrementar o investimento.

A Estratégia de Fomento Industrial para o Crescimento e Emprego 2014-2020, definida pelo Governo, apesar de centrada na componente industrial, tem na sua génese um conjunto de medidas que visam um crescimento sustentável da economia, assente na captação de investimento, no aumento do financiamento e das exportações, na internacionalização, na competitividade fiscal, na qualificação do capital humano e na investigação, desenvolvimento e inovação. Como consequência, espera-se a consolidação e revitalização do tecido empresarial e a estabilização da procura interna. Um ambiente conjuntural mais favorável funciona como promotor de novas dinâmicas económicas em particular no campo do comércio e serviços.

Também a Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração, 2014-2020, recentemente apresentada pelo Governo, emana um conjunto de medidas, com as quais o Programa de Revitalização do Comércio do Funchal deverá articular-se. Esta agenda parte de um conjunto de macrotendências, que devem ser consideradas no âmbito do presente trabalho, citamos:

"Formas de Venda à Distancia – Multicanal As inovações tecnológicas reduziram substancialmente as barreiras à entrada no mercado, tornando muito mais fácil que novos negócios se estabeleçam, via *online*.

Meios de Pagamento Outra das tendências é a expansão das modalidades de pagamento, em particular o pagamento de produtos ou serviços à distância. Portugal tem a maior taxa de penetração de ATM *per capita* do mundo, com 1583 ATM's por milhão de habitantes, acima da média da zona Euro.

Diminuição de Rendas e Áreas O setor de retalho tem sido um dos protagonistas de dinamização do mercado imobiliário em Portugal, levando à captação de muitos dos investimentos estrangeiros, que ainda hoje detêm ativos imobiliários.

Colaboração Estratégica Os setores de comércio, serviços e restauração estão localizados em diversos pontos espalhados pelo País, constituindo os seus pontos de venda a ligação entre empresa e consumidor. São influenciados pela oferta e pela procura, sendo ainda um importante canal de acesso ao mercado para os fabricantes nacionais e internacionais.

O novo Perfil do Consumidor Os clientes (empresas ou consumidores) vão continuar a exigir, em diferentes áreas, uma relação qualidade/preço cada vez maior, a diminuição do tempo e do esforço necessário para a receção de mercadorias e uma experiencia de consumo cada vez mais personalizada, que comece antes de chegar ao ponto de venda e que para além de útil seja sobretudo agradável. Ao mesmo tempo, os hábitos de vida estão a alterar-se com mais pessoas a trabalharem mais horas do que anteriormente, e uma

proporção maior de pessoas a entrarem, ou reingressarem, no mercado de trabalho e a trabalharem a tempo parcial.

Comunicação Comercial Dados do INE sobre as vendas de suportes publicitários (€) das empresas por tipo de suporte publicitário indicam uma queda média de 8,5% ao ano – entre 2008 e 2012 - no valor total do mercado da comunicação comercial. Não obstante, o suporte de televisão (sinal aberto e por cabo) continua a ser o suporte preferencial. A *Internet*, o rádio e os outros suportes, cresceram de forma contínua, em peso total, desde 2008. Contudo, quando analisado em termos de valores absolutos, verifica-se que a Internet foi o único suporte publicitário a crescer durante este período – mais 50,8% do que em 2008.

Tecnologias e Informação A tecnologia continua a contribuir para uma maior eficiência operacional das grandes empresas. Outras tecnologias vão chegar e adaptar-se a formatos de comércio, serviços e restauração mais pequenos. A gestão da procura e do conhecimento do consumidor serão um ativo importante na gestão da loja. A interconetividade dos diversos atores dos mercados influencia a forma como partilham informação, como comunicam e completam transações. Alguns consumidores não terão problemas em partilhar alguns dos seus dados desde que os riscos associados à partilha sejam inferiores aos benefícios que as empresas podem garantir. Por outro lado, o excesso de informação pode dificultar o dia-a-dia de uma empresa e, portanto, estas terão que fazer esforços para obter novas métricas e instrumentos para melhor conhecer os seus mercados.

Centros de Serviços Qualificados Os centros de serviços qualificados foram um dos Clusters Económico-Industriais de investimento estruturados pelo AICEP. Os contributos desta atividade económica para a competitividade da economia e captação de investimento direto estrangeiro criam a necessidade de definir uma estratégia orientada para a afirmação moderna, inovadora e com uma forte componente de I&D para as empresas.

Financiamento Colaborativo A crise económica e financeira afetou a capacidade do setor financeiro de canalizar fundos para as empresas, nomeadamente o financiamento a longo prazo. Face aos EUA, a Europa financia em grande medida via os bancos - dois terços do financiamento provêm de bancos enquanto nos EUA o financiamento bancário representa apenas um terço do total."

Os indicadores, sociais e económicos, a par de um conjunto concertado e dirigido de políticas nacionais, focadas na revitalização económica do país, parecem estar na base do clima de maior confiança que se começa a percecionar e que, espera-se, venha a redundar no incremento do investimento, designadamente no setor do comércio e serviços.

1.3 Estratégia Europa 2020 e o CompromissoMadeira@2020

O desenvolvimento futuro dos países que integram a UE está fortemente condicionado às linhas orientadoras emanadas a partir da "Estratégia Europa 2020". Essas medidas far-se-ão sentir, direta ou indiretamente, ao nível nacional, regional e local. Assim, ao conhecermos as principais linhas estratégicas e respetivas medidas, podermos antever um pouco daquelas que serão as apostas, os investimentos futuros e os seus impactos no desenvolvimento económico regional, em particular no setor do comércio e serviços.

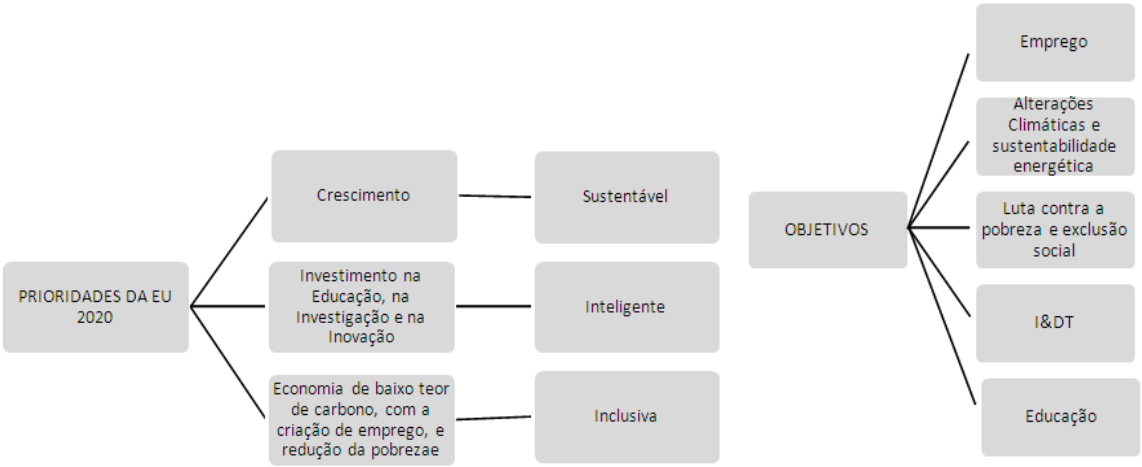
Os fundos comunitários são instrumentos financeiros da política regional da UE, instituídos para a ajuda económica às regiões deprimidas. São fundamentais para a correção entre países e regiões e atualmente o "pilar de investimento" de Portugal. A atuação centra-se em duas frentes o PNR (Programa Nacional de Reformas) que analisa os progressos tendo em conta os valores de referência da Estratégia 2020 e as medidas que para o ano seguinte vão corrigir as deficiências e o PEC (Programa de Estabilidade e Convergência) que centra-se nos planos plurianuais do país.

Um dos pontos transversais é o reforço da competitividade o que origina a implementação de reformas. Todas as ações que sejam para impulsionar o crescimento e o emprego terão apoio económico da UE. Neste contexto são emanadas medidas que vão ter repercussões no sector do comércio e serviços por este ter um grande peso na economia europeia, dos pais e das regiões.

"Num mundo em mutação, pretende-se que a UE se torne uma economia inteligente, sustentável e inclusiva. Estas três prioridades, que se reforçam mutuamente, deverão ajudar a UE e os Estados-Membros a atingir níveis elevados de emprego, de produtividade e de coesão social." Durão Barroso – Presidente da CE. Definidas que estão as prioridades e os cinco objetivos primordiais, cabe a cada EM adotar e desencadear os meios para a definição dos seus próprios objetivos em cada uma das áreas prioritárias.

O QPF (Quadro Plurianual de Financiamento) 2020 define para cada ano no período de sua vigência, as percentagens de financiamento a atribuir a cada uma das áreas estratégicas- 2020.

Fig. 178 Prioridades da União Europeia 2020



Fonte: IDR

CompromissoMadeira@2020

Eixos Prioritários

A análise efetuada ao Diagnóstico Prossecutivo Regional 2014, mostra que no período de 2007 a 2012, terá ocorrido uma sustentação do rendimento da Região a partir de transferências (públicas e privadas) do exterior, de fluxos significativos de remessas de emigrantes e de transferências de fundos públicos, com origem no Orçamento do Estado e/ou em fundos comunitários.

A ultra periferia, não pode ser distanciada das dificuldades que os empresários, comerciante e instituições, têm que fazer frente num contexto cada vez mais concorrencial, mesmo entre as regiões da Europa. Para fazer frente a muitos fatores negativos resultantes da condição geográfica, da falta de competitividade, da falta de modernização, da falta de formação e visão, dos grandes padrões de desemprego, etc. são definidos eixos de desenvolvimento para os quais serão canalizados fundos comunitários.

Os Eixos Prioritários que já estão definidos e que podem vir a estimular o setor do comércio e serviços, no período 2014-2020 são:

Eixo 2. Melhorar o Acesso às Tecnologias de Informação e de Comunicação, Bem como a sua Utilização e Qualidade (FEDER e Fundo de Coesão).
Eixo 3. Reforço da Competitividade das Pequenas e Médias Empresas PME´s (FEDER).
Eixo 4. Apoiar a Transição para uma Economia de Baixo Teor de Carbono em todos os Sectores (FEDER).
Eixo 5. Proteger o Ambiente e Promover a Eficiência de Recursos (FEDER e Fundo de Coesão).
Eixo 6. Promover o Emprego e Apoiar a Mobilidade Laboral (FSE).

O IDR,IP – RAM, disponibiliza um, serviço de alerta, onde são divulgados os convites para a apresentação de candidaturas aos fundos comunitários, designados através dos Programas de Ação Comunitária www.idr.gov-madeira.pt/sicn/ e também através da *newsletter*.

Fig. 179 Áreas de Desenvolvimento da RAM

Áreas de Desenvolvimento:	Convites a apresentação de candidaturas actualmente a decorrer:
Ambiente **Áudio Visual** → Cidadania Concorrência Cultura Defesa do Consumidor/Empresas Economia e Finanças	1- Programa Europa Criativa – Data Convite: 1-01-2014 / Data Limite: 30-11-2014 Candidatura para o Subprograma MEDIA 2-Programa MEDIA 2007 – Data de Convite: 20-12-2013 / data Limite. 1-10-2014 Apoio à distribuição transnacional de filmes europeus
Educação, Formação e Juventude → Emprego Energia Justiça Saúde Migração *atidos Políticos Política Regional	1-Programa ERASMUS – Data Convite: 12-12-2013 / Data Limite:1-10-2014 Candidatura para a Mobilidade Individual para aprendizagem. Cooperação para a inovação e intercâmbio de boas práticas. Apoio à reforma de políticas Actividades Jean Monnet e Desporto
I&DT → Segurança Sociedade da Informação/TIC Transportes	1- Horizonte 2020 - Data Convite: 03-02-2014 / Data Limite: 19-09-2014 Oportunidade de financiamento de I&DT no Desafio Societal 5 (DS5), Acção Climática, Ambiente, Eficiência de Recursos e materiais – Primas. 2-Horizonte 2020 - Data Convite: 11-12-2013 / Data Limite: 30-06-2014 Candidaturas abertas, para o PILAR I – Excelência Científica PILAR II – Liderança industrial PILAR III – Desafios Societais

Fonte: IDR

Refere-se que o ordenamento do território e a localização das atividades economias são considerados no Decreto Legislativo Regional nº 2/2014/M, de 10 de Abril de 2014, como fatores que influenciam diretamente os sobrecustos regionais e podem agravar a sustentabilidade ambiental da Região.

"Importância do ordenamento do território e da localização das atividades económicas e de ocupação humana. Esta variável, com acentuada margem de intervenção das políticas públicas regionais, afigura-se crítica para minimizar os riscos ambientais e melhorar a envolvente territorial e carece de instrumentos/orientações de ordenamento.

As assimetrias internas de ocupação do território e de distribuição das atividades económicas têm um custo relevante em termos de pressão sobre os recursos naturais e as redes de infraestruturas, agravando os sobrecustos que a Região já sofre, ao mesmo tempo que degradam a qualidade da envolvente ambiental, recurso crítico para atividade turística, que tem na sustentabilidade ambiental, territorial e social um argumento competitivo decisivo."

A resolução nº 78/2014, de 25 de Fevereiro da Presidência do Governo Regional, aprovou o Decreto-Legislativo Regional nº 2/2014/M que "Aprova o Plano de Desenvolvimento Economico e Social Regional para o período 2014-2020", designado por "Compromisso Madeira@2020" e que consubstancia as linhas orientadoras da estratégia para o desenvolvimento económico e social.

Já estão definidos os cinco eixos de intervenção, a saber: 1) I&D, Inovação e Energia, 2) Competitividade e Internacionalização, 3) Sustentabilidade Ambiental e Coesão Territorial, 4) Formação de Competências, e 5) Coesão Social, que vão direcionar a estratégia e os objetivos futuros.

A Reabilitação Urbana no DOER (Diagnóstico de Orientação Estratégica Regional)

A preocupação regional com a componente da reabilitação urbana, mantem-se no DOER destacando-se as seguintes medidas: a) diversificar e reforçar as medidas de política social com mobilização das entidades públicas e privadas com vista à inclusão ativa e à promoção da economia e empreendedorismo sociais, b) contribuir para a aplicação generalizada dos princípios de arquitetura sustentável, eficiência energética e hídrica nos edifícios habitacionais, c) contribuir para aplicação generalizada de soluções de mobilidade urbana sustentável e de arquitetura inclusiva, d) aplicar princípios de eficiência e sustentabilidade energética e hídrica no âmbito da recuperação de habitações próprias, e e) dotar o parque de habitação social de infraestruturas e equipamentos sociais destinados a atividades sociais, educativas, culturais e desportivas.

A reabilitação urbana é uma área estratégica e de "importância capital" no contexto das políticas das cidades de tal forma que se tem vindo a verificar um conjunto de alterações legislativas e excecionais que agilizam este processo. A sua estrutura multidisciplinar fomenta o desenvolvimento e o crescimento da actividade economica e do emprego.

Qualidade e Estratégia

A qualidade é um processo constante de procura de soluções e alternativas aos problemas. Para o efeito, é importante a existência de um sistema de monitorização e acompanhamento que nos dê o *feedback* sobre a qualidade.

Para Portugal e para a RAM perspetiva-se um acompanhamento das tendências europeias com uma "… evolução (e não uma revolução) ". A qualidade cada vez mais é um elemento diferenciador das cidades e assim de todas as ofertas que esta pode disponibilizar ao residente, visitante e turista.

A qualidade será um dos aspetos diferenciadores da marca "Comércio Tradicional do Funchal" para elevar o potencial competitivo da cidade do Funchal. O reconhecimento internacional das qualidades intrínsecas dos sítios, das cidades, das regiões e dos países é importante para a sua viabilização económica.

1.4 Indicadores a Reter

São vários os indicadores que dão indícios de alguma retoma económica e que podem ter como efeito a maior confiança, o que se reflete no investimento. Indicadores relativos ao crescimento da procura interna, às exportações, à diminuição do desempego (15,7%, em 2014) e ao crescimento do PIB (estimado em 1,2%, em 2014), reforçam esse sentimento de melhoria progressiva da situação económica nacional.

Também o setor do turismo com um crescimento de 7,3% em 2013, ajuda a animar o clima económico ao qual se junta a tendência crescente e estável ao nível dos setores industriais, construção, comércio a retalho e serviços, verificado nos últimos 14 meses. Associado a esta ambiente positivo, de realçar as taxas de juro e o *spread*, que têm vindo a diminuir desde 2013.

Existem outros fatores que devem ser assimilados pois indicam-nos que a par de um clima de maior confiança, criaram-se novos hábitos e comportamentos. As inovações tecnológicas reduziram as barreiras à entrada no mercado, facilitando a concretização de novos negócios. Hoje, as empresas podem competir de um modo mais eficaz e eficiente, mesmo com empresas de dimensão superior. Vejamos um conjunto de indicadores recentes sobre os quais vale a pena refletir:

- As transações eletrónicas dentro da UE representam já cerca de 4% do PIB da UE.
- Em 2013, cerca de 62,3% das habitações em Portugal tinham acesso à *Internet*.
- Até 2017 estima-se que o número de pessoas com acesso à *internet* cresça até os 80% do total da população;
- Em Portugal, 25% da população compra *online*, prevendo-se que em 2017 os valores rondem os 35%.
- Em 2012 foram vendidos quase 3,5 milhões de dispositivos móveis, incluindo PC portáteis, *tablets* e *smartphones* (96% dos dispositivos têm acesso à *internet*).
- Estima-se que, até 2017, o número de dispositivos alcance os 4,9 milhões e que destes, 98% tenham acesso à *internet*;
- Estima-se que as compras eletrónicas entre consumidores e empresas, cresça até aos 4 mil milhões em 2017, representando 2,5% do PIB nacional;
- Portugal é o quarto maior utilizador de cartões bancários (1,9 cartões por habitante);

Estes números despertam-nos para a existência de um potencial tecnológico, por ventura subaproveitado, que tende a ganhar ainda mais expressão num futuro próximo. Novos comportamentos induzem novos paradigmas e não será apenas na forma de "fazer comércio".

2. Análise SWOT

A análise SWOT *(S*trengths*, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) é uma metodologia caraterística do diagnóstico em gestão estratégia, que consiste em sistematizar informação relativa à envolvente interna: Pontos Fortes e Pontos Fracos e à envolvente externa: Oportunidades e Ameaças. Considerou-se, portanto, pertinente proceder a esta caracterização tendo por base a informação obtida através do estudo de caracterização do comércio e serviços no Funchal.

Assim, foram elaboradas três análises SWOT correspondendo às três dinâmicas que integram o setor do comercial e serviços: Meio Urbano, Oferta e Procura.

Fig. 180 Análise SWOT

SWOT - MEIO URBANO	
PONTOS FORTES	**OPORTUNIDADES**
CLIMA AMENO	NOVO QUADRO COMUNITÁRIO DE APOIO 2014-2020
BELEZA NATURAL RECONHECIDA	UNIVERSIDADE DA MADEIRA
SITUAÇÃO GEOGRÁFICA PRIVILEGIADA	M-ITI (CAPACIDADE DE INVESTIGAÇÃO TECNOLÓGICA)
ABUNDÂNCIA E QUALIDADE DOS ESPAÇOS VERDES	MAIOR SENSIBILIZAÇÃO PARA A CONCERTAÇÃO DE POLÍTICAS
ACESSIBILIDADE	DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA
RIQUEZA PATRIMONIAL E HISTÓRICA	CRESCENTE VOCAÇÃO DO CENTRO PARA O COMÉRCIO
BOA REDE DE EQUIPAMENTOS	MIGRAÇÃO PARA SISTEMAS ENERGÉTICOS MAIS EFICIENTES
BOA REDE DE INFRAESTRUTURAS	INCREMENTO DAS ENERGIAS RENOVÁVEIS
FRENTE ATLÂNTICA	
PORTO DE PASSAGEIROS	
FÁCIL ACESSO AOS RESTANTES MUNICÍPIOS	
SEGURANÇA URBANA	
PONTOS FRACOS	**AMEAÇAS**
DEGRADAÇÃO DE ALGUM EDIFICADO	CONSTRANGIMENTOS FINANCEIROS PÚBLICOS
OBRAS DE LONGA DURAÇÃO	FRAGILIDADE DO SISTEMA ECONÓMICO-FINANCEIRO
VULNERABILIDADE AMBIENTAL	FORÇA DOS DESTINOS TURÍSTICOS CONCORRENTES
SUSCETIBILIDADE A DIVERSOS RISCOS	ELEVADOS CUSTOS ASSOCIADOS À REABILITAÇÃO URBANA
OROGRAFIA ACIDENTADA	EDIFICADO OCUPADO EM REGIME DE ARRENDAMENTO
HORÁRIO DESADEQUADO DA RECOLHA DE RESÍDUOS	ENVELHECIMENTO POPULACIONAL
ELEVADA PRESSÃO URBANÍSTICA	DESERTIFICAÇÃO DO CENTRO
FALTA DE AUTUAÇÃO	FRACA CAPACIDADE DE INVESTIMENTO
MAIOR ARTICULAÇÃO NAS OBRAS DA VIA PÚBLICA	DIFICULDADE NO ACESSO A CRÉDITO
AUSÊNCIA DE REGULAMENTOS ESPECÍFICOS	COMPLEXIDADE LEGISLATIVA
RUÍDO URBANO	ALGUNS PRÉDIOS DEGRADADOS E/OU DEVOLUTOS
INCOMPATIBILIDADE DE USOS RESIDENCIAL E COMERCIAL	FRACA COORDENAÇÃO ENTRE AGENTES
CARÊNCIA DE EQUIPAMENTOS DE APOIO AO CONSUMIDOR	N.º SIGNIFICATIVO DE LOJAS FECHADAS
ÁREAS DA CIDADE COM OBSTÁCULOS À MOBILIDADE	DISFUNÇÃO DO MERCADO DE ARRENDAMENTO
REQUISITOS LEGAIS DIFICEIS DE CUMPRIR NA REABILITAÇÃO	RECURSO EXCESSIVO AO AUTOMÓVEL PARTICULAR
COLOCAÇÃO DE RESÍDUOS JUNTO ÀS FACHADAS	BARREIRAS ARQUITETÓNICAS
	OCORRÊNCIA DO MOSQUITO VETOR DO DENGUE

SWOT - OFERTA	
PONTOS FORTES	**OPORTUNIDADES**
CRIAÇÃO DA MARCA "COMÉRCIO TRADICIONAL"	NOVO QUADRO COMUNITÁRIO DE APOIO 2014-2020
CONSCIÊNCIA DAS ENTIDADE NO FOMENTO DE LOJAS ÂNCORA	ALTERAÇÕES LEGISLATIVAS (HORÁRIOS, SALDOS, RENDAS…)
EMPENHO DAS ENTIDADES NA REVITALIZAÇÃO DO SECTOR	CENTRO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS DA RAM
REDUÇÃO DAS TAXAS MUNICIPAIS	UNIVERSIDADE DA MADEIRA
ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DINÂMICAS	M-ITI (CAPACIDADE DE INVESTIGAÇÃO TECNOLÓGICA)
BOA REDE DE EQUIPAMENTOS	ESTRATÉGIA REGIONAL PARA A QUALIDADE
BOA REDE DE INFRAESTRUTURAS	INCREMENTO DAS ENERGIAS RENOVÁVEIS
NOVAS GERAÇÕES COM VOCAÇÃO EMPREENDEDORA	COBERTURA QUASE TOTAL DO CENTRO COM INTERNET
BOA QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS REGIONAIS	AFLUÊNCIA DE EMIGRAÇÃO COM VONTADE DE INVESTIR
PREDISPOSIÇÃO PARA FERRAMENTAS DE FIDELIZAÇÃO	INCENTIVOS AO CLIENTE DO COMÉRCIO TRADICIONAL
CONSCIENCIA DA NECESSIDADE DE DESBUROCRATIZAR	TENDÊNCIA TÍMIDA MAS CRESCENTE PARA O USO DAS TIC
O CHARME DE FAZER COMPRAS NO CENTRO	IMPORTANTE CONTRIBUTO DO COMÉRCIO PARA O PIB
OS EMIGRANTES ELEGEM O CENTRO PARA INVESTIR	MAIOR SELETIVIDADE POR PARTE DO CONSUMIDOR
OS TURISTAS VISITAM E PERMANECEM NO CENTRO	MAIOR ADESÃO AOS NOVOS MODOS DE PAGAMENTO
ESPÍRITO CRIATIVO EM TEMPOS DE CRISE	PREOCUPAÇÃO CRESCENTE COM A IMAGEM E O LAZER
PONTOS FRACOS	**AMEAÇAS**
GRANDE RESISTÊNCIA ÀS MUDANÇAS	DEBILIDADE DA ECONOMIA NACIONAL
MERCADO REDUZIDO E CONFINADO	FRACA CAPACIDADE DE INVESTIMENTO
TECIDO EMPRESARIAL REDUZIDO	DESCONFIANÇA DOS MERCADOS
ALGUMA RELUTÂNCIA ÀS TIC	CUSTOS ASSOCIADOS À INSULARIDADE
FRACA VISÃO ESTRATÉGICA	LIMITAÇÕES NO TRANSPORTE AÉREO
POUCA ABERTURA AO RISCO	CARÊNCIAS NO TRANSPORTE MARÍTIMO
BAIXA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA	GRANDE DEPENDÊNCIA DO EXTERIOR
TRABALHADORES POUCO QUALIFICADOS	AUSÊNCIA DA ESTRATÉGIA DIRIGIDA AO MERCADO TURÍSTICO
BUROCRACIA EXCESSIVA	ENVELHECIMENTO POPULACIONAL
LEGISLAÇÃO COMPLEXA	EDIFICADO COM ALGUMA DEGRADAÇÃO
CORPO EMPRESARIAL ENVELHECIDO	EDIFICADO OCUPADO EM REGIME DE ARRENDAMENTO
CORPO EMPRESARIAL POUCO QUALIFICADO	DISFUNÇÃO DO MERCADO DE ARRENDAMENTO
HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO DESAJUSTADOS	FRACO ESPÍRITO CORPORATIVO E COLABORATIVO
ÁREA DOS ESPAÇOS COMERCIAIS REDUZIDA	FALTA DE INOVAÇÃO E MODERNIZAÇÃO
FRACA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR	FRACA ADESÃO À VENDA MULTICANAL
INEXISTÊNCIA DE ESTRATÉGIA DE MARKETING	CONCORRÊNCIA DAS GRANDES SUPERFÍCIES
PREÇO IMOBILIÁRIO ESPECULATIVO	OCORRÊNCIA DO MOSQUITO VETOR DO DENGUE
POUCA INFORMAÇÃO SOBRE OS APOIOS DISPONÍVEIS	DISTANCIAMENTO ENTRE OS COMERCIANTES E DECISORES
DESCONHECIMENTO DAS NOVAS TENDÊNCIAS DO CONSUMO	CARGA FISCAL
	ELEVADA TAXA DE DESEMPREGO

SWOT - PROCURA	
PONTOS FORTES	**OPORTUNIDADES**
ATENDIMENTO PERSONALIZADO	NOVO QUADRO COMUNITÁRIO DE APOIO 2014-2020
CRIAÇÃO DA MARCA "COMÉRCIO TRADICIONAL"	ALTERAÇÕES LEGISLATIVAS (HORÁRIOS, PERÍODO DE SALDOS)
DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	AUMENTO DE TURISTAS
CONCENTRAÇÃO DE SERVIÇOS NO CENTRO	REPUTAÇÃO TURÍSTICA INTERNACIONAL
CONCENTRAÇÃO DE EQUIPAMENTOS NO CENTRO	GRANDE AFLUÊNCIA DE TURISTAS DE CRUZEIRO
CLIMA AMENO	CRESCIMENTO DA PROCURA DE PRODUTOS TRADICIONAIS
BOA REDE DE EQUIPAMENTOS	CONSUMO ALIADO AO LAZER EM CRESCIMENTO
BOA REDE DE INFRAESTRUTURAS	MAIOR HARMONIZAÇÃO DE HORÁRIOS ENTRE SETORES
BOA RELAÇÃO COMERCIANTE/RESIDENTE	FRENTE ATLÂNTICA
BOA RELAÇÃO COMERCIANTE/TURISTA	USO MASSIFICADO E GENERALIZADO DE TECNOLOGIA
PARQUE HOTELEIRO DE EXCELÊNCIA	MAIS INFORMAÇÃO E ACOMPANHAMENTO AO CONSUMIDOR
PROXIMIDADE DO PORTO AO CENTRO DA CIDADE	PACOTES PARA MAIOR DURAÇÃO DO TURISTA NO CENTRO
FORTE DINÂMICA CULTURAL URBANA	CRESCIMENTO DO SEGMENTO DOS CRUZEIROS NA EUROPA
	MAIOR ARTICULAÇÃO DOS CALENDÁRIOS DE EVENTOS
	MAIOR PROMOÇÃO DOS PRODUTOS REGIONAIS
	TENDÊNCIA TÍMIDA MAS CRESCENTE PARA O USO DAS TIC
	MELHORES ACESSOS, MAIOR MOBILIDADE
PONTOS FRACOS	**AMEAÇAS**
ENVELHECIMENTO POPULACIONAL	REDUÇÃO DO RENDIMENTO DISPONÍVEL NAS FAMÍLIAS
DISTÂNCIA DO MERCADO NACIONAL AO EUROPEU	DEBILIDADE DA ECONOMIA NACIONAL E REGIONAL
CUSTO ELEVADO DO ESTACIONAMENTO	BAIXO PODER DE COMPRA
ALGUMAS LIMITAÇÕES AO NÍVEL DO TRANSPORTE PÚBLICO	RETRAÇÃO DO CONSUMO
CONFLITO DE HORÁRIOS DAS CARGAS E DESCARGAS	CUSTOS ASSOCIADOS À INSULARIDADE
POUCOS EQUIPAMENTOS DE APOIO AO CONSUMIDOR	CUSTOS DO TRANSPORTE AÉREO
SINALÉTICA INEXISTENTE OU CONFUSA	FRACA PROMOÇÃO NO EXTERIOR
FALTA DE VALORIZAÇÃO E PROMOÇÃO DO MERCADO	AUSÊNCIA DA ESTRATÉGIA DIRIGIDA AO MERCADO TURÍSTICO
HORÁRIO DE EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DESAJUSTADOS	DIFICULDADE NO ACESSO A CRÉDITO
DIFICULDADES DE GESTÃO DA GRANDE AFLUÊNCIA AO CENTRO	N.º SIGNIFICATIVO DE LOJAS FECHADAS
COLOCAÇÃO DE RESÍDUOS JUNTO ÀS FACHADAS	RECURSO EXCESSIVO AO AUTOMÓVEL PARTICULAR
FRACA E INEFICIENTE ILUMINAÇÃO PÚBLICA	FALTA DE INCREMENTO DA FUNÇÃO RESIDENCIAL NO CENTRO
	BARREIRAS ARQUITETÓNICAS
	OCORRÊNCIA DO MOSQUITO VETOR DO DENGUE
	OCUPAÇÃO INDEVIDA DA VIA PÚBLICA
	POUCA INFORMAÇÃO E POUCA TRANSPARÊNCIA
	CARGA FISCAL
	ELEVADA TAXA DE DESEMPREGO

3. Eixos Estratégicos de Suporte à Revitalização do Comércio e Serviços no Funchal

- Com base na informação obtida através do estudo de caracterização e diagnóstico do comércio e serviços do Funchal e nas reflexões que o mesmo suscita;
- Com base na análise prospetiva efetuada, que nos deixa perspetivar um pouco daquela que será a realidade futura;
- Como base na análise SWOT, que nos mostra o cenário com que temos de trabalhar, na qual se identificam as variáveis internas (pontos fortes e fracos) e as variáveis externas (oportunidades e ameaças);

Importa definir um conjunto de eixos estratégicos, com base nos quais serão delineadas e estruturadas as medidas que irão corporizar o programa de revitalização do comércio no Funchal. São três os eixos definidos:

1. VALORIZAR O MEIO URBANO, MITIGANDO AS SUAS FRAGILIDADES E ENALTECENDO O SEU POTENCIAL

O aparelho económico da cidade desenvolve a sua atividade sobre o meio urbano que tem a função de oferecer as condições necessárias ao exercício dessa atividade. Quando tal não acontece é necessário elevar o nível de exigência e melhorar as condições oferecidas pelo meio urbano. Mais do que nunca, as cidades têm de ser criativas e competitivas pelo que, conceitos com *smart cities* e *marketing* urbano deverão ser convenientemente explorados.

Ordenamento, reabilitação, regeneração, mobilidade, acessibilidade, captação de apoios, cultura, eficiência energética e higiene urbana, são conceitos fortes inerentes a este eixo, com base nos quais serão propostas medidas conducentes à revitalização do comércio do Funchal.

2. INCREMENTAR A OFERTA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS COM BASE NA COMPETITIVIDADE E RAQUALIFICAÇÃO DO SETOR

O comportamento do consumidor tem vindo a mudar pelo que a oferta terá de acompanhar os processos de mudança, modernizar-se e adaptar-se às novas tendências. Deverá faze-lo por via das novas tecnologias e da criatividade para encontrar novas formas de financiamento e novos *modus operandi.* A concorrência deve ter lugar não apenas com base em fatores económicos, mas também à luz de critérios de desempenho social, ético e ambiental (Barreta, 2012).

Os comerciantes, independentemente da sua dimensão, ramo ou localização, deverão desenvolver a sua atividade num ambiente concorrencial livre, aberto e informado, em condições de segurança e conforto, onde os interesses de todos sejam conciliados, desde a obtenção do lucro e criação de riqueza, à proteção do ambiente e o respeito pelas políticas de ordenamento do território. É sobretudo a capacidade competitiva de cada empresa, *per si,* que lhe dará a possibilidade de singrar, mas é com o conjunto das várias empresas do setor que se gera uma dinâmica urbana saudável e próspera.

Modernização, inovação, criatividade, cooperação, comunicação, simplificação, requalificação e formação, são conceitos fortes inerentes a este eixo, com base nos quais serão propostas medidas conducentes à revitalização do comércio do Funchal.

3. POTENCIAR A PROCURA COM BASE NUMA OFERTA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS REQUALIFICADA E EM MEIO URBANO ATRATIVO E ACOLHEDOR

Estando a procura local de comércio e serviços assente em dois grandes grupos de consumidores, os residentes e os visitantes, há que perceber quais são as suas necessidades e exigências específicas, por forma a adequar as medidas a incrementar. Em ambos os casos, temos hoje consumidores mais exigentes e mais informados pelo que só serão atraídos à cidade se a oferta que encontram for competitiva, diversificada e diferenciada e se o meio urbano que os acolhe, por apelativo. Como refere Simão (2007), quer seja no interior de uma grande superfície ou numa zona pedonal da cidade o que se comercialize de forma atraente encontra, naturalmente, consumidores.

O consumidor local deve ter o acesso a um número tão vasto quanto possível de comerciantes e de produtos de qualidade a preços competitivos e acessíveis, tendo por base um consumo inteligente, sustentável e inclusivo. A informação que recebe deve ser abundante e transparente para que possa escolher com confiança e segurança. Sendo a população cada mais idosa, conceitos como segurança e conforto, acessibilidade e mobilidade têm de ser assegurados de forma prioritária. A aposta no *e-commerce* poderá contribuir para contrariar alguns dos efeitos negativos inerentes às formas tradicionais, designadamente, na acessibilidade aos estabelecimentos comerciais.

Mobilidade, acessibilidade, informação, comunicação, segurança, conforto e animação são conceitos fortes inerentes a este eixo, com base nos quais serão propostas medidas conducentes à revitalização do comércio do Funchal.

É do equilíbrio harmonioso entre estas três realidades que resultará um sistema comercial sustentável. Basta que uma das esferas seja afetada para o sistema se desequilibrar. Por essa razão, há que conhecer o potencial e as debilidades destas três realidades e desenhar medidas ajustadas que ajudem a eliminar ou mitigar os problemas e a potenciar as valências que caraterizam cada uma delas.

Fig. 181 Dinâmicas que integram o setor do comercial e serviços

Fonte: Município do Funchal

Crê-se que sem esta visão holística do setor do comércio e serviço, do qual fazem parte estas três componentes, não será possível revitalizar economicamente a cidade de uma forma sustentada. Os inúmeros esforços e medidas avulsas, da iniciativa dos setores público, privado e associativo, apesar de importantes, não têm conseguido produzir os efeitos abrangentes e duradouros que seriam desejáveis.

5. Dinâmicas Territoriais: Zonamento

O presente estudo proporcionou um conjunto de indicadores, de reflexões e todo um conhecimento que se procurou potenciar ao transpor para as plantas que seguem. A visão espacial e de conjunto da área de estudo complementam a análise pretendida.

Não pretendendo ser uma proposta acabada, estas plantas constituem uma importante base de trabalho para a formulação das medidas de revitalização do comércio e serviço. São plantas que identificam dinâmicas e comportamentos que por sua vez sustentam algumas opções e propostas.

Para a identificação das dinâmicas, foi importante a captação do "movimento" e as "trajetórias" percecionadas em campo e que traduzem a dinâmica dos consumos na cidade. Foram detetadas na área de estudo sete dinâmicas positivas e 10 dinâmicas negativas, identificadas por D+ e D-. Resulta que uma dinâmica é negativa quando há um subaproveitamento do potencial urbano existente e é positiva, quando há uma utilização maximizada do espaço e de todo o seu potencial.

A definição de dinâmicas positivas e negativas foi organizada em torno de tês temáticas:
a) Sistema urbano e o ordenamento territorial onde acontecem as diferentes interações entre o passado e o futuro;
b) Territórios de competitividade, de conhecimento e de inovação,
c) Territórios de qualidade de vida e de bem-estar;

A segunda planta, traduz um zonamento da atividade de comércio e serviços na área de estudo. Procurou-se delimitar diferentes áreas com coerência do ponto de vista de sua componente de comércio e serviços. Não havendo uma restrição ao uso, apenas se pretende evidenciar algumas características e aptidões de cada uma das zonas para um determinado tipo de oferta. Assim, resultou na definição de três zonas: Alta polaridade, Áreas a condicionar e Áreas a incentivar a atividade de comércio e serviços.

A alta polaridade consiste a demarcação de uma área-corredor que atravessa a cidade, ligando os pontos extremos onde se localizam as duas principais âncoras. A saber, a oeste o *Dolce Vita*, Infante e a este o Mercado Municipal, centro comercial *Oudinout* e Anadia.

As zonas a incentivar, são as que estão aptas a receber comércio e serviços de caraterísticas tradicionais, de grande importância para a dinâmica económica da cidade. Procuram agregar as ruas tradicionais e históricas, tornando o território coeso do ponto de vista da sua oferta comercial.

As zonas a condicionar, são aquelas cuja oferta comercial e de serviços apresentam características muito próprias. Trata-se de adaptar a oferta especificamente ao turismo e ao uso predominantemente residencial, onde se justifica um comércio e serviços de proximidade, lazer e divertimento.