

COMÉRCIO E SERVIÇOS EM ÁREAS URBANAS DE GÉNESE ILEGAL: O CASO DA QUINTA DO CONDE

Ricardo Jorge Alves Tomé

Dissertação de Mestrado em Gestão do Território

MARÇO DE 2011



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

Declaro que esta dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Lisboa, 31 de Março de 2011

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciada pelo júri a designar.

O orientador,

Lisboa, 31 de Março de 2011

*“Não sou nada.
Nunca serei nada.
Não posso querer ser nada.
À parte disso, tenho em mim
todos os sonhos do mundo...”*

(Álvaro de Campos)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, cabe-me agradecer a compreensão e ajuda que a minha família me deu neste último ano e meio: à minha mãe agradeço a eterna disponibilidade e atenção; à minha irmã, o seu enorme apoio e o conhecimento da realidade quintacondense que me transmitiu, sem esquecer a sua generosidade; ao meu sobrinho todos os momentos partilhados; e à minha tia Carla, todo o estímulo que me inculuiu.

Em seguida, um muito obrigado ao meu orientador, Professor Doutor José Afonso Teixeira, pelas várias revisões e críticas que, por certo, melhoraram substancialmente esta investigação.

Ao Senhor Vítor Antunes, actual presidente da Junta de Freguesia da Quinta do Conde, agracio toda a ajuda que me deu ao longo deste período, destacando dois contributos que tornaram este estudo mais rico: a evolução do preço do solo na Quinta do Conde e a cedência de material fotográfico.

À Câmara Municipal de Sesimbra agradeço a disponibilização de diversos conteúdos solicitados para a realização desta dissertação.

À Esri Portugal, na pessoa do meu Director (Eng. Fernando Azevedo Mendes) e da Coordenadora de Capital Humano (Dr.^a Maria João Tibério), o meu obrigado pela oportunidade profissional e compreensão.

À Ana Catarina Neves e à Marina Alagoa agradeço toda a amizade que têm demonstrado ao longo da nossa jornada universitária.

Um último obrigado a um conjunto de pessoas que passaram, mesmo que pontualmente, pela minha vida e deixaram a sua marca.

COMÉRCIO E SERVIÇOS EM ÁREAS URBANAS DE GÉNESE ILEGAL: O CASO DA QUINTA DO CONDE

Ricardo Jorge Alves Tomé

RESUMO

Como consequência dos problemas sociais, culturais e económicos que caracterizaram Portugal na segunda metade do século XX surgiram muitas Áreas Urbanas de Génesse Ilegal (AUGI). O fenómeno de construção feita sem autorização das Câmaras Municipais, a quem compete licenciar e controlar as obras realizadas por particulares, ocorreu em massa nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto, como consequência dos processos de industrialização e do êxodo rural que lhe está associado. A sua natureza clandestina fez com que as boas práticas urbanísticas não fossem levadas em conta, originando muitos problemas no espaço urbano e condicionando a sua organização e evolução.

A Quinta do Conde foi uma AUGI. Os primeiros loteamentos surgiram na década de 60 e, desde cedo, se levantaram alguns problemas urbanos, entretanto resolvidos ou minimizados. Vários factores atraíram, nos últimos cinquenta anos, população para a freguesia, imprimindo elevadas dinâmicas populacionais e de construção, ao ponto da Quinta do Conde ser, em termos relativos, a freguesia com o maior aumento inter-censitário (1991-2001) de população a nível nacional.

Desde a sua génesse, o comércio e os serviços que aí se instalaram têm sofrido grandes mutações. Assim, passou-se de um comércio predominantemente associado ao alimentar e à construção civil, com uma estruturação incipiente e muito marcada pela índole familiar em que se desenvolvia, para uma oferta mais vasta de produtos, alguns deles com especialização, num ambiente urbano mais estruturado. A oferta de serviços é, por comparação, mais recente e mais especializada, apresentando lógicas de localização próprias. Criaram-se, portanto, condições para que se implementassem no território empresas de grande dimensão do retalho alimentar e não alimentar e, ao mesmo tempo, se desenvolvessem nichos de mercado especializados.

Palavras-chave: Áreas Urbanas de Génesse Ilegal; Suburbanização; Comércio e Serviços; Quinta do Conde.

RETAIL AND SERVICES IN URBAN AREAS DEVELOPED AGAINST THE LAW: THE CASE OF QUINTA DO CONDE

Ricardo Jorge Alves Tomé

ABSTRACT

As a consequence of the socio-economic and cultural factors, distinctive on Portugal in the second half of the twentieth century, there were several urban areas developed against the law (AUGI). Urban developments made without the authorization of municipalities, responsible for the licensing and the control of buildings carried by private individuals, occurred in metropolitan areas of Lisbon and Porto. This phenomenon was a result of industrialization and rural exodus that occurred at the time. Correct planning practices weren't respected and many problems arose as a consequence of this non-legal genesis, restraining urban organization and evolution.

Quinta do Conde, in the municipality of Sesimbra, was an AUGI. The first settlements appeared in the 60's and soon some urban problems had arisen, but in the meantime they were already solved or minimized. In the last fifty years, several factors have attracted the population to this district, causing high population and building dynamics, reaching, in relative terms, the largest national increase in inter-census population (1991-2001).

Local retail activities have undergone major changes since its origins. They went from a predominantly food and beverages retail that had an incipient and family based structure to a wider and more structured offer, with the presence of large food and non food distribution groups. The provision of services is more recent, more specialized and show a clear location pattern.

Keywords: Urban Areas developed against the law, Suburbanization, Retail, Services; Quinta do Conde (Sesimbra).

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento e objectivos	2
1.2. Metodologia	3
1.2.1. Metodologia do levantamento funcional	4
1.3. Estrutura da dissertação	6
2. ÁREAS URBANAS DE GÉNESE ILEGAL	8
2.1. Conceito	8
2.2. Enquadramento legal	9
2.3. Factores responsáveis pela criação de AUGI	15
2.4. Distribuição espacial	17
2.5. Impactos sociais e territoriais	20
3. COMÉRCIO E SERVIÇOS EM ESPAÇO SUBURBANO	22
3.1. As mudanças dos agentes	23
3.2. Expansão urbana e espaços de consumo	28
3.2.1. As novas lógicas de localização do comércio e dos serviços em espaço suburbano	29
3.2.2. Dinâmicas territoriais	32
3.3. As principais formas de comércio em espaço suburbano	33
3.3.1. Comércio e Serviços junto aos principais eixos viários	34
3.2.2. Estabelecimentos de comércio e serviços tradicionais	35
a) Feiras	35
b) Mercearias	36
c) Outros estabelecimentos tradicionais	37
3.3.3. Os supermercados, os hipermercados e as lojas de <i>Discount</i>	38

3.3.4. Os centros comerciais	40
3.3.5. O <i>franchising</i>	43
3.3.6. Equipamentos colectivos	44
3.3.7. Os serviços às empresas	45
a) Parques empresariais, de escritórios e de tecnologia	46
b) Plataformas logísticas	47
4. DINÂMICAS TERRITORIAIS DA PENÍNSULA DE SETÚBAL E DA QUINTA DO CONDE ..	50
4.1. Península de Setúbal	50
4.1.1. Evolução demográfica	50
4.1.2. Rede de transportes e acessibilidade	52
4.1.3. Rede urbana	55
4.1.4. Especialização e hierarquização dos principais pólos urbanos	58
4.2. Quinta do Conde	62
4.2.1. Enquadramento territorial	62
4.2.2. Génese e evolução urbanística	62
4.2.3. Dinâmicas sócio-demográficas	65
4.2.4. Rede viária	68
4.2.5. Espaços edificados e não edificados	70
5. COMÉRCIO E SERVIÇOS NA QUINTA DO CONDE	74
5.1. A evolução do comércio e dos serviços na Quinta do Conde	74
5.1.1. Os primeiros estabelecimentos	74
5.1.2. O centro comercial	76
5.1.3. Mercado Municipal e Mercado de Levante	77
5.1.4. Novas áreas de comércio e serviços	80
5.1.5. A entrada das insígnias internacionais	83

5.1.6. A oferta de equipamentos e serviços básicos à população	87
5.2 Oferta actual de comércio e serviços na Quinta do Conde	92
5.2.1. Actividades económicas	94
5.2.2. Caracterização dos estabelecimentos	97
5.3 Oferta na Área Envolvente	98
5.4 Área de influência	99
6. CONDICIONANTES À EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS	101
6.1 Condicionantes do sistema urbano	101
6.1.1. Rede viária e bolsas de estacionamento	101
6.1.2. Debilidade do centro de comércio e serviços	103
6.1.3. Impactos territoriais dos novos paradigmas de consumo	104
6.1.4. Dispersão de equipamentos sociais	105
6.2 Condicionantes do edificado	107
6.2.1. Edifícios exclusivos para comércio e serviços	107
6.2.2. Requalificação de antigos armazéns e lojas	109
6.2.3. Espaços comerciais em edifícios plurifamiliares	110
6.3 Condicionantes da estrutura empresarial	112
6.4. O papel da CMS	113
7. CONCLUSÕES	116
7.1 O estudo	118
7.2 Perspectivas futuras	118
8. BIBLIOGRAFIA	120
9. ANEXOS	129

LISTA DE ABREVIATURAS

A	Auto-estrada
ACC	Área de Construção Clandestina
ACRRU	Área Crítica de Recuperação e Reconversão Urbanística
ADUP	Áreas de Desenvolvimento Urbano Prioritário
AMDS	Associação de Municípios do Distrito de Setúbal
AML	Área Metropolitana de Lisboa
AMP	Área Metropolitana do Porto
APCC	Associação Portuguesa de Centros Comerciais
APED	Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição
AUGI	Área Urbana de Génese Ilegal
CAD	Computer Aided Design (formato)
CCE	Centro Comercial Europa 3
CE	Comunidade Europeia
CMS	Câmara Municipal de Sesimbra
CP	Comboios de Portugal
DGOTDU	Direcção Geral do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Urbano
DGPU	Direcção Geral do Planeamento Urbanístico
DL	Decreto-Lei
DN	Despacho Normativo
DR	Decreto Regulamentar
EN	Estrada Nacional
GAE	Gabinete de Apoio ao Empresário
GNR	Guarda Nacional Republicana
IC	Itinerário Complementar
INE	Instituto Nacional de Estatística
IP	Itinerário Principal
ISP	Instituto de Seguros de Portugal
LAQC	Liga dos Amigos da Quinta do Conde
LBPOTU	Lei de Bases da Política de Ordenamento do Território e do Urbanismo
MODCOM	Sistema de Incentivos a Projectos de Modernização do Comércio
MTS	Metro Transportes do Sul
NAL	Novo Aeroporto de Lisboa
NRL	Novo Regime de Loteamento
NUT	Nomenclatura de Unidade Territorial
PACC	Plano de Actuação sobre as Áreas de Construção Clandestina
PCB	Ponte Chelas-Barreiro
PDM	Plano Director Municipal
PLP	Plataforma Logística do Poceirão
PMOT	Plano Municipal de Ordenamento do Território
POVA	Plano de Ordenamento da Venda Ambulante
POVT	Programa Operacional Valorização do Território
PP	Plano de Pormenor
PPUQC	Plano Parcial de Urbanização da Quinta do Conde
PROT	Plano Regional de Ordenamento do Território
PS	Península de Setúbal
PU	Plano de Urbanização

PUQC	Plano de Urbanização da Quinta do Conde
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
RJIGT	Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão do Território
SIG	Sistemas de Informação Geográfica
TGV	<i>Train à Grande Vitesse</i> (sigla francesa para designar comboio de alta velocidade)
UrbCom	Sistema de Incentivos a Projectos de Urbanismo Comercial

“As actividades comerciais só muito recentemente começaram a deixar de ser um tema marginal na investigação científica e o seu ordenamento territorial a constituir motivo de preocupação.”

Herculano Cachinho (cit em Medeiros, 2006a:266)

1. INTRODUÇÃO

Nas décadas de 50, 60 e 70 surgiram muitos loteamentos clandestinos, isto é, espaços com uma elevada percentagem de construções efectuadas sem permissão legal. A reconversão de Áreas Urbanas de Génese Ilegal (AUGI), como posteriormente foram denominadas, foi um processo moroso, mas, actualmente, o problema encontra-se contido e em fase de resolução.

Em termos territoriais, o fenómeno foi mais visível nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto. Para Gaspar (cit em Matos, 1990:150), *“existe uma correlação imperfeita entre a dinâmica destes processos [crescimento urbano realizado à margem das normas jurídicas estabelecidas], as transformações sociais e territoriais aceleradas, as diferenças sociais mais marcadas e as maiores debilidades económicas”*.

As principais motivações são de natureza política (p.e., grandes movimentos de populações para áreas urbanas, políticas de solos desadequadas e fraca capacidade do Estado para responder, quantitativa e qualitativamente, à procura), económica (p.e., baixos custos do terreno e da construção e elevadas expectativas de valorização) e cultural (p.e., necessidade de possuir solo/deixar herança, o imobiliário visto como a salvaguarda das poupanças individuais e, em alguns casos, o desejo de ter uma segunda residência) (Costa, 2008; Matos, 1990).

O processo de loteamento da Quinta do Conde surgiu na década de 60, sem contemplar as infra-estruturas básicas. Rosado (1997, cit em David, 2002:39) afirma que *“não muito depois [do loteamento] as pessoas foram-se apercebendo da gravidade da situação (...) Xavier de Lima não considera no seu loteamento a existência de rede de electricidade, água e saneamento, bem como acessos capazes dentro do loteamento ilegal.”* Com a progressiva resolução destes problemas e com a melhoria das acessibilidades rodoviárias e, mais recentemente, ferroviárias, a Quinta do Conde aumentou exponencialmente a sua população.

Nas últimas décadas, o comércio e serviços quintacondenses sofreram uma profunda mutação. Inicialmente, estávamos perante um pequeno comércio, também ele clandestino ou semi-clandestino, sem estrutura profissional, muitas vezes desenvolvido pela mulher como forma de complemento do rendimento familiar, com uma oferta básica, centrada nos produtos alimentares e que se desenvolvia a partir do núcleo residencial. Com o passar dos anos foram surgindo novas centralidades associadas à implantação do centro comercial, dos mercados, da abertura de novas avenidas/eixos comerciais e à implantação de insígnias nacionais e internacionais, que permitiram aumentar e diversificar a oferta comercial, bem como reforçar a componente de serviços, cujos impactos e especializações territoriais são já bem evidentes (CMS, 2006a; CMS, 2006b; David, 2002).

1.1. ENQUADRAMENTO E OBJECTIVOS

O estudo das AUGI tem abordado preferencialmente as questões relacionadas com a habitação e a reconversão urbanística. Todavia, nesta investigação, o objectivo principal é correlacionar a evolução do comércio e serviços em espaços urbanos cuja génese foi ilegal, com as transformações do próprio espaço e sua apropriação pela população. Assim, procurar-se-á analisar como um espaço urbano com estas características, com as suas especificidades ao nível de “desenho urbano” e desenvolvimento territorial, influencia o surgimento e conseqüente evolução dos espaços destinados ao comércio e serviços.

No que concerne aos objectivos secundários, pretende-se analisar os impactes das políticas territoriais na Quinta do Conde, que, de forma directa ou indirecta, têm influenciado o comércio e os serviços, bem como perspectivar o futuro a curto e a médio prazo destas actividades na freguesia.

A relevância e oportunidade deste estudo assentam em duas ideias: por um lado, o estudo das AUGI tem privilegiado outras vertentes que não a da distribuição espacial do comércio e serviços, o que confere alguma originalidade a esta investigação e também a torna mais desafiante; por outro lado, a Quinta do Conde tem características que fazem dela um excelente caso de estudo, não obstante ser uma área pouco estudada e com pouca literatura produzida e publicada.

Assim, espera-se que no final deste estudo se tenha apresentado uma visão sistémica, crítica e original, que contribua para a compreensão do fenómeno, sem descurar, todavia, que o tema das AUGI é altamente especializado, sendo cada caso único. Por isso, mais

que fazer generalizações sobre a temática, procurar-se-á compreender com maior precisão o fenómeno e os seus impactos na área em estudo.

Contudo, com a realização deste trabalho surgiram algumas dificuldades. Desde logo, o carácter interdisciplinar das AUGI (geografia, arquitectura, sociologia, planeamento, ordenamento do território, etc.) constitui uma dificuldade, uma vez que se corre o risco de ser cientificamente “parcial”, com algum enviesamento de perspectiva em favor da geografia e das questões territoriais. A aquisição de dados e a sua disponibilização morosa (isto quando existiam e/ou eram disponibilizados) também trouxeram alguns problemas, que foram, contudo, ultrapassados.

Ao nível bibliográfico, a grande maioria dos trabalhos sobre comércio e serviços reparte-se entre a escala urbana e rural, sendo raros os estudos em áreas suburbanas com estas características. Outros têm um carácter marcadamente sectorial.

Registaram-se ainda duas dificuldades adicionais: a escassez de material fotográfico, que permita demonstrar as mutações no comércio e serviços na área de estudo nas últimas décadas; a recolha e posterior actualização das informações relativas ao levantamento funcional, visto que existe um elevado número de estabelecimentos de comércio e serviços na freguesia e também devido à facilidade com que surgem e encerram.

1.2. METODOLOGIA

A realização desta dissertação pressupôs a leitura de uma vasta bibliografia especializada, tanto sobre as AUGI e respectivos processos de reconversão, como sobre as recentes transformações na oferta comercial e de serviços. Esta bibliografia fundamentará os primeiros capítulos da dissertação, com cariz mais teórico, mas será também um importante suporte para os demais capítulos.

No que concerne ao caso de estudo, consultou-se alguma literatura, embora a bibliografia existente sobre a Quinta do Conde seja escassa. Foi ainda realizado um levantamento funcional na área em estudo, de forma a obter uma base de dados sobre o comércio e serviços actualizada, que permitisse caracterizar melhor as actividades e os espaços em que se desenvolvem.

Para a realização de cartografia, a Câmara Municipal de Sesimbra (CMS) disponibilizou a base cartográfica da área, em formato CAD, o que implicou algum tratamento de

forma a trabalhar a informação num Sistemas de Informação Geográfica (no caso, ArcInfo (Esri)).

Ao nível da informação estatística, a fonte principal foi o Instituto Nacional de Estatística. Em Novembro de 2009, a CMS encetou um estudo sociodemográfico sobre a Quinta do Conde, que, por certo, valorizaria este trabalho. Todavia, após vários contactos com o Gabinete de Estudos Sociais do município, não foi possível conhecer em tempo útil os resultados desse estudo.

Por fim, tentou-se conhecer a evolução do movimento de passageiros da Fertagus que utiliza a estação de Coima com regularidade (p.e., através do número de passes com origem/destino em Coima), bem como os utilizadores do serviço SulFertagus e GIS Parques desta estação. A Fertagus mostrou inicialmente disponibilidade para agendar uma reunião, que nunca se realizou, por falta de respostas da empresa.

1.2.1. METODOLOGIA DO LEVANTAMENTO FUNCIONAL

O levantamento funcional visou a recolha de informação sobre as actividades económicas da Quinta do Conde, uma vez que esta nunca foi obtida nem sistematizada por nenhuma entidade. Com este levantamento pretendeu-se também obter elementos sobre as características exteriores e interiores dos edifícios.

Dada a dimensão do levantamento funcional, este não foi realizado continuamente. Assim, para garantir a qualidade dos dados, procedeu-se à sua validação na semana de 17 a 23 de Janeiro de 2011. Os dados recolhidos foram posteriormente tratados e georreferenciados, com vista à produção de cartografia e realização de análises espaciais.

A recolha de informação teve por base a seguinte grelha em Anexo (Figura 1:129).

Para garantir a qualidade dos dados, foram definidos os seguintes critérios para o preenchimento da ficha de levantamento funcional (Quadro 1).

ITEM	CRITÉRIOS DE PREENCHIMENTO
Número de Referência Interno (N_Ref)	Número de referência interno, que se expressa da seguinte forma [Letra]# , em que [Letra] corresponde à Área Geográfica e # ao número do lote. Este número de referência interno é essencial para migrar a informação para a base de dados da aplicação SIG.
Área Geográfica	A Quinta do Conde apresenta uma divisão da sua área geográfica em quatro áreas, designadas de Quinta do Conde 1, Quinta do Conde 2, Quinta do Conde 3 e Quinta do Conde 4 (ou Pinhal do General).
Rua	Nome da rua onde está implementada a actividade económica.

Número de Polícia (N_Polícia)	Número de lote onde se desenvolve a actividade.	
Piso	Piso em que se situa a actividade.	
Loja	Indica a fracção da loja onde opera a actividade.	
Nome do Estabelecimento	Marca/identidade da actividade. Utiliza-se ainda <sem identificação> quando o estabelecimento não tem esta informação visível e <edifício vago> quando não tem qualquer actividade económica no momento em que se realizou a recolha (neste último caso, inclui também espaços que não tendo actividade económica estão para alugar ou venda).	
Função Principal	É indicada a actividade principal desenvolvida no estabelecimento.	Listagem com a classificação de actividades de comércio e serviços, em Anexo (Quadro 1:130)
Função Secundária	Caso exista, é referida a actividade secundária desenvolvida no estabelecimento.	
Estado de Conservação do Edifício (EC Edifício)	Avaliação global do estado em que se encontra o edifício, em que 1 é a apreciação mais baixa e 4 a mais alta. Itens avaliados: Idade, pintura, construção e acabamentos do edifício.	
Estado de Conservação da Fachada (EC Fachada)	Avaliação global do estado em que se encontra a fachada do edifício, em que 1 é a apreciação mais baixa e 4 a mais alta. Itens avaliados: Pintura, construção e acabamentos da fachada comercial.	Escalas de avaliação: 1 (Má) – Os pontos fracos sobrepõem-se aos pontos fortes. Não é suficientemente coerente e o seu impacto é bastante limitado ou mesmo pejorativo. 2 (Razoável) – Os pontos fortes e fracos equilibram-se. Tem alguma coerência, mas peca por alguma displicência. Ainda assim, tem efeito positivo. 3 (Boas) – Os pontos fortes sobrepõem-se, mas evidenciam-se alguns pontos fracos. É coerente e tem um impacto bastante positivo. 4 (Muito Boa) – Os pontos fortes sobrepõem-se, sendo os pontos fracos pouco significativos ou mesmo inexistentes. É bastante coerente e tem um impacto bastante positivo.
Qualidade da Função – Iluminação (QF Iluminação)	Avaliação global da qualidade da iluminação no interior do edifício, em que 1 é a apreciação mais baixa e 4 a mais alta. Itens avaliados: Adequação da luminosidade (natural e artificial) às práticas de actividades económicas.	
Qualidade da Função – Montra (QF Montra)	Avaliação global da qualidade da montra de comércio e/ou serviços, em que 1 é a apreciação mais baixa e 4 a mais alta. Itens avaliados: Disposição e qualidade dos artigos e elementos de decoração presentes na montra.	
Qualidade da Função – Disposição dos Produtos (QF Disp Prod)	Avaliação global da qualidade da iluminação no interior do edifício, em que 1 é a apreciação mais baixa e 4 a mais alta. Itens avaliados: Organização interior do estabelecimento e dos produtos comercializados.	
Elementos Acessórios – Sinalética (EA Sinalética)	Identificação da existência ou inexistência de sinalética (Sim e Não , respectivamente). Caso exista sinalética, é avaliada a sua integração no edifício.	Critérios para considerar integrado ou dissonante: I (Integrado) – O elemento acessório está colocado de forma correcta, não prejudicando a paisagem urbana. D (Dissonante) – O elemento acessório está colocado de forma incorrecta, desvalorizando a qualidade da paisagem.
Elementos Acessórios – Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado (EA AVAC)	Identificação da existência ou inexistência de equipamentos de AVAC (Sim e Não , respectivamente). Caso existam sistemas de AVAC, é avaliada a sua integração no edifício.	
Elementos Acessórios – Toldos (EA Toldos)	Identificação da existência ou inexistência de toldos (Sim e Não , respectivamente). Caso existam toldos, é avaliada a sua integração no edifício.	
Edifício Exclusivamente Comercial (Ed Excl Com)	Identificar se o edifício é utilizado apenas para o desenvolvimento das actividades económicas (com Sim e Não , respectivamente).	
Mudou de Proprietário no último ano (Mud Prop Ult Ano)	Identificar se houve mudança do agente promotor das actividades económicas (com Sim e Não , respectivamente).	
Observações	Informação com interesse, não referida em nenhum dos pontos anteriores.	

Quadro 1 – Critérios utilizados no levantamento funcional.

1.3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação encontra-se organizada em sete capítulos.

No presente capítulo, o primeiro, é apresentada a investigação no que concerne à sua relevância, oportunidade, metodologia e estrutura.

O segundo capítulo aborda a problemática das AUGI, procurando-se caracterizar o fenómeno no tempo e no espaço. Assim, inicialmente, explicita-se o conceito de AUGI, faz-se o respectivo enquadramento conjuntural e legal, que ajudam a compreender o fenómeno dos espaços urbanos clandestinos. Para terminar, sumarizam-se os seus principais impactos sociais e territoriais.

No terceiro capítulo estudam-se as lógicas de localização do comércio e dos serviços em espaços suburbanos. Para explicar o fenómeno é necessário, em primeiro lugar, explicar as principais mudanças dos agentes e, em seguida, correlacionar a expansão urbana com as novas lógicas das actividades económicas. O capítulo termina sintetizando as principais formas de comércio e serviços em espaços suburbanos (actividades junto à rede viária, estabelecimentos tradicionais, supermercados, hipermercados, lojas *discount*, centros comerciais, *franchising*, equipamentos colectivos e serviços às empresas).

Seguem-se, no quarto capítulo, as dinâmicas territoriais da Península de Setúbal e da Quinta do Conde. No que concerne à Península de Setúbal (PS), são apresentadas as evoluções da população, da rede de transportes, das acessibilidades, da rede urbana e quais são as especializações e hierarquia dos principais centros urbanos. No que respeita à Quinta do Conde, faz-se o enquadramento territorial e apresentam-se a evolução histórica, as principais dinâmicas sócio-territoriais e a rede viária que serve o aglomerado.

O quinto capítulo apresenta, numa primeira fase, a evolução temporal e espacial do comércio e serviços na Quinta do Conde, documentando o texto, sempre que possível, com fotografias. Em seguida, são analisados os resultados do levantamento funcional.

No capítulo seis elencam-se os principais condicionamentos e problemas do comércio e serviços na área em estudo, em torno de três questões: (i) capacidade do edificado se adaptar às novas exigências do comércio e dos serviços; (ii) territorialização do comércio e serviços; e (iii) capacidade de empreendedorismo e de investimento dos empresários quintacondenses. Tudo isto é apresentado tendo em conta os principais instrumentos de gestão territorial e as implicações que têm para os espaços para as actividades económicas.

Por fim, no último capítulo, apresentam-se as principais conclusões retiradas deste estudo e elencam-se alguns pontos para futuras investigações.

“A questão das AUGI é e sempre foi, na sua essência, uma questão fracturada e fracturante. Fracturada por não existir uma resposta única, definida e concertada e fracturante pois foi sempre motivo de estigma social, clandestinidade e precariedade.”

David Costa (2008:1)

2. ÁREAS URBANAS DE GÉNESE ILEGAL

2.1. CONCEITO

As AUGI são, de acordo com a legislação específica (Lei 91/95, de 2 de Setembro), *“prédios ou conjuntos de prédios contíguos que, sem a competente licença de loteamento, quando legalmente exigida, tenham sido objecto de operações físicas de parcelamento destinadas à construção até à data de entrada em vigor do DL 400/84, de 31 de Dezembro, e que nos respectivos planos municipais de ordenamento do território (PMOT), estejam classificadas como espaço urbano ou urbanizável. São ainda consideradas AUGI os prédios ou conjuntos de prédios parcelados anteriormente à entrada em vigor do DL 46673, de 29 de Novembro de 1965, quando predominantemente ocupados por construções não licenciadas.”* (DGOTDU, 2005:95)

A anterior legislação designava o fenómeno como Área de Construção Clandestina (ACC) (DL 804/76, de 6 de Novembro) e definia-o como uma *“área em que se verifique acentuada percentagem de construções efectuadas sem licença legalmente exigida, incluindo as realizadas em terrenos loteados sem a competente licença.”* (DGOTDU, 2005:88)

Nas últimas décadas, as AUGI têm sido estudadas por vários autores e realizaram-se encontros para debater o problema, o que se traduziu num aprofundamento conceptual e em diversos contributos de natureza metodológica e operacional.

Barata Salgueiro (2005a:325) apresentam o fenómeno como *“construções de alvenaria de tipo e de qualidade muitas vezes semelhante às da construção legal, sobre solos pertencentes aos ocupantes, adquiridos por estes com o propósito de construção, através de um processo de loteamento ilegal, constituindo conjuntos perfeitamente individualizados de construção, designados por bairros clandestinos e também bairros de génese ilegal.”*

Para Soares (cit em Matos, 1990:149), uma AUGI é *“o processo e os resultados de uma implantação urbana ilegal que está associado, em Portugal, a um facto fundamental — a venda do solo*

com transferência real da propriedade pelos loteadores para um novo grupo social que designamos por «novos pequenos proprietários».”

Costa (2008:3) crê que o conceito “*deriva de um fenómeno maioritariamente ligado ao desrespeito ou perversão da legislação referente ao planeamento e ordenamento do território e processos de urbanização e edificação e não tanto a aspectos profundos de criminalidade, degradação habitacional e segregação social, típicos de zonas de extrema pobreza. (...) Os bairros clandestinos resultam de processos de loteamento ou parcelamento ilegais em terrenos cuja propriedade ou compropriedade é reconhecidamente dos autores desses processos e não da ocupação espontânea de terrenos alheios por parte de populações migratórias.*”

Já nas Primeiras Jornadas Nacionais sobre Loteamentos Clandestinos, realizadas no início da década de 80, definiu-se o fenómeno como “*a forma ilegal que o crescimento das periferias urbanas e de algumas zonas rurais tomou, devido à incapacidade de o sistema de planeamento e, antes de mais, o quadro urbanístico e habitacional, integrarem novas necessidades sociais e dinâmicas urbanísticas introduzidas por alterações que se vêm verificando na sociedade portuguesa*” (Santos, 2008:15)

Urge, aqui, contextualizar que há várias expressões para identificar AUGI, como construção clandestina, ilegal, marginal e/ou informal. Ainda assim, importa referir que a literatura especializada utiliza a expressão clandestina e ilegal para os países desenvolvidos e as demais para os países em desenvolvimento. Esta diferença reside, sobretudo, no aspecto jurídico. Se, genericamente, em países desenvolvidos a questão central é ter-se cometido uma ilegalidade, uma vez que as habitações apresentam padrões de qualidade razoáveis, nos países em desenvolvimento o aspecto legal é minorado, em virtude da inexistência ou debilidade da legislação, dando-se mais atenção à má qualidade do edificado e à insalubridade, com os respectivos impactos na sociedade e na saúde pública (Matos, 1989; Matos, 1990).

2.2. ENQUADRAMENTO LEGAL

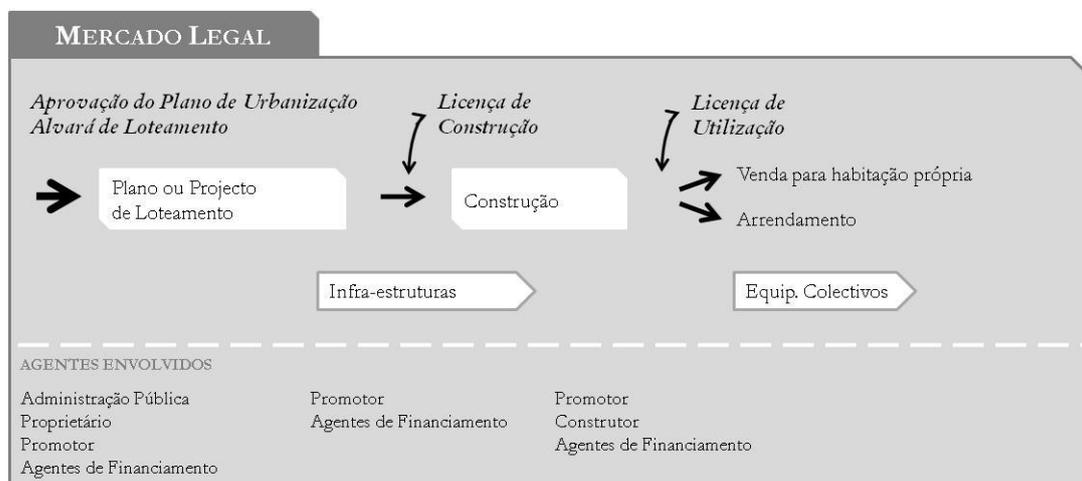
Portugal nunca foi um país com uma grande tradição nos processos de parcelamento, urbanização e edificação. A primeira iniciativa registou-se em 1865, substanciada no Plano Geral de Melhoramentos, que, na prática, surtiu efeito apenas em 1903 (Lisboa) e 1915 (Porto). Duarte Pacheco revelou maior preocupação nestas matérias e, nesse sentido, impõe, em 1936, limitações à edificação que, todavia, foram ficando progressivamente menos rígidas.

Em 1944, de acordo com a legislação em vigor, a competência de urbanizar e parcelar terrenos era exclusiva da administração pública, que não tinha, contudo, capacidade para

a realizar, cabendo aos particulares a edificação. Por isso, “a administração permitia que os particulares a substituíssem, promovendo, por sua iniciativa, loteamentos «tecnicamente clandestinos, por ser legalmente negada a competência aos seus produtores». A construção da habitação por iniciativa pública era pouco mais que residual, atingindo, nas décadas de 50 e 60, 10% do total de fogos legalmente construídos em Portugal.” (Arrabaça, 2003:38-9)

O direito de loteamento dos privados foi contemplado na história recente pelo DL 46647, de 29 de Novembro de 1965. Era, então, necessário pedir uma licença à Câmara Municipal, caso contrário o loteamento seria considerado ilegal e os seus proprietários seriam coimados. De acordo com Matos (1990), Arrabaça (2003) e Costa (2008), o fenómeno das AUGI já era evidente nesta década, mas este diploma legal não conseguiu impedir, nem sequer mitigar, o fenómeno. A nível de planeamento urbanístico, só as sedes de concelho ou localidades com mais de 2500 habitantes eram obrigados a ter planos de urbanização, realizados pelas Câmaras Municipais e, posteriormente, submetidos à aprovação dos órgãos da administração central.

A praxis de loteamento legal e de loteamento ilegal emana de uma série de diferenças processuais, como Matos (1990) esquematiza na Figura 1.



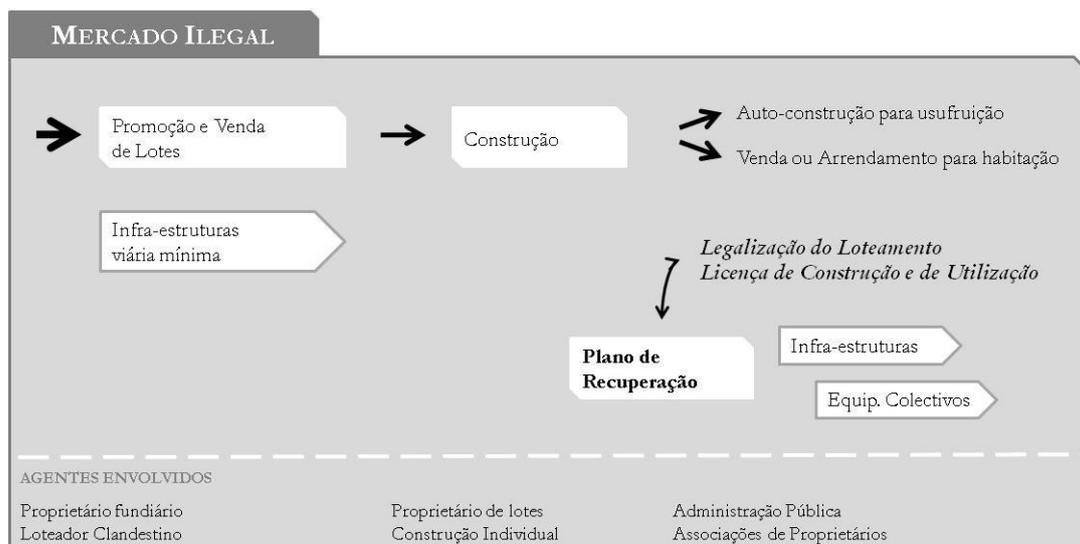


Figura 1 – Diferenças entre os processos de loteamento legal e ilegal.

Fonte: Matos (1990)

A década de 70 marca uma profunda mudança legislativa no que concerne à habitação e ao urbanismo, em grande parte devido à crescente promoção imobiliária por parte dos principais grupos financeiros. Destacam-se três diplomas legais: DL 576/70 (Lei dos Solos), de 24 de Novembro, DL 560/71 e 561/71 (regulamentação sobre Planos de Urbanização (PU)), ambos de 17 de Dezembro, e DL 289/73 (loteamentos urbanos), de 6 de Junho (Matos, 1990; Arrabaça, 2003).

Matos (1990:159) manifesta-se bastante crítica quanto a este último diploma – “o Decreto-lei 289/73 trata indistintamente os loteamentos de pequena e grande dimensão, introduz um processo fortemente burocratizado e dependente da Administração Central, reduzindo o papel das Câmaras Municipais, às quais retira a possibilidade destas cobrarem mais-valias pela realização das obras de urbanização e faz depender todo o processo de pareceres obrigatórios e vinculativos da D.G.U. (Direção Geral de Urbanização) nos casos em que não houvesse planos de urbanização aprovados. (...) O insucesso destas medidas foi manifesto e assumiu, naturalmente, maiores proporções nas áreas urbanas.”

O diploma visava ainda pôr termo a novos loteamentos ilegais, por via da nulidade dos actos de fraccionamento e os negócios jurídicos relativos a terrenos com ou sem construção, abrangidos em loteamentos que não possuísem alvará. Todavia, os loteadores encontraram uma forma de contornar licitamente a Lei, através da compra e venda em avos indivisos¹ (Matos, 1990; Costa, 2008).

¹ Em avos indivisos, as parcelas eram fraccionadas e vendidas em regime de compropriedade, mantendo a sua dimensão e características. A área mínima de cultura (Portaria n.º 202/70, de 21 de Abril), definida para cada

O primeiro diploma legal especificamente sobre AUGI surge em 1976. O DL 275/76, de 13 de Abril, representa uma evolução do DL 289/73, de 6 de Junho, apresentando, todavia, um conjunto de sanções mais severas, nomeadamente a posse administrativa e a demolição do edificado. Estas medidas revelaram-se ineficazes devido à morosidade da execução judicial e à célere dinâmica do fenómeno.

A recuperação de áreas clandestinas foi regulamentada pelo DL 804/76, de 6 de Novembro. As Câmaras Municipais tinham que fazer um levantamento de todas as Áreas Críticas de Recuperação e Reconversão Urbanística (ACRRU) e remeter essa informação para a entidade ministerial que tutelava o urbanismo. O objectivo seria definir os equipamentos e infra-estruturas a implementar, as correcções necessárias ao nível do desenho urbano e a repartição das despesas entre os proprietários e a administração pública. Mais uma vez, a legislação revelou-se ineficaz, por várias razões, que vão desde o desfasamento entre a Lei e a realidade até ao mau funcionamento da Administração Central.

Entretanto, no mesmo ano, a Lei de Solos (DL 794/76, de 5 de Novembro) foi publicada, mas (estranhamente) não fez quaisquer referências objectivas à problemática das AUGI.

O início dos anos 80 trouxe novidades na orgânica do planeamento territorial em Portugal: a introdução do Plano Director Municipal (PDM) (DL 208/82, de 26 de Maio, Portaria 989/82, de 21 de Outubro, e DR 91/82, de 29 de Novembro), cuja carga burocrática em todas as fases do processo o tornou pouco frutuoso; e o Plano Regional de Ordenamento do Território (PROT) (DL 338/83, de 20 de Julho), insuficiente para colmatar os problemas regionais e intermunicipais. Ao longo dos anos, a desarticulação entre os vários níveis de planeamento tem sido notória (Matos, 1990; Costa, 2008).

Também neste período se publicaram novos diplomas para resolver os problemas originados pelas AUGI – as Áreas de Desenvolvimento Urbano Prioritário (ADUP) (DL 152/82, de 3 de Maio, alterado pelo DL 210/83, de 23 de Maio) e o Novo Regime de Loteamento (NRL) (DL 400/84, de 31 de Dezembro).

As ADUP eram das principais reivindicações das autarquias e, segundo a legislação que as fundamenta, *“destinam-se a servir de suporte ao desenvolvimento urbano para um período máximo de 5 anos, de acordo com metas deslizantes dentro do respectivo horizonte temporal, devendo ser providas*

zona de Portugal Continental, era a área mínima destinada a determinado uso agrícola e abaixo da qual era proibido parcelar o terreno (DL 275/76, de 13 de Abril).

todas as componentes urbanísticas indispensáveis à qualidade desse desenvolvimento, e terão, tanto quanto possível, uma superfície necessária para absorver o crescimento demográfico previsto para o período.” (DGOTDU, 2005:89) Contempla ainda a possibilidade de colocar no mercado, a preço justo, os terrenos cujos proprietários não queiram urbanizar ou construir por conta própria.

Já o NRL tenta travar os loteamentos ilegais, através de medidas como a criação de obstáculos à venda de propriedades em avos (p.e., obrigatoriedade das Câmaras Municipais emitirem um parecer para o registo de qualquer tipo de transacção em que exista compropriedade e também aquando da ampliação do número de compartes), sanções pecuniárias e prisionais mais severas para novos loteamentos ilegais, a possibilidade de qualquer interessado obter previamente informações sobre a legalidade de eventual construção.

Matos (1990:162) afirma que os primeiros diplomas legais referentes às AUGI apresentam um *“carácter essencialmente repressivo (...) [em que] as medidas repressivas previstas não conseguiram conter o problema, devido ao facto de as Câmaras Municipais, a quem compete a fiscalização, terem de tomar medidas drásticas contra a população (que é a sua base de apoio eleitoral) que, na maior parte dos casos, procura apenas ter acesso a um direito fundamental — a habitação —, que o mercado legal não lhes oferece.”*

Em muita da legislação até aqui referida, as Câmaras Municipais não tinham, nem directa nem indirectamente, poder, o que constituía um entrave para a célere resolução dos problemas. Todavia, importa salientar que há um conjunto de diplomas legais², que deram às Câmaras Municipais mais autonomia e poder decisório, que se revelou especialmente eficaz quando havia empenhamento cívico para tentar solucionar os problemas (Matos, 1990; Costa, 2008).

O processo de reconversão das AUGI foi regulamentado pela Lei 91/95, de 2 de Setembro, alterada pela Lei 165/99, de 2 de Setembro, 64/2003, de 23 de Agosto, e pela Lei 10/2008, de 20 de Fevereiro. Com a Lei n.º 91/95, de 2 de Setembro, e sucessivas alterações introduziu-se o dever de reconversão e definiu-se que os encargos das despesas de infra-estruturação seriam dos proprietários ou comproprietários dos lotes clandestinos. Estabeleceram-se também os trâmites do processo (nomeadamente, as responsabilidades, as formas e os prazos), sendo necessário, para o efeito, constituir órgãos próprios, formados pelos interessados na reconversão. Não houve, com as três alterações, uma mudança

² DL 804/76, de 6 de Novembro, DL 90/77, de 9 de Março, DL 240/78, de 29 de Abril, DN 207/79, de 12 de Junho, e Portaria 243/84, de 17 de Abril. Esta Portaria consagra as condições mínimas de habitabilidade para edifícios em áreas clandestinas passíveis de serem reconvertidas.

da filosofia do documento original, visando apenas corrigir pormenores jurídicos, melhorar a compreensão do texto e alargar os prazos para a reconversão legal de AUGI.

O fenómeno da construção clandestina estancou quase por completo após a publicação da Lei 91/95, de 2 de Setembro. *“Um maior rigor na análise dos casos por parte das estruturas camarárias e uma legislação mais clara e com menos omissões e lacunas de responsabilização directa sobre os proprietários titulares, permitiu estancar quase por completo o fenómeno de crescimento”*, justifica Costa (2008:11).

O mesmo autor (2008:81) acrescenta ainda que *“fazendo um balanço (...) da lei das AUGI (e suas alterações), pode-se dizer que os principais objectivos foram conseguidos. O fenómeno de parcelamento e loteamento clandestino estancou, sendo muito raro e esporádico o surgimento de novos casos e os proprietários têm hoje não só o dever, como muitas vezes a iniciativa de resolver as suas situações de ilegalidade, assumindo um papel importante na dinamização do processo.”* (Quadro 2)

OBJECTIVOS INICIAIS	SITUAÇÃO ACTUAL	OBJECTIVOS CONSEGUIDOS
<ul style="list-style-type: none"> - Desincentivar o surgimento de loteamentos ilegais; - Integrar e reconverter as AUGI já existentes; - Estimular a iniciativa privada para acordar as condições para a reconversão urbanística; - Definir as competências, deveres e âmbito dos órgãos de administração intra-AUGI; - Englobar todos os proprietários no processo de reconversão, evitando bloqueios de minorias; - Tentar impor um limite temporal para a resolução do problema. 	<ul style="list-style-type: none"> - O processo de reconversão e integração das AUGI continua moroso e, nalguns casos, parado; - Forte correlação entre a lentidão do processo e a morosidade na apreciação dos planos ao nível central; - Os prazos legais para as administrações das AUGI participarem no processo de reconversão são sistematicamente ultrapassados; - Omissões quanto a regulamentação sobre loteamentos ilegais para construções clandestinas destinadas ao comércio e indústria subsistem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não houve um aumento expressivo de áreas de loteamentos ilegais; - A grande maioria dos processos de reconversão é de iniciativa privada, manifestando vontade de resolver o problema; - Maior consciencialização e envolvimento de todos os agentes. Alguns municípios têm desenvolvido muito trabalho nesta área, produzindo conhecimento específico que pode dar origem à sistematização de boas práticas; - As minorias desinteressadas na reconversão não têm capacidade para se afirmar como força de bloqueio.

Quadro 2 – Síntese dos objectivos estabelecidos e resultados alcançados pela Lei 91/95 e subsequentes alterações.

Fonte: Adaptado de Costa (2008)

Importa ainda referir que ao longo destes anos foram aprovados documentos subsidiários à legislação das AUGI, destacando-se: a regulamentação da elaboração, aprovação e ratificação dos PMOT (DL 69/90, de 2 de Março, entretanto revogado pelo DL 380/99, de 22 de Setembro, alterado diversas vezes, sendo as últimas no DL 316/2007, de 19 de Setembro, e no DL 181/2009, de 7 de Agosto); a Lei de Base da Política de Ordenamento do Território e de Urbanismo (LBPOTU) (Lei 48/98, de 11 de Agosto, alterada pelo Lei

n.º. 54/2007, de 31 de Agosto); e o Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial (RJIGT) (DL 380/99, de 22 de Setembro, alterado cinco vezes, estando a última alteração no DL 316/2007, de 19 de Setembro, entretanto alterado pelo DL 181/2009, de 7 de Agosto).

2.3. FACTORES RESPONSÁVEIS PELA CRIAÇÃO DE AUGI

Para compreender a génese e difusão de várias AUGI no país é necessário compreender o contexto social, económico e cultural das últimas décadas.

Os anos 30-50 marcaram o aparecimento das primeiras AUGI, em Lisboa, Setúbal e Évora. Era um fenómeno pouco expressivo e relativamente circunscrito, que beneficiava da passividade da administração pública como fiscalizadora. Aproveitando também uma fragilidade legislativa, as construções eram feitas durante a noite e/ou fins-de-semana, uma vez que a simples existência do telhado não permitia a demolição do edificado (Matos, 1990; Santos, 2008).

Nos anos 50 registou-se uma profunda mutação socioeconómica. O país tornou-se mais industrializado, em especial junto às principais cidades – Lisboa e Porto – e, com isso, estes espaços aumentaram muito a sua população.

“A partir dos anos 60, pensava-se que a industrialização da construção, a ajuda pública e o planeamento urbanístico, iriam permitir o desenvolvimento de soluções globais e duráveis para a crise habitacional portuguesa.” Matos (2001:9) Ainda assim, a mesma autora (2001:9) acrescenta que nos *“finais dos anos 60, o défice nacional foi avaliado em cerca de 500 000 fogos.”*

O fenómeno também não estancou na primeira metade da década de 70, como se esperava. Costa (2008:8) classifica este período como *“a época do «descalabro». (...) O fenómeno, em plena fase de crescimento e atingindo proporções inimagináveis, não parou. Ao invés ganhou inclusive uma espécie de “legitimidade” encoberta (enquadrada no sentimento forte e proclamado de liberdade e justiça social) que, através de aproveitamentos argumentativos habilmente construídos por parte dos interessados, desincentivou acções coercivas por parte do Estado e permitiu que a situação se propagasse por mais uns anos, perante o vazio e imaturidade estrutural administrativa que entretanto se instalou.”*

De acordo com Arrabaça (2003), estima-se que, entre as décadas de 60 e 80, 42% dos fogos construídos em Portugal tivessem uma génese ilegal, o que equivale às áreas territoriais dos concelhos de Lisboa e Oeiras. A administração pública reforçou a produção de

habitação entre 1971 e 1993, mas, ainda assim, proporcionalmente, reduziu a sua produção (de 10% para 5%).

Santos, Ferreira e Guerra (1985:67, cit em Arrabaça, 2003:42) afirmam que *“como factores principais na origem do fenómeno [...] [temos] a centralização do planeamento urbanístico, a escassez e elevado custo da promoção legal e o respectivo desfasamento – em termos de modelo de habitat – relativamente às necessidades e aspirações da população.”*

Assim, em síntese, a carência habitacional que grassou pode ser explicada por vários factores conjunturais que surgiram desde a década de 50: (i) as limitações das políticas urbanísticas e habitacionais do Estado Novo, condicionadas pelas flutuações da política económica, funcionando normalmente como política auxiliar no combate ao desemprego e à inflação, que geraram uma grande especulação fundiária, o aumento rápido dos preços das casas, o aparecimento de bairros de lata, a expansão da construção clandestina, da sublocação e da superlotação dos fogos; (ii) o acelerado crescimento das áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, consequência da concentração espacial do investimento económico e dos processos de industrialização, que tornaram as áreas urbanas do litoral mais atractivas para as populações rurais, provocando o seu êxodo, e também porque na cidade havia necessidade de mão-de-obra e o próprio conceito de urbanidade exercia um fascínio nessas populações; (iii) o elevado crescimento natural da população, menor na região de Lisboa do que no Norte Litoral; (iv) o regresso de 150 000 famílias das antigas colónias portuguesas; (v) os baixos salários praticados, o principal vector do crescimento económico; (vi) o congelamento das rendas em Lisboa e no Porto; (vii) a incapacidade do Estado produzir habitação em quantidade, qualidade e tempo útil, em função das necessidades sentidas (Matos, 1990; Arrabaça, 2003; Costa, 2008; Santos, 2008).

Nesta conjuntura, refere Costa (2008:4), as populações *“foram forçadas a um regime de auto-construção e auto-urbanização espontânea, que se desenrolava num ambiente de permissividade explícita das autoridades e contornava processos legais apenas por necessidade premente de habitação, que não era garantida pela oferta existente à data dos actos praticados.”*

Pinto (cit em Santos, 2008:7-8) acrescenta que estávamos perante uma *“aliança conjuntural de agentes sociais muito diferenciados (capital industrial, pequeno e médio capital fundiário e imobiliário, alguns estratos da população e o próprio Estado) e as suas estratégias de ajustamento face a um crescente desfasamento entre políticas urbanas e necessidades sociais reais, à inoperância e ineficácia da própria legislação e, de um modo geral, à fragilidade e vulnerabilidade das estruturas sociais e económicas do país.”*

Todavia, há alguns aspectos culturais que também têm de ser levados em conta, como: (i) a necessidade de possuir solo, para deixar herança aos descendentes; (ii) a ideia de que o regime e economia são instáveis, com elevados níveis de inflação, representando a aquisição da habitação um investimento seguro e uma salvaguarda das poupanças individuais; (iii) a habitação típica do clandestino é a moradia em ambiente de baixa densidade, com quintal, denotando a não identificação com as soluções nas áreas centrais da cidade (habitação densificada em altura, normalmente arrendada); e (iv) o desejo dos estratos sociais mais elevados adquirirem segunda habitação, para passar fins-de-semana e/ou férias. Há, neste contexto, uma clara combinação entre um presente (aspiração e bem-estar na vida) e uma ideia de futuro (para si (segurança) e para os filhos (herança patrimonial)) (Costa, 2008; Santos, 2008).

2.4. DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL

Os loteamentos clandestinos não foram um problema apenas português. Matos (2001:8) refere que os países Europeus só *“no princípio dos anos 70 (...) haviam conseguido atingir um certo equilíbrio entre as necessidades habitacionais e a oferta devido, fundamentalmente, a uma forte intervenção do Estado”*, o que fez diminuir muito o número de loteamentos clandestinos. As excepções foram Portugal, Espanha e Grécia.

Em Portugal, o fenómeno evidenciou-se mais na Área Metropolitana de Lisboa (AML). Embora seja difícil contabilizar o número de habitações construídas em AUGI, estima-se que, na década de 70, seriam entre 80.000 e 120.000 na AML e, nos finais da década de 80, perto de 9.000 na Área Metropolitana do Porto (AMP). Os últimos números disponibilizados pela DGOTDU, referentes a 1998, mostram que no país existiam cerca de 138.340 habitações em AUGI (126.706 (91,6%) nas duas áreas metropolitanas), residindo nelas quase 450.000 pessoas.

Para este estudo, importa dar maior atenção às AUGI da AML. De acordo com Rolo (cit em Costa, 2008:18), os concelhos com maior área de AUGI são Seixal, Oeiras, Palmela, Sintra e Sesimbra (Quadro 3). Não há, todavia, nenhuma correlação directa entre a quantidade de AUGI (seja pelo número ou pela sua área total) e a qualidade territorial do espaço (ordenamento do território, infra-estruturação, qualidade de construção e condições de habitabilidade, por exemplo).

CONCELHOS	N.º	ÁREA (HA)	CONCELHOS	N.º	ÁREA (HA)
Alcochete	2	9,8	Montijo	22	3,6
Almada	298	3,4	Odivelas	86	7,0
Amadora	19	7,0	Oeiras	13	27,7
Barreiro	42	6,4	Palmela	55	15,3
Cascais	226	1,7	Seixal	73	28,3
Lisboa	11	4,5	Sesimbra	50	10,0
Loures	181	5,0	Setúbal	42	4,0
Mafra	3	6,8	Sinta	100	11,5
Moita	27	6,3	Vila F. Xira	43	9,2

Quadro 3 – Número e Áreas das AUGI nos concelhos da AML.

Fonte: Costa (2008)

Na Grande Lisboa destacam-se as AUGI de Vila Franca de Xira (Quinta da Coutada e Fonte Santa), Loures (Portela da Azóia, Camarate e São João da Talha), Odivelas (Caneças e Pontinha), Amadora (Brandoa), Cascais (S. Domingos de Rana) e Sintra (Casal de Cambra e Vale de Moura); na Península de Setúbal (PS) evidenciam-se as AUGI de Almada (Charneca), Seixal (Fernão Ferro), Sesimbra (Quinta do Conde e Lagoa de Albufeira), Barreiro (Coína) e Palmela (Quinta da Marquesa) (Matos e Barata Salgueiro *in* Medeiros (dir.), 2006b; Costa, 2008). Na cidade de Lisboa não há registo de AUGI, à excepção de dois pequenos núcleos, na Ameixoeira e no Lumiar.

No entender de Costa (2008:16), *“os clandestinos poderão ter protagonizado uma decompressão das solicitações sobre o mercado e evitado inclusive uma maior proliferação de formas de habitação mais precárias na cidade de Lisboa”*, como os bairros de lata ou de barracas.

Além das questões explanadas no ponto 2.3, importa atender a outra questão na expansão das AUGI nas partes Norte e Sul da AML. Assim, a Norte há uma distribuição espacial dispersa, fruto da maior pressão para expansão urbanística legal nas áreas limítrofes de Lisboa, deixando uma menor margem para loteamentos clandestinos (Figura 2). Há ainda a questão do relevo, que em alguns locais não permitiu uma grande continuidade espacial dos loteamentos clandestinos. Por sua vez, na Península de Setúbal (PS) há uma maior homogeneidade e contiguidade na distribuição espacial das AUGI, reflexo das características físicas (relevo aplanado), mas sobretudo de condições específicas que estiveram na sua génese (menor pressão legal devido à distância de Lisboa; grandes loteamentos devido à acção especulativa, sobretudo de A. Xavier de Lima) (Figura 3) (Barata Salgueiro, 2005a; Costa, 2008).

Na AMP, o fenómeno foi menos sentido, destacando-se as construções unifamiliares isoladas, como primeira residência, em terrenos pouco aptos para esse fim (vertentes e áreas da Reserva Agrícola e/ou Ecológica Nacional). Só em Vila Nova de Gaia e Matosinhos se criaram loteamentos clandestinos em grande extensão, que originaram bairros com essas características. Aí, predomina a mesma tipologia, sendo apenas de registar que nas áreas mais litorais há uma percentagem significativa de segundas residências. (Matos, 1990; Barata Salgueiro, 2005a).

2.5. IMPACTOS SOCIAIS E TERRITORIAIS

Do ponto de vista sociológico, a ideia associada às AUGI não é positiva. Numa fase inicial, as populações que viviam nestas áreas eram estigmatizadas socialmente, uma vez que não tinham condições económicas para entrarem no mercado legal de habitação. E, com as práticas decorrentes do mercado ilegal, foram apontados como destruidores da paisagem e de terrenos com aptidão agrícola para produzir construções de má qualidade, sendo que desta prática resultariam custos elevados para o erário público, associados ao processo de reconversão.

As AUGI apresentavam ainda problemas urbanos, como a falta ou insuficiência de infra-estruturas, espaços públicos, áreas para equipamentos, transportes públicos; os arruamentos eram precários e desorganizados; e havia deficiências na recolha do lixo, nos sistemas de saneamento e no fornecimento de água e energia. Actualmente, muitos destes problemas já se encontram solucionados. Há casos mais específicos com outro tipo de problemas, de difícil resolução, como a localização de aglomerados junto às imediações de cabos de alta tensão, em áreas muito declivosas ou inundáveis, em terrenos geologicamente instáveis ou ainda sujeitas a servidões administrativas (Matos, 1990; Costa, 2008; Santos, 2008).

Ainda assim, importa referir que *“as AUGI não são todas iguais e um número substancial passará inclusive bastante despercebido ao público em geral, dadas as suas semelhanças com outras zonas legais.”* (Costa, 2008:80) O autor exemplifica no seu estudo com duas fotografias de habitações construídas em AUGI (de Cascais e de Fernão Ferro) em que, aparentemente, nada indicia a sua génese ilegal.

Outro dos preconceitos associados às AUGI prende-se com a utilização das habitações. As áreas clandestinas não serviam apenas para primeira residência de estratos sociais de baixo estrato económico. Os estudos realizados no âmbito do Plano de Actuação sobre

as Áreas de Construção Clandestina (PAACC) (1977) demonstraram que existem cinco tipos de clandestinos: (i) dispersos nos centros urbanos; (ii) dormitórios clandestinos, na periferia das grandes cidades; (iii) loteamentos clandestinos; (iv) clandestino individual, nas regiões interiores; e (v) clandestino de lazer (Santos, 2008).

Por tudo isto, Costa (2008:3) adverte para que *“um bairro clandestino não é necessariamente um bairro degradado ou bairro de lata, constituído maioritariamente por barracas de madeira ou chapa metálica em risco de ruína, com poucas ou nenhuma condições de higiene e salubridade e sem acesso a água potável ou electricidade. Também não é necessariamente uma zona de isolamento por diferenciação e/ou discriminação económica, social, étnica, cultural ou religiosa, vulgo ghetto. Um bairro clandestino, nomeadamente em Portugal pode, de facto, apresentar pontualmente algumas características isoladas, encobertas ou diluídas destas duas últimas definições, mas no caso geral, a realidade no terreno mostra-nos um cenário bem diferente.”*

Não surpreende, por tudo isto, que as expressões vulgarmente utilizadas para designar o fenómeno não sejam do agrado das populações, uma vez que fomentam um estigma social e uma imagem pejorativa (pobreza, degradação insalubridade e insegurança, por exemplo) que não corresponde, muitas vezes, à realidade.

Em jeito de conclusão, transcrevendo Barata Salgueiro (1986:s/pg, cit em Matos, 1990:260), pode dizer-se que *“a construção clandestina não é em si boa nem má. Surge em Portugal com a expressão que tem porque a estrutura do mercado normal de habitação não é adequada às necessidades reais das pessoas em termos de alojamento”*

Reforçando uma ideia supracitada, apesar de todos os aspectos negativos associados aos loteamentos clandestinos, foram uma boa resposta (mesmo não sendo a ideal) para o problema da habitação que existia em Portugal e, desta forma, evitaram a proliferação de formas de habitação precárias (p.e., os bairros de barracas) e permitiram formas complementares de rendimento.

“Os amores dos mercadores da era pós-moderna residem cada vez mais nas áreas suburbanas, na periferia ou em pleno campo raso.”

Herculano Cachinho (2002:108)

3. COMÉRCIO E SERVIÇOS EM ESPAÇO SUBURBANO

O comércio e os serviços são actividades muito importantes para a vivência humana – em termos económicos, são responsáveis pela transacção de grandes fluxos financeiros, essenciais para as contas nacionais de um país; do ponto de vista social, empregam uma percentagem elevada da população activa; e, ao nível urbano, marcam a paisagem, geram centralidades, animam as cidades e condicionam as relações do homem com o espaço.

Para Cachinho (2002:108), *“o comércio faz parte da razão de ser dos aglomerados urbanos; viabiliza a sua existência, explica a sua organização interna e justifica muito do movimento e animação que nestes acontece. (...) Em suma, no comércio reside o verdadeiro embrião da vida urbana naquilo que esta pressupõe de interação, de troca em sentido lato e de produção de inovação.”*

Os espaços de consumo apresentam-se ainda, desde sempre, como áreas de recreio, de lazer e de convívio social, pelo que Barata Salgueiro (1989:153) salienta que *“o comércio desempenha uma importante função social, promovendo o convívio entre as pessoas e a animação dos lugares, para além de ser um elemento decisivo na estruturação do espaço. Aquela função permanece mesmo quando mudam as formas ou as características dos estabelecimentos.”*

Cavaco (dir.) (2000:4) corrobora esta ideia e vai mais longe, ao afirmar que *“o comércio moldou o carácter português e constitui, sem dúvida, uma dimensão significativa da organização das nossas práticas sócio-culturais, detendo, por excelência, a função de animador dos quotidianos das populações e sendo a expressão da convivencialidade reforçada que resulta da integração do comércio com o lazer.”*

Da mesma forma, os serviços têm vindo a ganhar um peso maior nas sociedades modernas, cuja principal razão é, de acordo com as novas teorias, a crescente integração das actividades secundárias e terciárias.

Para Téboul (2002:19, referido por Teixeira (2006:236)), o papel que os serviços têm hoje na sociedade é uma *“consequência inevitável do grau de personalização e de interação num ambiente desregulamentado e concorrencial onde os consumidores se tornam cada vez mais exigentes.”*

Os serviços são, por natureza, uma actividade muito heterogénea e, por isso, sempre houve dificuldade em definir o conceito. A evolução das formas de comércio e de serviços nas últimas décadas tornou também menos clara a diferenciação entre comércio e serviços, coexistindo e complementando-se cada vez mais (Alves, 2005; Teixeira, 2006). Nos próprios centros comerciais, os serviços estão a assumir cada vez maior visibilidade e importância.

3.1. AS MUDANÇAS DOS AGENTES

Nos últimos quarenta anos, registaram-se no comércio e nos serviços muitas mudanças, a ritmos cada vez mais céleres e envoltas numa crescente complexidade.

Após a Segunda Guerra Mundial surgiram as primeiras modificações no padrão geográfico dos estabelecimentos comerciais, acompanhadas de alterações na dimensão, nível de especialização e agrupamento das unidades. Como evidencia Cachinho (2002:113), *“vários conceitos comerciais com lógicas de localização e de operar distintas aparecem no mercado, revolucionando o tradicional funcionamento do sistema comercial.”*

Além das mudanças do lado da oferta (distribuidores), registam-se também importantes alterações na procura (consumidores), sem obstar as próprias mudanças conjunturais, que condicionaram as relações de consumo. Tal como defendem Cachinho (2002) e Barata Salgueiro (1992 e 2002b), as alterações estruturais têm sido tão céleres que se pode falar numa *“revolução económica [que] traz mudanças a nível da estrutura da oferta, em que a economia para além de fornecer bens e serviços, procura igualmente vender formas de ocupação do tempo e configurar, embora pareça apenas responder, os anseios culturais dos cidadãos.”* (Barata Salgueiro, 2002b:37).

Hoje, os espaços, os métodos e as formas de consumo são bastante diversificados – o livre-serviço proliferou, os centros comerciais expandiram-se, as lojas de *discount* e o *franchising* implantaram-se no mercado e as tecnologias de informação e de comunicação permitem comprar uma vasta gama de produtos e de serviços à distância.

Ao nível da logística e gestão, houve uma maior concentração física das centrais de distribuição e desenvolveram-se centrais de compra, que informatizaram grande parte das tarefas e das operações. As estruturas de distribuidores apresentam uma maior dimensão

empresarial e estão cada vez mais concentradas e internacionalizadas. Assim, a oferta aumentou e os custos associados ao distribuidor tenderam a diminuir.

Do lado do consumidor, também se registaram importantes alterações e, com isto, surgiram novos perfis de consumidores. Tal como Téboul (2002, cit em Teixeira 2006) referiu para os serviços, Barata Salgueiro (1992:704) já antes afirmara que *“o comércio está cada vez mais dependente das exigências dos consumidores e as diferenças culturais concorrem para dificultar a aceitação de novas fórmulas em regiões diversas da original.”*

Em termos sociodemográficos, assistimos ao aparecimento de novas formas de família e estilos de vida, o que, segundo as estatísticas, se traduziu na diminuição do número de indivíduos por família, ao mesmo tempo que aumentou o número de famílias. Surgem ainda populações estrangeiras, com hábitos culturais e de consumo diferenciados dos portugueses.

Há também um vasto leque de alterações socioculturais, como a entrada da mulher no mundo do trabalho e o aumento do nível de instrução e qualificações, que tiveram impactos nas finanças pessoais (aumento e/ou bipolarização das receitas e nova organização do orçamento familiar (novas fontes de despesa, que condicionam o consumo)) e na procura, implicando uma maior capacidade de resposta da oferta (obtida por via de uma especialização acrescida ou pela maior integração de produtos em estabelecimentos de grandes dimensões). Estes fenómenos foram acompanhados pela redução da duração e, sobretudo, pela diversificação dos horários de trabalho e, por conseguinte, houve um aumento (e uma combinação diferente) do tempo dedicado ao lazer e ao recreio.

Ao nível territorial, evidencia-se o aumento da primeira residência em espaços suburbanos e rurais, o que tem contribuído para a expansão territorial (que torna difícil a delimitação/diferenciação dos vários espaços), a crescente segmentação social dos espaços, a emergência de novas centralidades e de novos espaços de comércio e serviços (que origina uma grande diversidade e diversificação dos lugares e das práticas de produção e consumo), bem como a integração dos espaços em redes. Estes fenómenos são acompanhados pelo aumento das deslocações em automóvel (urge referir que a taxa de motorização aumentou nas últimas décadas (Figura 4)) e pela consequente redução das deslocações a pé e em transportes públicos, como os Censos de 1991 e 2001 demonstram (Quadro 4) (Barata Salgueiro, 1989 e 2002b; Cachinho, 2002).

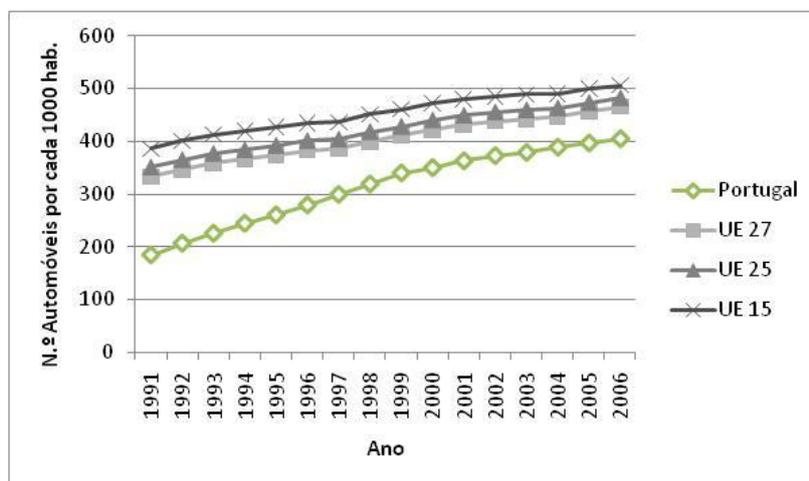


Figura 4 – Evolução da Taxa de Motorização, em Portugal e na UE.

Fonte: Eurostat (2009).

	1991	2001
Automóvel (condutor)	20	39
Automóvel (passageiro)	4	5
Autocarro, Metro ou Eléctrico	36	26
Comboio	10	10
Escola/Empresa	5	2
Motociclo ou Bicicleta	2	1
A pé	21	16
Outro	2	1

Quadro 4 – Evolução dos meios de transportes utilizados nas deslocações pendulares (%), na AML.

Fonte: INE (2002).

Os dados mais recentes do Instituto de Seguros de Portugal (ISP) e do INE permitem calcular a taxa de motorização em 2009 para a Península de Setúbal. Enquanto essa taxa em Portugal é de 596 veículos por cada 1000 habitantes, na Península de Setúbal o seu valor é de 464. Com a excepção de Almada, os concelhos com maiores dinâmicas socio-demográficas, menor acessibilidade a Lisboa e menor oferta de transportes públicos (quantitativa e qualitativamente) são os que apresentam maior taxa de motorização (Montijo, Palmela, Setúbal e Sesimbra, respectivamente) (Quadro 5).

CONCELHO	TAXA DE MOTORIZAÇÃO
Alcochete	460
Almada	465
Barreiro	419
Moita	406
Montijo	606
Palmela	559
Seixal	414
Sesimbra	484
Setúbal	492
TOTAL (PS)	464
TOTAL NACIONAL	596

Quadro 5 – Taxa de Motorização na PS, em 2009

Fonte: ISP (2011) e INE (2011).

A organização do tempo e as especificidades da compra assumem outros contornos com as novas formas de comércio. As famílias passaram a adquirir bens de primeira necessidade de forma mais espaçada e nos mesmos sítios onde compram produtos de gama mais alta, deixando, portanto, de existir uma relação directa entre a frequência de utilização e a distância ao lugar de utilização. Para isto também tem contribuído a crescente aproximação das cadeias de distribuição aos centros da cidade, com formatos de proximidade.

Assim, como salienta Barata Salgueiro (2002b:36), *“à rigidez duma frequência por etapas dos vários espaços, desde o comércio de esquina ao centro da aglomeração (o primeiro com elevada frequência), contrapõem-se combinações variadas que respondem a necessidades do momento em termos de abastecimento, de passeio, de encontro social ou de recreio. Resultam de um processo de selecção face a uma oferta mais diversificada e menos rígida.”*

Estas alterações desenrolaram-se numa conjuntura de estabilidade política e económica, à qual não é imune a adesão de Portugal às CE, que *“criou uma série de oportunidades que potenciaram as tendências de modernização anteriormente esboçadas, [pois] foi desde finais de 1985 que conheceram grande expansão as novas formas de comércio já correntes noutros países.”* (Barata Salgueiro, 1992:703)

Na prática, a adesão às CE traduziu-se ainda no aumento do poder de compra, segmentação e especialização dos mercados e da procura e à abertura ao investimento estrangeiro e, ao nível territorial, consolidou-se a concentração da população nas cidades e nas suas periferias, em grande parte devido à melhoria das acessibilidades (Barata Salgueiro, 1992).

Hoje, reflexo das mudanças dos vários agentes, temos um sistema de comércio e serviços bastante complexo, onde co-existem diversos formatos (p.e., pequenos estabele-

cimentos de comércio e serviços, feiras, supermercados, hipermercados, *discount*, galerias comerciais, centros comerciais, *retail parks*, *outlet factories* e *franchising*, entre outros; dentro destes formatos podemos ainda explorar um vasto leque de sub-formatos), todos eles com a sua segmentação e posicionamento no mercado, respectiva política de preços, localização e *modus operandis* bem definidos.

Com esta diversidade de formatos, as empresas de distribuição conseguem responder aos diferentes estilos de vida e, por conseguinte, aos múltiplos perfis de consumidores (nos dias de hoje, os consumidores apresentam diferentes perfis, consoante o momento e a situação em que se encontram), o que faz com que todos estes formatos sejam um elemento do sistema, que está em permanente evolução e complexificação e que consegue responder às necessidades dos seus consumidores (satisfazem as suas necessidades), do Estado (como regulador e cobrador de impostos) e dos investidores (obtem mais lucro).

Ainda que este sistema seja dinâmico e, ao longo do tempo, a importância dos formatos se vá alterando, estas empresas – concorrentes – estabelecem relações de complementaridade entre si. Por essa razão, localizam-se frequentemente lado a lado, beneficiando de um conjunto de vantagens competitivas, como a localização, a oferta comercial (produtos/serviços e respectivos preços) e a conveniência.

Num contexto de crise económica prolongada, urge pensar qual o futuro do comércio e dos serviços, sobretudo da grande distribuição, uma vez que até à data não conhecemos grandes insucessos destes grupos. Serão sustentáveis financeiramente? Serão capazes de resistir à crise sem encerrarem? Quais os impactes do aumento da concorrência e a consequente saturação do mercado, sobretudo nas áreas metropolitanas? Se alguma cadeia de distribuição tiver de encerrar um estabelecimento, qual o seu futuro (reconversão, encerramento, implosão, ...)?

Para Cachinho (2006:286), *“a forma como estas [empresas de distribuição] têm respondido aos desafios que lhes são colocados constitui um verdadeiro testemunho de que o sector da distribuição está longe de ocupar um papel de simples intermediário e cumprir funções meramente reactivas. Algumas estratégias de gestão desenvolvidas pelos departamentos de marketing e de planeamento estratégico das empresas, tanto no domínio de controlo de custos, como no aumento das vendas, têm revolucionado a gestão empresarial, não só do sector da distribuição.”*

Mesmo não havendo grandes certezas sobre a evolução destas unidades comerciais e não menosprezando a capacidade de adaptação demonstrada nas últimas décadas, o que torna arriscado fazer qualquer tipo de previsão, caso a oferta comercial continue a aumen-

tar tornar-se-á (quase) inevitável que haja uma reorganização do mercado. Este processo poderá assumir diversas modalidades, que podem ir desde o mero encerramento do estabelecimento até à sua venda ou reformatação, o que é já visível nas estratégias de grupos como Sonae e Jerónimo Martins.

3.2. EXPANSÃO URBANA E ESPAÇOS DE CONSUMO

A expansão urbana tem levado à criação de novos espaços de comércio e serviços nas periferias das grandes cidades. Ao longo dos anos, muitos autores estudaram as realidades (sub)urbanas³, mas nenhum deles conseguiu cabalmente sintetizar a complexidade destes espaços.

Os espaços urbanos actuais apresentam dois tipos de estruturas muito distintos: a cidade tradicional – monocêntrica, densa, contínua, com história e facilmente delimitada no espaço; e a cidade contemporânea, uma continuação espacial da cidade tradicional pelas periferias – policêntrica, com múltiplas densidades, fragmentada, sem história e com contornos geográficos pouco definidos.

A emergência das cidades contemporâneas colocou em causa o tradicional modelo metropolitano, assente na divisão entre centro e periferia. O sistema urbano actual encontra-se organizado em torno de um modelo centrífugo, onde o transporte individual motorizado e as infra-estruturas de transporte assumem um papel fulcral. Os indivíduos realizam múltiplos fluxos em diferentes direcções para se deslocarem para o trabalho, equipamentos de educação, saúde e recreio e aos espaços de comércio e serviços, construindo uma malha complexa com múltiplas centralidades.

O caso português é descrito por Pires Soares (cit em Soeiro de Brito, 2005:110) como *“uma fase de urbanização que se sobrepõe parcialmente a um período ainda mal consolidado de terciarização onde se sobressaiu um tipo de ‘urbanização de génese ilegal’ a par da emergência da primeira geração de Planos Directores. Sem ainda estar concluída esta fase, assiste-se ao início de uma outra que corresponde à expansão da rede de auto-estradas e à inauguração de hipermercados, grandes centros comerciais, parques de escritórios e parques temáticos a par de condomínios residenciais, disseminados entre cidades e construindo novas centralidades. ”*

³ *Metropolis* (Vance, 1964), *Outer City* (Herrington, 1984), *Edge City* (Garreau, 1991), *Ville Archipel* (Viard, 1994), *Troisième Ville* (Mongin, 1995), *Ville Émergente* (Dubois-Taine e Chalas, 1997), *Ville Éclatée* (Haumont e Lévy, 1998). Em Portugal, têm estudado o assunto Barata Salgueiro (1992 e 2001), Ferrão (1991 e 2002), Gaspar (1972 e 1980), Portas, Domingues e Cabral (2007), Rio Fernandes (1993 e 2000) e Sá Marques (2004).

A organização do espaço (sub)urbano revela uma crescente complexidade, onde se sobrepõem diversas lógicas, que por vezes até são contraditórias, tornando difícil a sua gestão.

3.2.1. As novas lógicas de localização do comércio e dos serviços em espaço sub-urbano

A premissa básica para a implantação de novos estabelecimentos de comércio (e serviços) é a satisfação das necessidades de um aglomerado populacional, sendo que a sua viabilidade está dependente do seu mercado consumidor. Por sua vez, uma povoação está dependente da existência de comércio e serviços, pois sem eles não vê as suas necessidades básicas supridas.

Ao longo dos capítulos 2 e 3 foram apresentados vários factores que justificam a concentração da população em áreas suburbanas e que, por conseguinte, levaram à implantação de estabelecimentos de comércio e serviços, que importa sintetizar (Quadro 6).

GRANDES DOMÍNIOS DA MUDANÇA	FACTOR DE REJEIÇÃO DO MEIO URBANO DENSO	FACTORES DE ATRAÇÃO DA PERIFERIA
Oferta fundiária e imobiliária	<ul style="list-style-type: none"> • Preços elevados; • Pouca oferta de novos espaços; • Inadequação dos espaços às funções. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade, características e preços mais acessíveis; • Muitos projectos imobiliários.
Transportes e acessibilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de acessibilidade; • Problemas de estacionamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de estacionamento; • Oportunidades ligadas a novas redes e a novos nós.
População e valores	<ul style="list-style-type: none"> • Empobrecimento das populações; • Insegurança e barulho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Periurbanização dos trabalhadores e das populações em geral; • Imagem de modernidade associada aos espaços em desenvolvimento; • Atração pelo verde.
Empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Emergência de grandes grupos com fórmulas estandardizadas; • Reagrupamento das actividades na sequência de fusões. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sítios sem passado e com possibilidades múltiplas; • Custo de implantação em geral muito reduzido; • Proximidade de outras empresas.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento das necessidades em termos de superfícies; • Procura duma grande flexibilidade ao nível dos locais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhor organização da gestão, da logística e do trabalho.
Políticas dos poderes públicos	<ul style="list-style-type: none"> • Restrições do uso do solo; • Congestionamentos urbanos; • Planos de circulação e de estacionamento; • Fiscalidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Zonamento • Ordenamento das grandes infra-estruturas e dos parques de actividades; • Vantagens dadas pelas autarquias.

Quadro 6 – Factores de suburbanização do comércio e dos serviços.

Fonte: Alves (2005).

Muitos autores desenvolveram (e/ou aplicaram) modelos explicativos da localização do comércio e dos serviços, desde os trabalhos pioneiros de Christaller (1933) e Lösch; em Portugal, podemos referir os contributos de Gaspar (1972, 1975 e 1976), Lema (1982), Barata Salgueiro (1996 e 2001), Rio Fernandes (1993 e 2000), Teixeira (1997) e Cachinho (1999). Todavia, nenhum deles consegue explicar cabalmente a realidade actual, dada a complexidade dos territórios, das actividades e das relações estabelecidas entre eles.

Cachinho critica a pertinência destes modelos na actualidade. *“Com a revolução das periferias urbanas (proporcionada pela difusão do automóvel) e a diversificação dos formatos dos estabelecimentos, com lógicas de funcionamento e localização distintas dos anteriores, estes modelos rapidamente se irão revelar inadequados, propiciando o desenvolvimento de novas interpretações que, por porem em causa os modelos tradicionais e as hierarquias do sistema, por oposição às anteriores, ficarão genericamente a ser conhecidas como pós-hierárquicas.”* (Cachinho, 2002:123-4)

Até a Teoria dos Lugares Centrais é colocada em causa, pois *“a centralidade ganha novos sentidos e o padrão de frequência dos vários espaços torna-se mais complexo, misturando-se os princípios de relação espaço-temporal (distância e frequência de utilização) que constituíam a base de padrões hierárquicos à Christaller.”* (Barata Salgueiro, 2002b:36).

Para Alves (2005), as abordagens da teoria dos lugares centrais e da teoria de base de exportação também já não são suficientes para explicar a localização dos serviços, remetendo a sua justificação para novas abordagens conceptuais (p.e., as redes de cidades, a metropolização e a globalização).

Assim, pode-se dizer que estamos perante novas lógicas de localização das actividades económicas, em que: (i) as actividades de comércio e serviços destinados ao consumo final apresentam diversas tendências (proximidade, ou seja, pequenos negócios que se misturam e acompanham a evolução das manchas urbanas; especialização, isto é, apresentam maior dimensão e maior área de influência, situando-se junto aos nós de acesso às principais infra-estruturas rodoviárias); (ii) os serviços às empresas estão a adoptar, cada vez mais, localizações periféricas, que põem em evidência uma fractura entre o centro da cidade e as suas periferias; (iii) os equipamentos públicos vão surgindo após as várias expansões urbanas, não respondendo, no imediato, às reais necessidades da população, o que é, aliás, uma característica da expansão urbana e sistema de planeamento dos países mediterrâneos; (iv) por fim, as actividades industriais têm especializações territoriais e situam-se fora dos aglomerados tradicionais.

A heterogeneidade de espaços de comércio e de serviços tem também reflexos ao nível do imobiliário, existindo diversos produtos no mercado, consoante os objectivos e as funções dos serviços (Quadro 7).

	TIPO DE COMÉRCIO/SERVIÇOS	OBJECTIVOS	FUNÇÕES
Centro da cidade ou pólos das aglomerações urbanas	Imóveis ou complexos de imóveis novos	Operações de renovação urbana, multifuncionais.	Comércio de retalho, serviços, residências.
	Imóveis já existentes ou apenas parte de imóveis já existentes	Rés-do-chão nas principais artérias comerciais, casas de qualidade em bairros de alto valor social, antigos prédios de escritórios.	Comércio de retalho, serviços às empresas e às pessoas, serviços que ocupam pouco espaço.
	Centros de empresas ou negócios	Imóveis colectivos, investimentos públicos ou privados.	Serviços às empresas
Periferias urbanas	Parques de actividades generalistas	Indústrias e Serviços	Serviços “pesados”: comércio por grosso, entrepostos, transportes, actividades que são grandes consumidoras de espaço.
	Parques de logística	Parques multimodais	Serviços “pesados”: especializados em transportes e armazenamento.
	Parques de artesanato	Para pequenas e médias empresas	Pequenas actividades que necessitam de espaço para produzir, expor e armazenar.
	Parques de negócio ou de escritórios / Centros de empresas e de negócios	Edifícios pertencentes a empresas ou a profissionais, inseridos em parques com programas imobiliários	Serviços às empresas.
	Parques comerciais	Especializados	Comércio a retalho e lazer.
	Parques científicos e tecnológicos	Actividade de investigação e desenvolvimento	R&D e consultadoria.
	Incubadoras	Para empresas jovens	Serviços às empresas.
	Imóveis ou complexos ao longo dos grandes eixos	Acessibilidade rodoviária excelente	Comércio a retalho e lazer e serviços às empresas.
	Imóveis ou parte deles fora de parques, eixos e polaridades	Localização difusa	Serviços às empresas, comércio de proximidade, pequenos serviços às empresas.

Quadro 7 – Produtos imobiliários do comércio e dos serviços.

Fonte: Adaptado de Alves (2005).

O Quadro 7 demonstra, uma vez mais, a dificuldade em diferenciar o que são espaços de comércio e espaços de serviços destinados às famílias.

3.2.2. Dinâmicas territoriais

As dinâmicas territoriais das áreas metropolitanas têm favorecido a expansão das periferias e, com elas, têm surgido novas formas de comércio e de serviços. A evolução da mancha urbana e dos espaços de comércio e de serviços passam por diversas fases, que vão desde a hegemonia do centro da cidade até a modelos multipolares complexos (Figura 5).

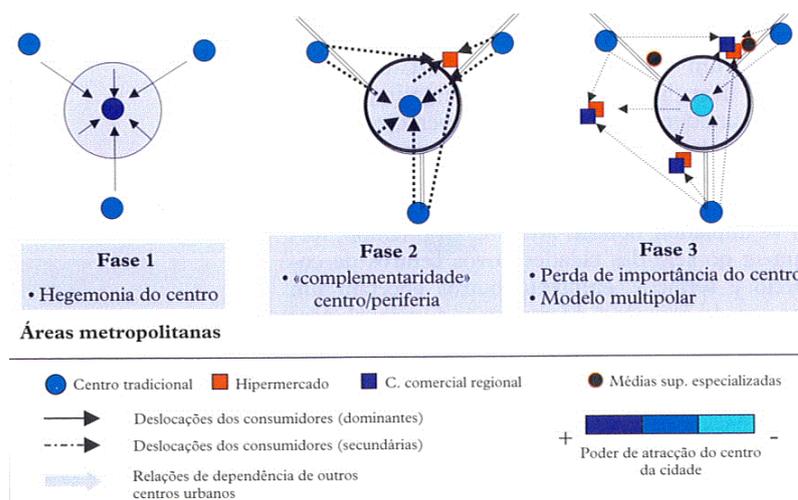


Figura 5 – Evolução do comércio e serviços em áreas metropolitanas

Fonte: Adaptado de Teixeira (2002) cit em Cachinho (2006)

Numa primeira fase, o comércio e os serviços encontram-se localizados no centro da cidade, ao qual os consumidores se deslocam. Com a expansão progressiva para a periferia vão surgindo novas centralidades, o que retira a hegemonia ao centro. Assim, nessa fase, há uma relação de complementaridade entre o centro e a periferia. Neste contexto, importa destacar a importância do hipermercado que surge em locais que lhe permitem ter uma elevada área de influência, mas também porque muitas das áreas periféricas construídas não têm tipologias e organização interna que suportem um centro de comércio e serviço tradicional. A última fase, actual, caracteriza-se pela perda de importância relativa do centro da cidade, que passa a competir directamente com as novas centralidades suburbanas, e pela emergência de um modelo urbano policêntrico, que em grande parte se deve à hipermobilidade. Neste modelo, o contínuo urbano colide, mas também se inter-relaciona com os espaços urbanos, mais dispersos e com múltiplas polaridades e os novos centros de comércio e serviços suburbanos concorrem, sobretudo, entre si.

Merenne-Schoumaker (1996 e 2003) sintetiza a evolução do comércio e serviços em diferentes espaços e analisada por diferentes prismas (Quadro 8).

	METRÓPOLES E CIDADES REGIONAIS			CIDADES PEQUENAS	MEIO RURAL
	CENTROS DE CIDADE	1ª COROA	2ª COROA		
Evolução quantitativa	↓	↓↓	↑↑↑	↑	↓
Evolução estrutural	<i>Affinage</i> e especialização no equipamento pessoal e na cultura-lazer; Desenvolvimento do sucursalismo e da franchi-se.	Desmantelamento dos tecidos de comércio banal; Desaparecimento do comércio isolado.	Especialização primeiro no alimentar, depois no equipamento da casa e nos transportes; Diversificação recente para os sectores mais ligeiros.	Alargamento dos sortidos.	Redução da oferta.
Evolução espacial	Retracção do hipercentro; Multiplicação dos espaços pedonais, galerias e centros associados a operações de renovação urbana.	Retracção ao nível de centros secundários ou pólos de proximidade, baseados em supermercados ou <i>discounts</i> .	Três fórmulas principais: (i) Pólos em torno de hipermercados e de grandes superfícies; (ii) centros comerciais planeados; (iii) eixos especializados.	Reforço das partes centrais e desenvolvimento de núcleos periféricos.	Reconcentração em determinados centros (acessibilidade; desenvolvimento económico/turístico).
Evolução qualitativa	No início, aumento do <i>standing</i> , depois a estagnação ou a diminuição pela saída das insígnias.	Baixa do nível qualitativo, excepto em pontos privilegiados	Aumento recente e sensível do nível qualitativo, excepto nos eixos.	Aumento dos níveis qualitativos.	Baixa dos níveis qualitativos.
Evolução temporal	Movimento lento, mas que se acentuou recentemente.				

Quadro 8 – Dinâmicas de localização comercial de acordo com o tipo de espaço.

Fonte: Adaptado de Merenne-Schoumaker (2003)

Ao nível suburbano, e sem descurar a realidade da área em estudo, a segunda coroa é a que melhor caracteriza o desenvolvimento recente do comércio e serviços.

3.3. AS PRINCIPAIS FORMAS DE COMÉRCIO EM ESPAÇO SUBURBANO

O desenvolvimento do comércio e dos serviços no território não é um tema cujo conteúdo possa ser facilmente generalizável, uma vez que os territórios, os seus habitantes e as relações estabelecidas com a envolvente são muito diversos. Desta forma, grande parte das localizações do comércio e dos serviços é explicada pelas especificidades locais e

regionais. Ainda assim, é possível elencar, de forma genérica, os principais formatos existentes nos espaços suburbanos e as suas lógicas primárias de localização.

3.3.1. COMÉRCIO E SERVIÇOS JUNTO AOS PRINCIPAIS EIXOS VIÁRIOS

Em espaços suburbanos é frequente encontrar-se comércio ao longo das infraestruturas rodoviárias. No entender de Portas, Domingues e Cabral (2007) trata-se de pré-existências remotas, de um reforço das lógicas de estruturação do difuso ou do desenvolvimento de novos núcleos comerciais nas intersecções das novas redes de transportes de grande débito com as redes de menor capacidade. E, como referem esses autores (2007:157), *“estas tendências são completamente distintas das situações «históricas» verificáveis nos núcleos urbanos consolidados, ou, mais recentemente, nos zonamentos previstos nos PDM.”*

O comércio desenvolvido nestes eixos apresenta alguns padrões: (i) as actividades que exigem grande espaço de exposição (p.e., a venda de material de construção civil, mobiliário ou de automóveis) encontram-se em *edifícios-montra*; (ii) o comércio e os serviços de pequena dimensão ocupam os rés-do-chãos de moradias unifamiliares; e (iii) as pequenas indústrias surgem misturadas com outros usos, podendo ter ou não edifício próprio.

Nos territórios onde ainda se faz sentir o peso da indústria é vulgar encontrar uma mistura de empresas pequenas e médias com empresas de maior dimensão, umas mais recentes e modernas, outras antiquadas e obsoletas.

Para Portas, Domingues e Cabral (2007:157), *“estas funções localizadas de forma dispersa, aglomeradas ou alinhadas em eixos mais ou menos contínuos, constituem a sustentação da dinâmica demográfica e do povoamento das conurbações e explicam a prevalência da urbanização fora dos aglomerados tradicionais.”*

Parte significativa do comércio e serviços de pequena ou média dimensão desenvolvidos junto dos principais eixos viários tem, nos dias de hoje, muitas dificuldades em subsistir e, não raras vezes, mudam de ramo ou cessam a actividade. Contudo, nesta localização têm vingado outros formatos de comércio e serviços, como os hipermercados e os centros comerciais.

3.2.2. ESTABELECIMENTOS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS TRADICIONAIS

O comércio tradicional e os serviços de proximidade caracterizam-se pela pequena dimensão empresarial, pelo posicionamento descaracterizado e pouco rigoroso no mercado e ainda pela aplicação de métodos incipientes de gestão. Neste estudo, consideramos três formas de comércio e serviços – a feira, a venda alimentar a retalho e a venda não alimentar a retalho.

a) Feiras

As feiras, estudadas por Rau (1943) e mais recentemente por Gaspar (1970), são um grande mercado onde se expõem e se vendem vários tipos de mercadorias, geralmente transaccionadas a baixo valor.

As feiras foram uma das primeiras formas de comércio, cuja sua existência deve-se a um mercado potencial de consumidores que para adquirirem um conjunto de bens teriam de fazer várias deslocações. A existência periódica de feiras reduz as suas deslocações, encontrando vários tipos de produtos num só local. Muitas localidades surgiram, aliás, em parte, devido à existência de feiras, que asseguravam o seu abastecimento (Barata Salgueiro, 1989; Cavaco (dir.), 2000).

O aparecimento das feiras em espaços suburbanos surge, no início, com vista a suprir a ausência de estabelecimentos comerciais. Neste contexto, surgem dois tipos de feiras: as feiras regionais e as feiras locais. Naturalmente, as feiras regionais apresentam maior dimensão, diversidade e mercado potencial de clientes, sem obstar que se realizam com menor frequência do que as primeiras.

As feiras são, em geral, relegadas para uma área periférica da vila ou da cidade, onde existe o espaço necessário para que os feirantes instalem os seus produtos e os potenciais clientes se movimentem com conforto e tenham facilidade em encontrar estacionamento. No passado, a localização marginal das feiras explicava-se, em grande medida, pela necessidade de espaço para o gado e pela proximidade das estações ferroviárias e dos eixos rodoviários mais importantes.

Hoje em dia, muitos municípios têm vindo a preocupar-se com as feiras, preconizando políticas de realocação, reservando espaços para o efeito, com melhores condições para a comercialização e a salubridade, e também de condicionamento dos acessos e/ou da utilização das áreas em dia de feira.

As feiras perderam o impacto comercial que tinham no passado, o que tem levado à extinção e reconversão de muitas delas. Contudo, na PS ainda há feiras que mantêm grande importância, sobretudo as feiras regionais, como as de Azeitão, Coina, Pinhal Novo e Moita, que obedecem a um calendário bem definido e em que se transaccionam produtos muito variados incluindo vestuário, alimentação e bricolage.

A perda de importância comercial das feiras abriu um novo segmento de mercado, sobretudo a nível turístico, uma vez que as feiras têm bem vincada a identidade local ou regional. Estas ideias são reforçadas num estudo de Cachinho (2006d), em que pelo menos 40% dos inquiridos reconhece as feiras como espaços de prazer, divertimento, passeio, convívio, animação e festa e, noutra nível, 20-39% dos inquiridos vê as feiras com saudade, nostalgia e como tradição.

b) Mercarias

As mercarias foram outra das formas de comércio com grande expressão no passado. Numa primeira fase, os produtos alimentares eram pesados e embalados nas quantidades desejadas pelo cliente, havendo a possibilidade de pagar consoante as suas disponibilidades financeiras e receber os produtos directamente em casa, tendo, num outro estágio, evoluído para o livre-serviço e a padronização da oferta dos produtos (Barata Salgueiro, 1989).

A venda a retalho alimentar tem subjacente três ideias-chave, que justificam a localização perto de bairros residenciais e/ou nos principais eixos viários de um lugar: (i) a satisfação das necessidades básicas da população; (ii) a procura frequente destes estabelecimentos (tanto maior, quanto menor for a oferta de mercarias, supermercados e hipermercados); e (iii), por fim, a pouca receptividade do consumidor em fazer grandes deslocações para adquirir os bens (por norma, compra na mercaria que está mais próxima de casa).

Com as profundas alterações registadas nas últimas décadas, muitos comerciantes tradicionais assistiram à diminuição da procura e das margens de lucro dos seus estabelecimentos tradicionais, o que levou à diversificação da oferta, por forma a tentar manter a sua clientela, com um sortido mais amplo. Assim, surgem produtos sofisticados misturados com produtos de gama mais baixa. Os dois exemplos mais recorrentes são as mercarias com perfumaria, drogaria e bijutaria e também a drogaria que comercializa utilidades, materiais de bricolage e de animais domésticos. Ainda assim, a mercaria foi perdendo importância, em grande medida devido à emergência dos super e hipermercados e às mudanças

socioculturais, e, por conseguinte, muitas mercearias cessaram actividade (Barata Salgueiro, 1989; 2005b).

c) Outros estabelecimentos tradicionais

O demais comércio tradicional, com maior grau de especialização, localiza-se no rés-do-chão dos edifícios das ruas mais movimentadas, organizado em função da continuidade e da proximidade pedonal. Nas áreas mais antigas, os espaços habitacionais são convertidos em terciário pela alteração do piso térreo, sendo que os edifícios novos contemplavam lojas no rés-do-chão. Já nas áreas periféricas com uma oferta comercial fraca, os construtores passaram a fazer um conjunto de pequenas lojas em volta de um corredor, tipo arcada comercial, em vez dos clássicos dois estabelecimentos, potenciando a utilização da área do lote (Barata Salgueiro, 1989 e 2005b).

A propósito de edificação e comércio tradicional, importa atender a um excerto de um artigo de Barata Salgueiro (1989:164): *“não se associando a habitação ao comércio, como no tempo em que o comerciante vivia nos fundos do estabelecimento, a parte de trás do lote ficava sem utilização. Os antigos quintais (...) [foram] ocupados na sua totalidade pelo piso 0 (...) Nalguns casos, o amplo espaço assim construído alberga uma oficina ou um armazém, noutros é garagem de recolha de viaturas dos utentes do imóvel. Esta utilização, que devia ter carácter obrigatório em todos os centros urbanos e seus arrabaldes, é iludida, mesmo nas áreas onde é imposta, pois que grande número de garagens que consta do projecto licenciado é transferido para outras funções depois de fiscalizada a obra e passada a licença de habitação. Na maioria das situações, este espaço obtido no andar térreo é dividido em unidades de dimensão variada, mas com predomínio de pequenas áreas, convertendo-se assim numa arcada comercial. (...) Esta mudança de utilização, que implica uma maior intensidade no uso do espaço, é determinada pela vontade dos promotores imobiliários em aumentar o rendimento dos edifícios, tendo conhecido forte expansão numa época da grande inflação, em que os arrendamentos habitacionais estavam congelados e havia grande procura dos espaços comerciais, em particular de pequena dimensão.”*

Esta citação de Barata Salgueiro descreve um fenómeno que se fez sentir bastante nos espaços suburbanos, sobretudo na sua génese, e que, em grande parte, poderá ter condicionado a evolução do comércio e dos serviços.

A necessidade de obter espaços para fins comerciais a um baixo custo levou à fusão do comércio, dos serviços e da habitação. E ainda que a autora apenas aluda a um cenário (comércio e serviços no piso inferior e habitação no piso superior), a verdade é que em muitos casos o comércio e os serviços se fundiam no mesmo piso (por exemplo, utilizando

a garagem e anexos, implementando coberturas semi-rígidas nos quintais ou, no limite, utilizando um compartimento da habitação).

Com isto, o comércio e os serviços não se consolidaram em eixos comerciais, apresentando uma fragmentação espacial, e muitos dos imóveis ficaram parcialmente inutilizados e nem sempre os proprietários estão interessados em reconverter o uso dos pisos destinados ao comércio e aos serviços.

3.3.3. OS SUPERMERCADOS, OS HIPERMERCADOS E AS LOJAS DE *DISCOUNT*

O supermercado é um estabelecimento que transacciona predominantemente produtos alimentares e de grande consumo, com áreas compreendidas entre 400 e 2500 m², ao passo que o hipermercado combina, no mesmo espaço, sortidos alimentares e não alimentares, em áreas superiores a 2500m² e com estacionamento gratuito. Já as lojas de *discount* têm áreas de venda pequenas/médias (entre os 400 e os 1000m²) e apresentam sortidos exclusivamente alimentares, com reduzido número de referências (600 a 1000), utilizando, total ou parcialmente, produtos de marca própria ou exclusiva com uma estratégia comercial de preços baixos e custos reduzidos. Neste contexto, importa referir que estamos a assistir a uma mutação da estratégia das lojas *discount*, uma vez que cada vez mais passam a publicitar e vender os produtos de marcas de referência, produtos alimentares frescos e produtos do sortido não alimentar, o que no início não acontecia. O Lidl é um excelente exemplo dessa mudança. Em comum, todos estes formatos têm livre-serviço.

Estes formatos comerciais surgem, por norma, afastados do centro da cidade ou em espaços suburbanos, uma vez que é aí que existe a quantidade de solo necessário para a implantação das unidades comerciais, sem obstar que o preço do solo é menor do que junto do centro da cidade. Na última década, assistimos a uma mudança de paradigma e muitas destas lojas passam a ter uma inserção no tecido urbano consolidado, como acontece no caso do Lidl (p.e., em Lisboa, a marca está na Avenida Visconde Valmor, Rua Maria da Fonte (Mercado Forno do Tijolo) e Avenida Coronel Eduardo Galhardo) e do Modelo Bonjour (p.e., em Lisboa, há um Modelo na Avenida da República). Tornou-se ainda frequente a realização de parcerias entre Câmaras Municipais e as empresas de distribuição. Na Quinta do Conde, a CMS firmou acordos com o Lidl e a Aldi. Em ambos os casos, estas empresas suportaram os custos de dois parques urbanos (um deles ainda não começou a ser construído).

A localização dos supermercados, hipermercados e lojas de *discount* segue, muitas vezes, a lógica de Hotelling, referida por Vasconcelos (2009:5) como a “*que dá origem ao referido princípio [princípio da diferenciação mínima] e está dentro de uma classe de modelos de localização, que são modelos de competição monopolística nos quais os consumidores vêem o produto de cada firma como tendo uma localização particular no espaço de produto ou geográfico. Nele, o princípio da diferenciação sugere que um dado número de lojas operando dentro de um mesmo sector de mercado terá um desempenho superior se estiverem localizados juntos, em clusters. Na terminologia de jogos, isto significa que não há incentivo para as firmas saírem da posição central no modelo da cidade linear de Hotelling, pois aí se configura um Equilíbrio de Nash. Assim, o que se espera é que, quanto mais perto os produtos estiverem entre si, maior a acessibilidade física e a substituibilidade entre estes, e menor a diferenciação (daí o termo diferenciação mínima).*”

Uma outra localização dos supermercados e, sobretudo, dos hipermercados é no piso térreo dos centros comerciais de média, grande e muito grande dimensão e que apostam num destes formatos como âncora, isto é, que constitua um atractivo e um complemento à demais oferta comercial (Barata Salgueiro, 1989; Cachinho, 1999).

Actualmente, o supermercado é o formato que melhor se adequa nos espaços urbanos e suburbanos, uma vez que consome menos espaço, está mais próximo das populações, permite fazer as compras com maior frequência ao longo do mês e responde melhor às necessidades dos novos estilos de vida (p.e., à diversidade de tipos de famílias) (Teixeira, 1996).

Esta ideia é reforçada com os dados da Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), que revelam que, em 2009, os supermercados apresentaram maior quota de mercado que os hipermercados e as lojas de *discount*, sendo que estes dois últimos formatos registaram inclusive uma diminuição da quota de mercado, em comparação com o período homólogo, ao invés do supermercado, que apresentou um aumento (que poderá ser justificado, em parte, pela aquisição do Plus pelo grupo Jerónimo Martins, que transformou essas lojas em Pingo Doce).

Importa ainda referir que as lojas de *discount* têm evoluído e repensado o seu *modus operandis*, podendo ser visto como uma evolução do supermercado, que nuns casos privilegia a qualidade (supermercado qualitativo) e noutros o baixo preço (supermercado *discount*).

3.3.4. OS CENTROS COMERCIAIS

O centro comercial é, segundo a legislação específica (Portaria n.º 424/85, de 5 de Julho), todo o empreendimento comercial que reúna cumulativamente quatro requisitos: (i) um mínimo de 12 estabelecimentos e uma área bruta mínima de 500 m², que deverá ter maioritariamente actividades comerciais diversificadas e especializadas; (ii) as lojas deverão estar instaladas num único edifício ou, em alternativa, em edifícios contíguos e interligados, com zonas comuns que assegurem o acesso às lojas; (iii) existência de uma unidade de gestão comum, que dirija e coordene os serviços comuns técnico-comerciais e fiscalize o cumprimento de toda a regulamentação interna; e (iv) o regime de funcionamento (abertura e encerramento) dos diversos estabelecimentos deverá ser comum, podendo haver algumas excepções justificadas pela especificidade da actividade (APCC, sítio da Internet).

Esta legislação foi criada com o propósito de responder a algumas pressões de então, permitindo, após a sua criação, que alguns supermercados se tornassem pequenos centros comerciais e, por conseguinte, tivessem um horário mais alargado. Hoje em dia, esta legislação revela-se pouco adequada. De facto, com a evolução do conceito de centro comercial e a proliferação de novas formas de comércio e serviços, muitas lojas têm isoladamente mais de 500 m² e dificilmente se poderá chamar centro comercial a um espaço com esta dimensão!

Neste sentido, a Associação Portuguesa de Centros Comerciais (APCC) definiu uma tipologia de centros comerciais⁴, em linha com as orientações do International Council of Shopping Centers (Quadro 9).

⁴ Conceitos associados à tipologia: **“Centro Tradicional:** Formato que inclui retalho indiferenciado, integrado em empreendimento fechado ou “a céu aberto”, sendo classificado segundo a sua dimensão. **Centro Especializado:** Formato integrado em empreendimento fechado ou a “a céu aberto”, sendo classificado segundo o tipo de retalho especializado ou outra actividade dominante e a dimensão. **Centro Tradicional Pequeno:** Centros com dimensão compreendida entre os 5.000 m² – 19.999 m² de ABL. Estes centros podem ter Loja-Âncora Dominante, se a ABL de uma qualquer área de comércio a retalho for igual ou superior a 65% da ABL total do centro. **Retail Park:** Formato que inclui unidades de comércio a retalho especializado, geralmente “big boxes” ou “power stores” com acesso directo ao parque de estacionamento ou a áreas pedonais, sendo classificado segundo a sua dimensão. **Factory Outlet Centre:** Formato que inclui unidades de comércio a retalho, de pequena e média dimensão, onde produtores e retalhistas vendem merchandise com desconto no preço, proveniente de stocks excedentários e/ou artigos com pequenos defeitos. **Centro Temático:** Formato que inclui algumas unidades de retalho que concentram uma estreita mas profunda selecção de merchandise, dentro de uma categoria específica de retalho especializado. Estes centros podem (ou não) ser baseados na componente de lazer. **Centro Temático Baseado no Lazer:** é desenhado e planeado com uma combinação de equipamentos de diversão/deporto/cultura, incluindo uma forte componente de restauração e bares, bem como retalho de apoio indiferenciado (Press Centre, Tabacaria, merchandise temático, etc.). São geralmente ancorados em Multiplex de Cinemas, Bowling e Health Club. **Centro Temático Não Baseado no Lazer:** é desenhado e planeado para servir nichos de mercado, por exemplo em áreas como a moda ou o mobiliário para a casa.” (Sítio da Internet da APCC, 2010)

FORMATO	TIPO	ABL (M ²)	
Tradicional	Muito Grande	80.000 e superior	
	Grande	40.000 – 79.999	
	Médio	20.000 – 39.999	
	Pequeno	Com âncora	5.000 – 19.999
		Sem âncora	5.000 – 19.999
	Muito Pequeno	500 – 4.999	
Especializado	Retail Park	Grande	20.000 e superior
		Médio	10.000 – 19.999
		Pequeno	5.000 – 9.999
	Factory Outlet Centre	5.000 e superior	
	Centro Temático	Baseado em Lazer	5.000 e superior
		Não Baseado em Lazer	5.000 e superior

Quadro 9 – Tipologias de centros comerciais da APCC.

Fonte: Sítio da Internet da APCC (2010).

Ainda que a oferta existente abunde, a localização preferida dos centros comerciais continua a ser nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. As cidades de média dimensão também já dispõem de centros comerciais de média dimensão ou superior e, em certos casos, é já visível um excesso deste tipo de oferta. Os novos centros comerciais são construídos longe do centro da cidade, em áreas periféricas e bem servidas pela rede viária, ainda que pareça haver um tímido regresso ao centro da cidade (por via da renovação/regeneração urbana). Para este “regresso” ao tecido urbano consolidado ou em consolidação tem contribuído o aumento da dimensão destes centros comerciais e o conseqüente reforço da componente não alimentar, que permite obter retornos mais elevados, que desta forma sustentam uma localização mais cara (Carvalho, 2006; Pereira e Teixeira, 2008).

Estas localizações foram estudadas por Ribeiro e Freitas Santos (2003), através de modelos de regressão linear, utilizando cinco variáveis: (i) população (rácio população/área); (ii) economia (poder de compra regional); (iii) concorrência (número de retalhistas *per capita*); (iv) a acessibilidade (amplitude altimétrica); e (v) o custo de aquisição dos terrenos para instalação do empreendimento (medida pela distância tempo). De acordo com os autores do estudo (2003:19), “os resultados sustentaram todas as hipóteses, excepto a das barreiras de acesso. A hipótese referente à população foi aceite, pois os promotores tendem a investir nas regiões onde a densidade populacional é maior. A hipótese relativa à economia foi também aceite, pois os promotores tendem a investir nas regiões onde o poder de compra é mais elevado. A hipótese relativa à con-

corrência foi sustentada, suportada no raciocínio de que os promotores tendem a escolher as regiões onde o número de retalhistas por habitante é menor. Finalmente, a hipótese relativa aos custos foi igualmente aceite, dando razão à premissa que os promotores tendem a escolher as regiões que oferecem o nível mais baixo de custos. Não foi encontrado suporte empírico para a medida de acessibilidade, embora a variável se apresentasse com o sinal correcto.”

Se relacionarmos o estudo de Ribeiro e Freitas Santos (2003) com a instalação de novos centros comerciais na última década, facilmente corroboramos esta tese. Até meados de 2004, os centros comerciais surgiam nas áreas metropolitanas e, de forma mais tímida, em áreas com potencial turístico (Algarve e Região Autónoma da Madeira). Desde então, os promotores têm explorado novos espaços menos rentáveis, mas que beneficiam das boas acessibilidades e da boa aceitação dos consumidores, sendo também mais fácil aprovar e justificar a viabilidade dos projectos, uma vez que aí o mercado não está saturado e contribuem para a modernização da região.

As últimas décadas têm assim colocado em evidência que os centros comerciais e os grandes estabelecimentos de venda a retalho tornaram-se os grandes centros de consumo. Uma das explicações de Barata Salgueiro (1989:163) para esta proliferação baseia-se na premissa de que *“se as pessoas fazem festa no restaurante, gostam de ver montras e têm dinheiro disponível, nada mais simples do que explorar estes factos, orientar a apetência para o consumo e canalizar os indivíduos para as grandes «mecas» que são os centros comerciais e os hipermercados.”*

A mesma autora (1989:163) refere que o objectivo é *“estimular a compra, apresentar a novidade no meio do passeio, no caminho do restaurante ou do cinema. Iniciativa de promoção que conduz as pessoas a apreciar o passeio em lugares protegidos do vento, da chuva, do calor, do ruído e da confusão do tráfego, confortáveis (climatização, luz, música ambiente), belos (brilho e decoração dos espaços e montras) e alienantes (artificiais e propícios a esquecer o que está lá fora, os aborrecimentos, a vida, etc.), onde o isolamento de cada um se interrompe face à descoberta de que muitos outros fazem o mesmo pelos mesmos motivos.”*

Em contexto suburbano importa ainda destacar os *Retail Parks* e *Outlet Factories*, formatos que se distanciam do centro comercial pela ausência de uma estratégia comercial convergente e de serviços (p.e., farmácia), e que apresenta, num espaço aberto, um conjunto de lojas de grande dimensão, com formatos próximos dos *cash's* e dos armazéns grossistas, que têm a sua própria decoração. Este é, por excelência, um formato suburbano, pois localiza-se fora das cidades, nos principais eixos de acesso às periferias (Carvalho, 2006).

3.3.5. O FRANCHISING

O *franchising* é, a par com as grandes superfícies alimentares e os centros comerciais (e em convergência com estes), uma das formas comerciais mais revolucionárias, com cada vez mais aceitação e mais generalizado.

Este conceito é definido por Simões (1991:13, cit em Cachinho, 2002:239) como “*um método de colaboração entre duas entidades independentes, ligadas entre si por um contrato em virtude do qual uma delas – o franqueador – concede a outra – o franqueado – o direito de explorar, uma fórmula comercial, um método ou esquema industrial, um conjunto de bens, produtos ou serviços desenvolvidos pelo primeiro, bem como os conhecimentos e experiências no desenvolvimento e, sobretudo, na exploração comercial da actividade objecto da franquia.*”

Os primeiros estudos sobre a localização das lojas de *franchising*, como o de Pereira e Teixeira (1990), indicam que as cidades de Lisboa e do Porto foram pioneiras na instalação de lojas em *franchising*. E, a nível intra-urbano, estas lojas instalaram-se no centro da cidade e nos centros comerciais de maior qualidade. Nesta época, o *franchising* era bastante selectivo tanto em termos de área de negócio, como ao nível de localização das lojas.

Mais tarde, as lojas de *franchising* surgem nas regiões turísticas, nas cidades litorais mais dinâmicas e nas capitais de distrito. Por sua vez, o Nordeste Transmontano e a Baixo Alentejo não têm um mercado consumidor que viabilize a abertura de lojas de *franchising* (Cachinho, 2002a e 2006).

Numa outra fase, o *franchising* começa a surgir em espaços suburbanos, sobretudo nas galerias comerciais das cadeias de supermercado (p.e., a 5 à Sec implementou-se no Intermaché, na Feira Nova, no Pingo Doce e no Modelo).

Hoje em dia, evidenciam-se duas estratégias dos grupos económicos: (i) a selectividade territorial, em que as empresas procuram localizações de excelência, em linha com o mercado com quem se querem relacionar; e (ii) a saturação territorial, em que as marcas se difundem por todo o território, sem atender a critérios rígidos de localização. Poderá haver, inclusive, grupos económicos que sigam estas duas lógicas, utilizando insígnias diferentes.

A implementação destas lojas tem, geralmente, em conta alguns critérios, como: (i) a acessibilidade; (ii) a existência de bolsas de estacionamento; (iii) a visibilidade, a centralidade e o estatuto social conferidos pela localização; (iv) o potencial demográfico e económico do mercado potencial de clientes; e (v) a não sobreposição de mercados potenciais entre duas lojas da mesma cadeia de *franchising*. Também as lojas têm algumas características

particulares, que as distinguem das demais: (i) a imagem coerente e em linha com a estratégia global da marca; (ii) a boa iluminação; (iii) a decoração original, cuidada e, não raras a vezes, com material desenhado em exclusivo para a marca; e (iv) o cuidado no atendimento ao cliente (Cachinho, 2002 e 2006).

3.3.6. EQUIPAMENTOS COLECTIVOS

Os equipamentos colectivos têm um papel fundamental na organização do território, dado que condicionam o quotidiano das suas populações e podem ser um elemento essencial na competitividade entre territórios. Todavia, como são causa e consequência do processo de desenvolvimento socioeconómico local e regional, nem sempre há uma sincronização entre as necessidades de uma população num determinado momento e a sua disponibilidade.

Em teoria, equipamentos como jardins de infâncias, escolas, centros de saúde, hospitais, bibliotecas, salas de espectáculo e gabinetes de apoio da administração pública deveriam ocupar uma posição central, devidamente integrados no desenho urbano e obedecendo às lógicas de fácil acessibilidade. Apenas os equipamentos desportivos ficam numa localização marginal, dado o seu maior consumo de espaço.

Todavia, o rápido crescimento dos espaços suburbanos não contemplou muitas vezes as áreas necessárias, em quantidade e em qualidade, para a implantação dos equipamentos colectivos essenciais para a população e, deste modo, a sua localização é o resultado da disponibilidade do solo, dos custos associados à sua construção e manutenção e da facilidade de acesso automóvel.

Os equipamentos de nível superior, como hospitais e as instituições de ensino superior, não poderão estar presentes em todos os concelhos, uma vez que tal não seria financeiramente sustentável nem funcionalmente desejável. Desta forma, o planeamento destes equipamentos deve ter por base a cooperação territorial, potenciando as melhores infraestruturas, meios técnicos e recursos humanos.

Num futuro próximo, estes equipamentos enfrentam uma série de desafios, que vão desde a evolução demográfica até à crescente introdução de tecnologias de informação e comunicação (telemedicina e *e-learning*, respectivamente), o que terá consequências ao nível do seu planeamento territorial.

Para a gestão do território, importa referir que há uma questão política que norteia a criação e manutenção dos equipamentos públicos – devemos seguir uma lógica de eficiência económica (isto é, maximizar a utilização de equipamentos a uma escala intermunicipal, funcionando como uma rede interligada, definindo a sua criação e manutenção de acordo com um conjunto de critérios (p.e., população abrangida e limiares de distância-tempo de um aglomerado ao equipamento)) ou de equidade (ou seja, todos os territórios, independentemente das suas características, deverão ter semelhantes equipamentos e oportunidades)?

Na actual conjuntura, em que o dinheiro para investir é pouco e não é desejável aumentar o endividamento do Estado, e com um sistema urbano multipolar fará mais sentido apostar numa lógica de eficiência económica, em que se potenciam os equipamentos já existentes e se constroem apenas os necessários. Mas, para tal, é necessário envolver as populações neste processo, bem como estudar soluções inovadoras que se desenvolveram noutros países. Uma das soluções que se podem adoptar, por exemplo, para resolver a falta de repartições públicas em espaços suburbanos são os balcões multiserviços, isto é, postos de atendimento único que permitem realizar vários serviços, prestados por diversas entidades.

3.3.7. OS SERVIÇOS ÀS EMPRESAS

A periferia tem atraído, nas últimas décadas, novos espaços destinados aos serviços e, para isso, contribuiu a flexibilização da organização e do funcionamento das empresas (p.e., desintegração vertical), a flexibilização da comunicação (p.e., novas tecnologias de informação e de comunicação), a flexibilização da produção (p.e., evolução tecnológicas aplicada à produção) e a flexibilização do emprego (p.e., maior mobilidade laboral).

Ainda que, como refere Alves (2005:140), *“as lógicas da localização dos serviços têm aspectos semelhantes às outras actividades económicas (minimizar os custos de transporte e da força de trabalho)”*, estas apresentam algumas singularidades, que surgem pelo *“carácter imaterial dos serviços (o que reduz a importância das qualificações da força de trabalho), pela natureza da relação de serviço (em muitos serviços o acto de produzir é simultâneo com o de consumir) e pelo facto de existirem serviços cuja lógica de funcionamento está para além do económico (os serviços destinados a satisfazer necessidades colectivas ou de interesse social, criam emprego e geram valor acrescentado, mas a sua importância está muito para lá do económico).”*

As empresas procuram, então, cada vez mais sítios com boas condições ambientais e infra-estruturais, com bons acessos e bons enquadramentos paisagísticos. Não raras vezes, há também a procura de produtos imobiliários associados à modernidade e requinte, que confirmam à empresa um elevado *status*.

Ainda assim, os serviços são bastante diversificados e nem todos os tipos de serviços se localizam consoante os mesmos critérios. Mérenne-Schoumaker (2003) hierarquizou os principais factores de localização dos serviços às empresas (Quadro 10).

	Transportes	Engenharia	Informática	Publicidade	Consultadoria	Análises Técnicas	Contabilidade	Segurança	Secretariado	INTERIM
Potencial de Clientes	3	1	1	1	5		1	1	1	2
Vias de Comunicação	2	2	2	4	1	1	5	2		5
Imagem de marca (qualidade)	4	3	5	2	2	2	7	6	2	
Qualidade de vida (cidade)		4	6	3	4	6	6		4	
Meio Empresarial	5	5	4	6	3	4	3	5	5	3
Ambiente Tecnológico		6				3				
Proximidade a clientes	6	7	7				4	3	3	4
Porto Comercial	1									
Aeroporto Internacional	7									
Mão-de-obra Qualificada			3	5		5	2	4		1
Prox. a grandes entrepostos										6

Quadro 10 – Principais factores de localização dos serviços às empresas à escala inter-urbana.

Nota: Em cada ramo, os factores foram colocados por ordem decrescente de importância. Os números referidos neste quadro traduzem a posição nessa ordem.

Fonte: Adaptado de Mérenne-Schoumaker (2003) que utilizou como fonte original Jouvaud, M. “Marseille-Aix, métropole dispersée” in J. Philippe *et al*, 1998, p.189 e 194.

Em termos gerais, podemos concluir do Quadro 10 que a clientela potencial, a qualidade (urbana e dos espaços onde se localizam) e a proximidade da rede viária são os principais factores que estão na base da escolha de uma localização. Por sua vez, a proximidade física dos clientes e a proximidade de infra-estruturas de transportes (p.e., aeroportos e portos comerciais) são factores de menor importância para a localização de serviços às empresas.

a) Parques empresariais, de escritórios e de tecnologia

Os parques empresariais agrupam um conjunto de empresas, que podem estabelecer ou não relações comerciais entre si. Muitos dos novos parques empresariais suburbanos

facilitam a instalação de empresas *start-ups* e com um conceito subjacente de maior qualidade de vida.

Os parques de escritórios e os parques de ciência e tecnologia são uma variante dos parques empresariais. Concentram empresas de tecnologias de informação, engenharia, consultoria, farmácia e produtos de higiene e beleza, em grande parte, de capital estrangeiro. O conceito tem cada vez mais adesão desde a década de 80 e baseia-se no acolhimento de empresas de índole tecnológica e científica, com o objectivo de criar novos processos, produtos e serviços industriais. Estes parques servem, muitas vezes, de incubadoras de empresas recém-criadas.

Os parques empresariais, de escritórios e de tecnologia localizam-se nos nós das principais infra-estruturas rodoviárias e contemplam no seu espaço um vasto conjunto de equipamentos e serviços (p.e., cafés, restaurantes, agências bancárias, estações de correios, espaços verdes e ginásios). Partilham ainda um conjunto de serviços, como a recepção, o abastecimento de energia eléctrica, o abastecimento e o tratamento de águas e o serviço de vigilância.

Para Barata Salgueiro (2005b:404), *“à semelhança dos condomínios residenciais e dos centros comerciais, as áreas especiais de negócio contribuem para a produção de uma cidade de enclaves, de espaços fechados, conectados uns com os outros, que fazem a cidade fragmentada mas são uma negação da cidade pública e convivial que a tradição europeia foi edificando ao longo dos séculos.”*

b) Plataformas logísticas

As plataformas logísticas são espaços onde se realizam actividades de transporte, armazenamento, logística e distribuição, a nível nacional e internacional, podendo ser geridos por uma entidade pública ou privada. Na periferia das áreas metropolitanas podem surgir, de forma planeada ou espontânea, espaços com vocação logística que podem ter exigências locativas distintas consoante a sua actividade privilegie o território metropolitano ou relações mais alargadas, de âmbito nacional e/ou internacional.

A localização deste tipo de plataformas valoriza, por um lado, os espaços suburbanos, onde haja espaço, bons acessos a vias de elevado débito e afastamento dos aglomerados populacionais; por outro lado, devem ter nas proximidades serviços públicos, que suportem a sua actividade.

Em síntese, o espaço suburbano tem hoje um conjunto vasto de agentes, localizações, estratégias e significados, que estão enunciados no Quadro 11.

	PEQUENO RETALHO	GRANDE DISTRIBUIÇÃO
Formatos de Loja	<ul style="list-style-type: none"> • Pequenas lojas (generalistas ou especializadas). • Feiras. • Armazéns. • Galerias Comerciais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes superfícies de venda predominantemente alimentar (supermercado, hipermercado e <i>discount</i>). • Grandes superfícies de venda especializada. • Centros Comerciais, Retail Parks e Outlet Factories. • Lojas de conveniência.
Tipo de Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> • Pequenos retalhistas. • Comerciantes independentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes cadeias de distribuição. • <i>Franchising</i>. • Sucursais. • Sociedade por quotas ou anónima.
Localizações predilectas	<ul style="list-style-type: none"> • Centro urbano. • Principais acessos do aglomerado. • Bairros residenciais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Periferia urbana. • Principais acessos ao aglomerado. • Centro urbano (tendência recente).
Principais Critérios de Localização	<ul style="list-style-type: none"> • Centralidade. • Proximidade. • Conveniência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acessibilidade. • Facilidade de Estacionamento. • Conveniência.
Tecido comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Uniformização de lojas. • Reduzidos canais de distribuição. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversas formas de comércio. • Múltiplos formatos.
Organização Funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Hierarquização de acordo com as classes sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragmentação segundo os estilos de vida.
Estratégia	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão familiar, onde predomina a passividade e reactividade. • Estratégia de vendas mal definida. • Mono-estabelecimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão capitalista, onde predomina a reactividade e a proactividade. • Economia de escala. • Diversificação de formatos e ofertas. • Múltiplos estabelecimentos, em territórios nacionais e internacionais. • Conquista de novos nichos de mercado.
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Linear, padronizada e homogénea. • Determinada pelos produtores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificada e segmentada. • Influenciada pelos consumidores.
Mercadorias	<ul style="list-style-type: none"> • Objectos, produtos e serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marcas, signos, ambiências e contextos.
Formatos de Venda	<ul style="list-style-type: none"> • Ao balcão. • Ambulante. • Relação estreita entre o cliente e o comerciante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Livre serviço. • Comércio Electrónico. • Maior autonomia do cliente na loja.
Significado das lojas	<ul style="list-style-type: none"> • Espaço de troca, de compra/abastecimento. • Espaço mono-funcional, utilitários e especializados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Espaço de experiências e consumo. • Espaço síntese, plurifuncional (agregam comércio, serviços e lazer).

Quadro 11 – Síntese das principais características do pequeno comércio a retalho e da grande distribuição.

Fonte: Adaptado de Rio Fernandes, Cachinho e Ribeiro (2000) e Cachinho (2006).

As várias realidades sociais, económicas e territoriais dos serviços estão sintetizadas no Quadro 7, apresentado anteriormente.

De toda esta complexidade surgem espaços (sub)urbanos multifuncionais e multipolares, com múltiplas actividades de comércio e serviços aí implementadas, o que cria um conjunto de espaços (sub)urbanos fragmentados e de difícil delimitação geográfica, sem cultura, história e identidade, construídos em função do automóvel e das acessibilidades, em torno da cidade central (isto é, a cidade velha, com história e grande pólo dinamizador da região) e dos múltiplos pólos dispersos pelo vasto território e com funções distintas (residência, emprego, equipamentos colectivos e espaços de recreio e lazer).

“Este loteamento [Quinta do Conde] apresentava características comuns a muitos outros loteamentos ilegais dos grandes centros urbanos. (...) Foi o sonho de muitas pessoas, na altura, tornado realidade.”

Nuno David (2002:38-9)

4. DINÂMICAS TERRITORIAIS DA PENÍNSULA DE SETÚBAL E DA QUINTA DO CONDE

4.1. PENÍNSULA DE SETÚBAL

4.1.1. Evolução demográfica

Em 1981, residiam na PS 584.648 habitantes, enquanto em 2001 o valor era de 714.589 habitantes. De acordo com as estimativas do INE para 2008, moram na PS cerca de 790.000 habitantes. A taxa de crescimento populacional para os períodos intercensitários cifra-se em torno dos 10%-12%, o que se reflectiu no aumento da densidade populacional, que passou de 383 hab/km² em 1981 para 518 hab/km² em 2008 (Quadro 12).

	POPULAÇÃO RESIDENTE				TAXA DE CRES. POP. (%)			DENSIDADE POPULACIONAL			
	1981	1991	2001	2008 ⁵	1981/91	1991/01	2001/08	1981	1991	2001	2008
Alcochete	11 246	10 169	13 010	17 464	-9,6	27,9	34,2	119	108	138	185
Almada	147 690	151 783	160 825	166 103	2,8	6,0	3,3	2 104	2 162	2 291	2366
Barreiro	88 052	85 768	79 012	77 893	-2,6	-7,9	-1,4	2 772	2 700	2 487	2452
Moita	53 240	65 086	67 449	71 596	22,3	3,6	6,1	963	1 178	1 221	1296
Montijo	36 849	36 038	39 168	41 432	-2,2	8,7	5,8	106	106	115	119
Palmela	36 993	43 857	53 353	62 820	18,6	21,7	17,7	80	95	115	136
Seixal	89 169	116 912	150 271	175 837	31,1	28,5	17,0	934	1 224	1 573	1841
Sesimbra	23 103	27 246	37 567	52 371	17,9	37,9	39,4	119	140	193	269
Setúbal	98 366	103 634	113 934	124 459	5,4	9,9	9,2	572	603	663	724
TOTAL (PS)	584 648	640 493	714 589	789 975	9,6	11,6	10,5	383	422	471	518

Quadro 12 – Principais indicadores demográficos

Fontes: Ferreira (1997), INE (2002), INE (2006), INE (2008) e Site do INE (2009).

Os três concelhos mais populosos são, respectivamente, Seixal, Almada e Setúbal. O concelho com menos população residente é Alcochete, apresentando, todavia, altas taxas de crescimento populacional (1991-2001 e 2001-2008), resultantes do impacto directo e

⁵ Os dados de 2008 são estimativas referidas a 31 de Dezembro.

indirecto gerado pela Ponte Vasco da Gama (1998) e pela introdução da ferrovia na Ponte 25 de Abril (1999), primeiro até ao Fogueteiro e depois até Setúbal (2004). Também o concelho de Sesimbra aumentou a sua população, no mesmo período, em grande parte resultante do crescimento na Quinta do Conde, que apresentava um preço do solo mais atractivo do que as restantes freguesias e, mais recentemente, pelo melhoramento da sua acessibilidade (p.e., alargamento do número de faixas na A2 e ligação da Circular Regional Interna da Península de Setúbal (CRIPS) à ponte Vasco da Gama), bem como pelo serviço ferroviário da Fertagus.

O Barreiro é o único concelho da PS que perde população, desde 1981. Embora se apresente próximo de Lisboa, a acessibilidade rodoviária é, comparativamente, mais morosa. Além disso, o Barreiro carrega uma imagem negativa relacionada com os impactos da industrialização (com reflexos na diminuição da qualidade de vida urbana), da qual tem tido dificuldade em libertar-se; a regeneração urbana e a renovação do tecido social que deveriam acompanhar o processo de desindustrialização têm-se revelado difíceis, uma vez que os grandes projectos que funcionariam como alavancas têm escasseado ou não têm avançado devido à indefinição política e estão agora comprometidos pela crise económica e financeira.

No que respeita à densidade populacional, Barreiro, Almada e Seixal apresentam os valores mais elevados, devido à pressão resultante da maior proximidade e acessibilidade a Lisboa relacionada com a construção da ponte sobre o Tejo e, mais recentemente, com o seu alargamento e incorporação da ligação ferroviária. Pelos motivos opostos, Montijo e Palmela apresentam os valores mais baixos de densidade populacional, como se pode concluir correlacionando as Figuras 6 e 7. Todavia, com as recentes dinâmicas nestes dois concelhos são já visíveis mudanças estruturais profundas, que os dados disponibilizados ainda não reflectem.

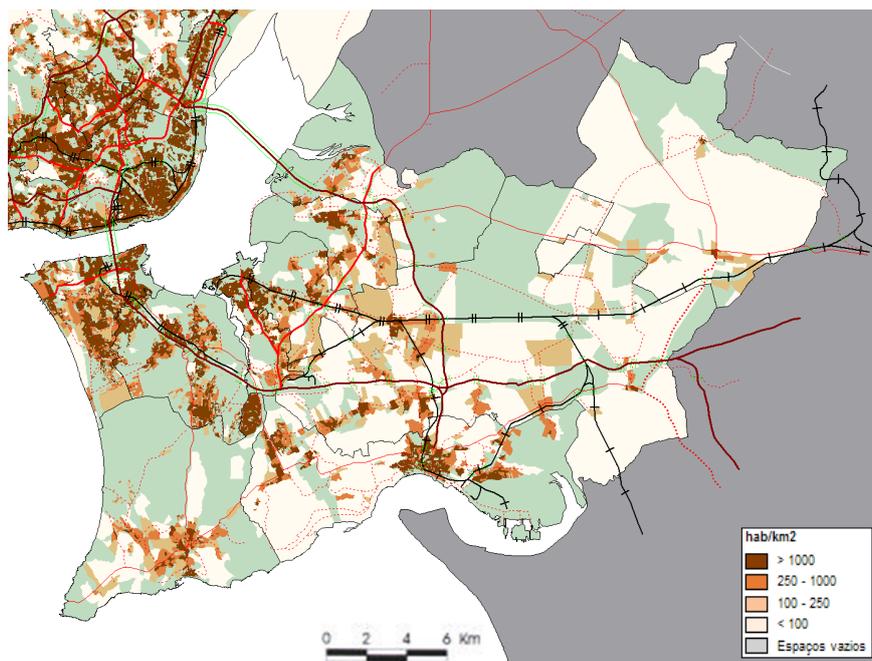


Figura 6 - Densidade populacional, em 2001.
Fontes: INE (2004).

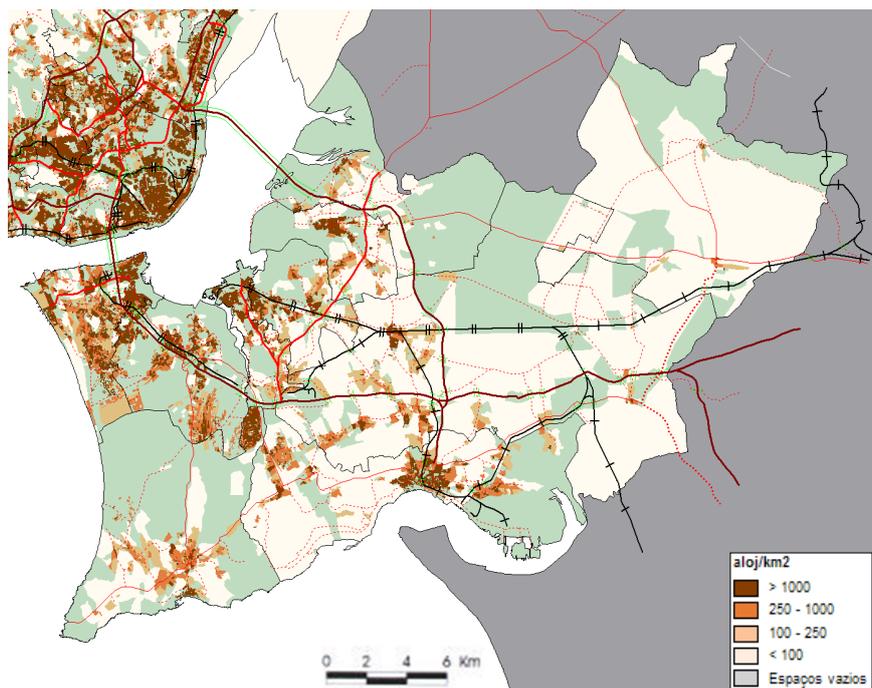


Figura 7- Densidade de alojamentos, em 2001.
Fontes: INE (2004).

4.1.2. Rede de transportes e acessibilidade

Os acessos à PS contemplam os sistemas de transporte rodoviário, ferroviário e fluvio-marítimo.

O sistema de transporte rodoviário está estruturado em torno da rede principal, composta pela A2, A12, IC11, IC13, IC20 e IC21 (já se encontra a discussão pública a sua expansão até Sesimbra). A rede secundária é constituída pelas EN10, EN252, EN378, EN379 e estradas municipais, que, todavia, apresentam problemas de inserção urbana e de falta de capacidade, com ênfase nos nós de acesso. À escala municipal há também, nalguns casos, ausência de ligações.

O sistema de transporte ferroviário ganhou uma nova importância para a unidade geográfica com a entrada em funcionamento do tabuleiro inferior da Ponte 25 de Abril. A Fertagus assegura a ligação suburbana entre Lisboa e Setúbal (com dez paragens na PS) e a CP explora as linhas do Norte, Sado, Alentejo e Sul. Destaque para a modernização da Linha do Sado, concluída em Dezembro de 2008, que liga Barreiro a Setúbal (com treze paragens na PS). Esta modernização materializou-se na renovação da frota, estações e diminuição dos horários (destaque para a diminuição do tempo do percurso e a maior cadência à hora de ponta).

A PS apresenta alguns portos importantes à escala nacional, nomeadamente o de Setúbal, o segundo maior do país e uma importante plataforma logística para a Estremadura espanhola. Importa ainda referir que se encontram no território importantes infra-estruturas do Porto de Lisboa, como os granéis de sólidos e líquidos.

No que concerne ao transporte individual, o acesso a Lisboa faz-se a partir das Pontes 25 de Abril (via A2/IP1, que concentra praticamente todo o tráfego originário da PS) e Vasco da Gama (via A12). A entrada em Lisboa, por ambas as pontes, é tributada. Apesar da entrada em funcionamento da Ponte Vasco da Gama, a Ponte 25 de Abril mantém intactos os fluxos urbanos e suburbanos, ao passo que a Ponte Vasco da Gama assegura, sobretudo, o tráfego Norte-Sul de longa distância e o tráfego gerado nas novas urbanizações do Montijo, Alcochete, Pinhal Novo e Palmela/Setúbal (AMDS, 2004b).

Por sua vez, o transporte fluvial beneficiou com a redução do tempo de percurso, com a entrada dos novos catamarans, mas também com intervenções nos terminais e com a chegada do Metropolitano ao Cais do Sodré (Abril de 1998) e do Metro Sul do Tejo a Cacilhas (2008). Com a entrada em funcionamento da Fertagus, cerca de 25-30% dos utilizadores de transporte individual optaram por viajar de comboio, usufruindo da sua rapidez, conforto, ligações à Carris, Linhas de Sintra, Azambuja e a toda a rede do Metropolitano de Lisboa. Por fim, o transporte rodoviário tem como principais terminais as Praça de Espa-

nha e do Areiro (via Ponte 25 de Abril), a cidade Universitária e a Gare do Oriente (Ponte Vasco da Gama).

A PS desenvolveu-se com base no transporte motorizado individual, mercê de uma débil ou inexistente rede de transportes públicos, embora o transporte fluvial tenha tido inicialmente um papel importante (Quadro 13). Progressivamente, a oferta de transportes públicos aumentou e tornou-se mais eficaz (AMDS, 2004b).

	Total de Passageiros	Utilizam transporte individual	Utilizam transporte colectivo	Tipo de transporte colectivo utilizado		
				Rodoviário	Fluvial	Ferroviário
1981 ⁶	*	11%	89%	*	*	*
1991	59 521	48%	52%	12%	40%	*
2000	168 616	70%	30%	4%	19%	7%

Quadro 13 – Meio de transporte utilizado nos movimentos pendulares, em 1981, 1991 e 2000.

Fontes: AMDS (2004b)

* Sem informação

Ainda que os dados mais recentes sejam de 2000 e, portanto, não reflectam as dinâmicas da última década, pode afirmar-se que *“a repartição modal degradou-se ao longo dos anos a favor do TI [transporte individual], não porque o número total de passageiros do TC [transporte colectivo] tenha baixado significativamente, mas porque o número de deslocações entre as duas margens do Tejo aumentou bastante tendo este acréscimo sido praticamente todo absorvido pelo TI. (AMDS, 2004b:19)”*

Conforme é possível ver na Figura 8, grande parte dos habitantes da PS demoram mais de 30 minutos (valor médio do tempo de deslocação) até ao seu local de trabalho ou estudo, com excepção das áreas rurais. E é nestas, nas novas urbanizações e nos espaços urbanos mais afastados da rede viária principal que se utiliza mais o automóvel nas deslocações (Figura 9).

⁶ As deslocações pendulares no início da década de 80 recaem, maioritariamente, sobre os transportes colectivos, resultado da grave crise económica que o país atravessava, com grande impacto na PS.

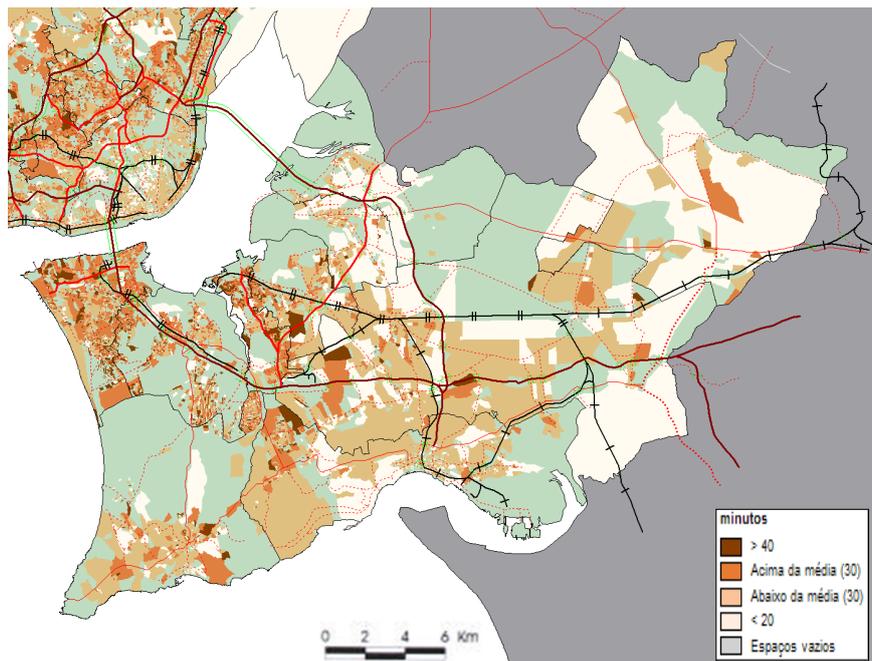


Figura 8 – Tempo médio despendido nos movimentos pendulares.
Fontes: INE (2004).

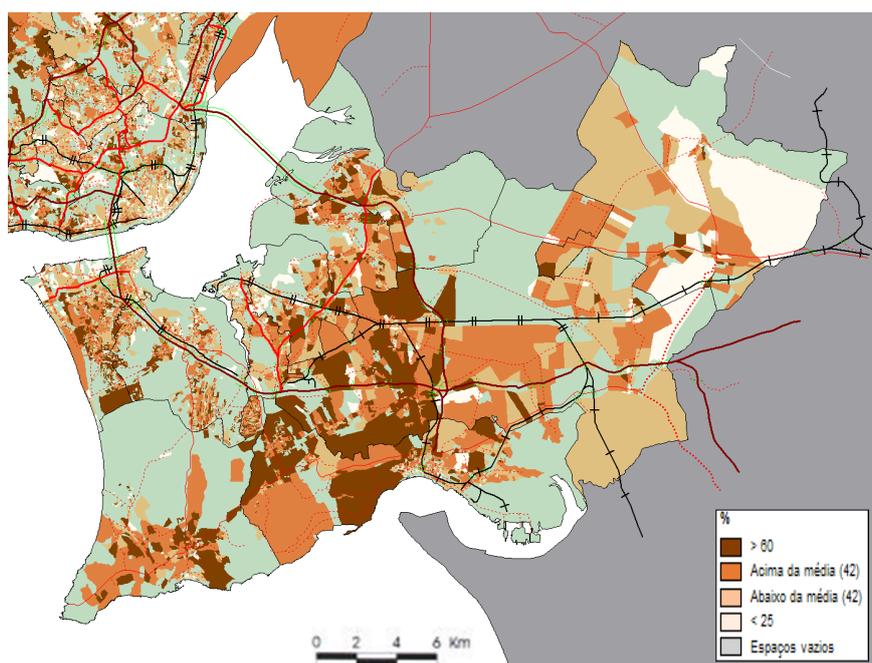


Figura 9 – Utilização do automóvel privado nos movimentos pendulares.
Fontes: INE (2004).

4.1.3. Rede urbana

Até meados da década de 60, a PS apresenta poucos espaços urbanos – Setúbal (com grande importância, resultante do estatuto que o porto, a indústria e a condição de capital de distrito lhe conferiam) e os aglomerados ribeirinhos do Estuário do Tejo.

A partir de 1966 começou a registar-se um importante crescimento urbano do arco ribeirinho, em consequência da entrada em funcionamento da Ponte 25 de Abril e da A2 (então com término no Fogueteiro), bem como do incremento das carreiras fluviais.

Como refere Barata Salgueiro (2002a:10), *“na margem sul crescem núcleos em torno dos cais fluviais que asseguram as ligações mais rápidas com Lisboa (Cacilhas, Trafaria, Barreiro, Seixal) e desenvolvem-se pólos de indústrias, também eles dependentes do transporte aquático (Seixal, Barreiro, Montijo) e da linha-férrea.”*

A criação de grandes pólos de emprego, como a Lisnave, a Quimigal e a Siderurgia Nacional foram também determinantes. Setúbal, localizada a cerca de uma hora de distância da capital, foi mantendo a sua autonomia e explorando a proximidade ao mar (p.e., empresas de pesca e de reparação e construção naval; indústria química).

Paralelamente, surgiram novos espaços urbanos junto dos principais eixos rodoviários, alguns dos quais de génese ilegal. *“A possibilidade de gerar ocupações em áreas de larga escala associadas à grande dimensão da propriedade, a par das, apesar de tudo, menores acessibilidades e procura, fez com que emergissem vastos territórios, frutos de ocupação clandestina, que chegaram aos nossos dias semi-ocupados.”* (Portas, Domingues e Cabral, 2007:129)

A conjugação destes factores explica, em grande medida, a forte explosão demográfica ocorrida entre as décadas de 50 e 80. Entre 1950-60, a população da Península de Setúbal aumentou 23,7%, ao passo que entre 1960-81 deu-se um verdadeiro *boom*, com um crescimento superior a 100% (Barata Salgueiro, 2002a). Assim, ganhou forma uma grande mancha urbana próxima do estuário do Tejo, um dormitório da cidade de Lisboa, durante muito tempo caracterizada, do ponto de vista urbanístico, como desordenada e desqualificada.

A década de 80 ficou marcada por uma grave crise socioeconómica na Península de Setúbal, que originou falências e desemprego. Assim, as populações foram obrigadas a procurar emprego fora da Península de Setúbal, encontrando-o muitas vezes a Norte do Tejo, o que reforçou a dependência face à Grande Lisboa e acentuou a ideia de “espaço dormitório” (AMDS, 2004b).

Nesta altura, o fenómeno da segunda residência tornou-se visível nalguns concelhos, nomeadamente os que se situam junto a praias. Assim, na Costa de Caparica, nas margens da Lagoa de Albufeira, em Sesimbra e também em Azeitão, populações com primeira habitação fora da Península de Setúbal adquiriam aqui terrenos e habitação, onde

vinham passar os fins-de-semana e as férias. Actualmente, estamos a assistir a uma troca do uso das habitações, passando de segunda para primeira residência.

No final da década de 90 as novas ligações rodoferroviárias a Lisboa vieram, por um lado, melhorar a acessibilidade à Grande Lisboa (colmatando algumas carências) mas, por outro, contribuíram para aumentar a dependência da capital, dado que a mancha urbana se expandiu, para espaços até então rurais ou autónomos. É o caso de Alcochete, Montijo e Moita, que aumentaram muito a sua população e área edificada, de Coina, reforçada pelos nós de acessibilidades e presença da Auto-Europa, e de Palmela/Setúbal, cada vez mais integrada no contínuo urbano Almada/Seixal/Sesimbra (Quinta do Conde).

Barata Salgueiro (2002a:11) sustenta que, com estas mudanças estruturais, ocorreu um *“alongamento do território sobre o qual incide o processo de metropolização, aproximando Setúbal e Lisboa, criando uma realidade metropolitana a caminho do policentrismo, facilitando a maior dispersão do povoamento periférico, a expansão das residências secundárias e a diversidade da ocupação dos territórios periurbanos.”*

Esta ideia é reforçada se analisarmos a evolução do número de lugares⁷. Como evidência a Quadro 14, entre os Censos de 1981, 1991 e 2001, houve um incremento de 150 novas designações de lugar e um decréscimo de 165 designações de lugar. Pode-se concluir então que muitos dos lugares estatísticos se fundiram com outros já existentes, determinando alguns desaparecimentos. Os novos lugares surgem associados a urbanizações recentes. No total, existem 534 lugares e 52 lugares isolados ou residuais (Ferreira, 2008).

⁷ Lugar: *“Aglomerado populacional com dez ou mais alojamentos destinados à habitação de pessoas e com uma designação própria, independentemente de pertencer a uma ou mais freguesias. Os seus limites, em caso de dificuldade na sua clara identificação, devem ter em atenção a continuidade de construção, ou seja os edifícios que não distem entre si mais de 200 metros. Para este efeito, não se considera a descontinuidade de construção motivada por interposição de vias de comunicação, campos de futebol, logradouros, jardins, etc.”* (Sítio da Internet do INE, 2008)

	LUGARES QUE APARECERAM		LUGARES QUE DESAPARECERAM		DESIGNAÇÕES EXISTENTES			Total
	1981/91	1991/01	1981/91	1991/01	Lugares	Divisões Admin.	Isolados/Residuais	
Alcochete	4	5-2r	2	9-1r	22	4	3	29
Almada	19	3-1r	32-4r	*	71	12	6	89
Barreiro	10	2	4-1r	*	22	7(1=)	5	34
Moita	15-5r	1	10	*	48	7	6	61
Montijo	20-2r	7(2=)-2r	19-2r	2	69	9	9	87
Palmela	5-1r	9	16	3	84	7(2=)	5	96
Seixal	14-1r	8-1r	29	2(1=)	88	7	6	101
Sesimbra	15-2r	*	2-1r	4	56	4	4	64
Setúbal	11-3r	2-1r	31	*	74	9	8	91
TOTAL DA PS	113-14r	37-5r	145-8r	20-1r	534	66	52	652

Quadro 14 – Lugares que apareceram e desapareceram e designações existentes

Nota: r corresponde a residuais (designados de “isolados” ou “residuais”, conforme o recenseamento); divisões administrativas corresponde a concelho e freguesias; deve interpretar-se por 5-2r como existência de cinco lugares e dois residuais ou isolados; 7(2=) corresponde a sete designações, das quais duas são iguais.

Fontes: Ferreira (2008).

4.1.4. Especialização e hierarquização dos principais pólos urbanos

Um estudo da AMDS (2004b) sintetiza as principais especializações dos pólos urbanos da Península de Setúbal, hierarquizando-os em três níveis – os pólos de primeiro nível assumem importância nacional, de segundo nível têm importância regional e, por fim, de terceiro nível são relevantes à escala municipal ou, eventualmente, supra-municipal (Quadro 15).

	Equipamentos			Comércio e Serviços			Investigação e Desenvolvimento			Turismo, Recreio e Lazer			Indústria			Armazenagem e Logística		
	1.º	2.º	3.º	1.º	2.º	3.º	1.º	2.º	3.º	1.º	2.º	3.º	1.º	2.º	3.º	1.º	2.º	3.º
Alcochete			●			●		●			●							
Almada	●			●														
Amora/Corroios		●			●													
Azeitão												●						
Barreiro	●			●									●					●
Monte de Caparica	●						●											
Coima													●				●	
Costa de Caparica			●			●				●								
Aroeira/Fonte da Telha/Verdizela											●							
Marateca																		●
Meco/Lagoa de Albufeira											●							
Mitrena															●	●		
Moita/Baixa da Banheira		●			●													
Montijo	●				●													
Amora		●				●												
Paio Pires													●					●
Palmela			●			●						●						
Pegões																		●
Pinhal Novo			●			●												●
Poceirão																		●
Quinta do Anjo												●						
Quinta do Conde			●			●												
Seixal/Arrentela		●			●													
Sesimbra			●			●				●								
Setúbal	●			●			●			●								●
Trafaria/Banática																		●

Quadro 15 – Especialização e hierarquização dos principais pólos urbanos da PS
Fontes: AMDS (2004b).

Um estudo de Marques (2004) apresenta uma estruturação e hierarquização dos pólos urbanos muito similar a esta. Lisboa ainda apresenta uma grande influência sobre a margem Sul. Segundo a autora (2004:141), “as periferias [de Lisboa] (Oeiras, Cascais, Sintra, Amadora, Loures, Almada e Setúbal, sobretudo) têm uma configuração ou uma morfologia mais contínuas e intensas, mas as centralidades da margem Norte estão, em geral, melhor equipadas do que as da margem Sul.” Importa acrescentar à lista de Marques (2004) o Barreiro.

No que concerne às dependências numa escala intra-peninsular, pode-se concluir que Almada, Barreiro e Setúbal se apresentam auto-suficientes, isto é, não têm necessidade de recorrer aos territórios vizinhos para adquirir a maioria dos bens e serviços que necessitam. O Seixal está dentro da área de influência de Almada; Moita e Montijo reportam ao

Barreiro; Palmela a Setúbal. Sesimbra, pela sua localização geográfica, está dependente de Almada, Barreiro, Montijo e Setúbal, consoante a freguesia e o tipo de procura. A esta escala, Alcochete apresenta uma maior dependência do Montijo.

Importa destacar duas ofertas específicas – instituições de ensino superior e comércio a retalho. No que concerne aos estabelecimentos de ensino superior, justifica-se pela especialização do serviço, estando em Almada e Setúbal os pólos universitários mais dinâmicos. Já no que respeita ao comércio a retalho, registaram-se importantes alterações na oferta e nos hábitos de consumo. As “baixas” comerciais de Almada e Setúbal, tal como os principais eixos comerciais do Barreiro (p. e., Avenida Miguel Bombarda), perderam importância relativa, em detrimento de novos centros comerciais (Almada Fórum, Fórum Barreiro, Fórum Montijo, Freeport Alcochete, Rio Sul e Barreiro Retail Planet). O incremento destes novos hábitos de consumo deve-se ao declínio da qualidade urbana, ambiental e comercial das baixas comerciais e, por outro lado, vivemos uma mudança de paradigma associada à oferta concentrada de vários comércios e serviços, que permite uma poupança de tempo, num contexto aprazível.

No quadro actual, urge ainda referir que são expectáveis algumas alterações de nível hierárquico, com especial enfoque para Marateca, Pegões e Poceirão, que se poderão tornar pólos de armazenamento e logística de primeiro nível, a médio prazo, com a criação da Plataforma Logística do Poceirão (PLP). A PLP será uma plataforma multimodal (rodo e ferroviária), de apoio à AML e aos portos de Lisboa e Setúbal, e que dinamizará a actividade económica regional, através da articulação de fluxos logísticos internacionais, nacionais e regionais da região de Lisboa e Vale do Tejo e o alargamento do *hinterland* dos portos pela oferta de actividades logísticas complementares.

Em síntese, podemos elencar as seguintes fases de evolução urbana da PS (Quadro 16).

Período Temporal	Área Geográfica	Dinâmicas Territoriais
Até 1965	Setúbal e áreas ribeirinhas	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento e consolidação da malha urbana existente, com legado histórico e com elevadas dinâmicas industriais.

1965-1980	Entre Almada e Fogueteiro (extensão inicial da AE1)	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidação dos núcleos urbanos ribeirinhos. • Novas áreas residenciais em torno da AE1, algumas das quais com génese ilegal (a primeira vaga de construção na Quinta do Conde iniciasse neste período).
	Almada, Barreiro e Setúbal	<ul style="list-style-type: none"> • Declínio dos centros de cidade.
1980-1997	Concelhos de Seixal, Sesimbra e Setúbal	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidação das novas áreas urbanas desenvolvidas nas últimas duas décadas. • Expansão das malhas urbanas para áreas cada vez mais periféricas. • Aumento das segundas residências junto às zonas balneares.
	Todos os concelhos	<ul style="list-style-type: none"> • Reconversão das AUGI
1998-(...)	Alcochete, Moita e Montijo	<ul style="list-style-type: none"> • Expansão da mancha urbana a Nordeste da PS, com a entrada em funcionamento da Ponte Vasco da Gama.
	Almada, Sesimbra e Setúbal	<ul style="list-style-type: none"> • Muitas habitações que eram de segunda habitação passam para primeira.
	Barreiro e Palmela	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento, ainda que pouco quantificado, de novas habitações em novos lugares.
	Concelhos de Sesimbra e Setúbal	<ul style="list-style-type: none"> • Reafirmação das áreas urbanas recentes, beneficiando da ligação ferroviária (a Quinta do Conde tem um <i>boom</i> de construções por volta de 1998, resultado do preço de solo, a tipologia do edificado e a melhoria substancial da sua acessibilidade).
	Todos os concelhos	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidação dos processos de reconversão das AUGI (p.e., Quinta do Conde, Fernão Ferro e Vale de Milhaços)

Quadro 16 – Síntese da evolução urbana da Península de Setúbal

O comércio e os serviços desempenharam um papel importante na expansão e consolidação das áreas urbanas da PS. Por um lado, um aglomerado urbano não subsiste sem um conjunto de comércio e serviços de proximidade. Por outro lado, as empresas que se fixam em áreas não residenciais acabam por atrair populações nas suas proximidades.

4.2. QUINTA DO CONDE

4.2.1. Enquadramento territorial

A freguesia da Quinta do Conde (14,4 km²), situada no sudoeste da PS, mas com uma posição aí relativamente central, é uma das três freguesias do concelho de Sesimbra (194,98 km²). A Quinta do Conde faz fronteira com os municípios do Seixal, Barreiro e Setúbal (Figura 10⁸). O concelho integra-se na AML e, estatisticamente, pertence à NUT II Lisboa e à NUT III Península de Setúbal.

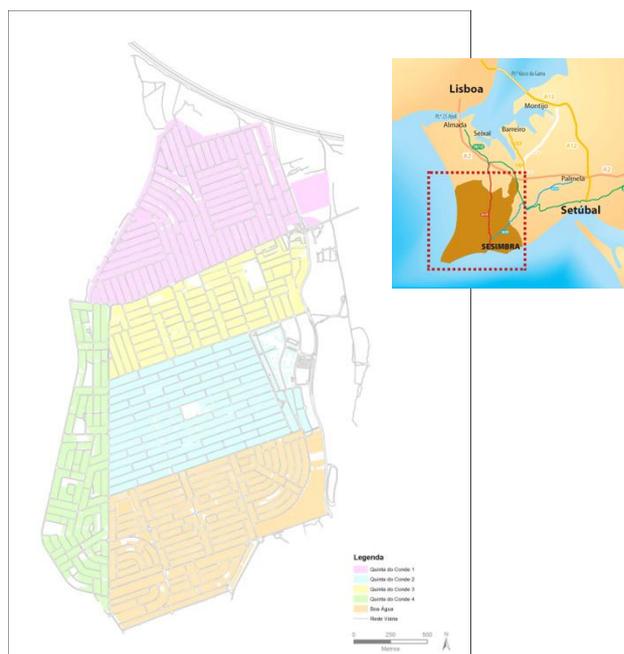


Figura 10 – Mapa da Área em Estudo
Fonte: CMS

A área em estudo apresenta um clima marítimo de transição, isto é, apresenta de forma indirecta uma abertura às massas de ar marítimas, em função do relevo da PS. Desta forma, os estados de tempo vão alternando, entre os característicos de um clima tipicamente atlântico e os de um clima continental. O fenómeno é mais sentido devido à baixa altitude do território (David, 2002).

No que concerne ainda à morfologia do terreno, a Quinta do Conde situa-se numa área aplanada com declives entre 0-3%. Em termos geológicos, há duas situações predominantes: solos com grande permeabilidade (areias e arenitos consolidados), com grande aptidão florestal, e um conjunto de vários tipos de solos geologicamente diferenciados, associados a zonas baixas (antigos cursos de água), com múltiplas aptidões e usos (David, 2002).

4.2.2. Génese e evolução urbanística

A Quinta do Conde e a sua envolvência não foram ocupadas até ao início do século XIII. As primeiras propriedades pertenceram à ordem religiosa S. Vicente de Fora que,

⁸ Em Anexo, estão dois mapas mais detalhados da Quinta do Conde, onde é possível ver o nome das suas ruas (Figura 2A:131 e Figura 2B:132)

mais tarde, as perdeu, aforadas a particulares. Um dos contemplados foi a família do Conde de Atouguia da Baleia, a quem a designação da vila (Quinta do Conde) está associada (Antunes, 2000; David, 2002).

Em 1894, as ordens religiosas foram extintas e os seus bens foram vendidos em hasta pública, ao empresário vinícola José Maria da Fonseca. Com a sua morte, os herdeiros venderam, na segunda metade do século XX, o pinhal da Quinta do Conde a António Xavier de Lima. De acordo com a descrição predial de 1971, a Quinta do Conde tinha uma área de 3.920.000 m². Esta venda realizou-se através de duas escrituras – na primeira, de 28 de Janeiro de 1971, Xavier de Lima comprou 100.000 m² de terreno para construção pelo valor de mil e quinhentos contos (7.500€) e a outra, a 18 de Setembro de 1973, em que o loteador adquiriu o que restava do prédio rústico, pelo valor de trinta mil contos (150.000€) (Antunes, 2000; David, 2002).

Xavier de Lima arrasou a vegetação existente e abriu, sensivelmente, 100km de arruamentos, segundo uma extensa malha reticular, numa área de aproximadamente 450ha. Com uma área média por lote de 300m², colocou no mercado cerca de 9.225 lotes, contemplando ainda alguns espaços para equipamentos. Tudo isto se fez “*sem que estivessem regulamentada a área de implantação do edificado e a sua localização no interior do lote, a tipologia de construção, cercas ou mesmo características de delimitação do lote. (...) Este loteamento apresentava características comuns a muitos loteamentos ilegais dos grandes centros urbanos: um número máximo de lotes, com áreas reduzidas mas suficientes para se construir uma habitação, quase sempre uma vivenda.*” (Anexo, Figura 3:133; Figura 4:134) (David, 2002:38-9)

Além das questões que levaram à criação de AUGI, elencadas anteriormente importa destacar algumas singularidades no caso da Quinta do Conde: a localização (proximidade à EN10, aos principais pólos empregadores e às praias; a abertura da ponte 25 de Abril), o *modus operandis* do loteador inicial (o preço era, por comparação com as áreas congéneres, muito atractivo), a facilidade de construir as habitações faseadamente, de acordo com a disponibilidade económica de cada um, e, por fim, a existência de um conflito entre as autarquias acerca dos seus limites administrativos beneficiaram o crescimento exponencial das construções clandestinas.

O processo de loteamento não contemplou, contudo, as infra-estruturas básicas. Como afirma Rosado (1997, cit em David, 2002:39), “*não muito depois [do loteamento] as pessoas foram-se apercebendo da gravidade da situação (...) não existia luz eléctrica [levando-as] a viverem à luz de candeeiros de petróleo ou de velas. Não existia saneamento, sendo os despejos feitos para fossas privadas.*”

Não existia rede de água, levando as pessoas a procurar mões de água, fontes, etc. (...) Xavier de Lima não considera no seu loteamento a existência de rede de electricidade, água e saneamento, bem como acessos capazes dentro do loteamento ilegal.”

Com as alterações políticas introduzidas após 1974, a empresa de António Xavier de Lima foi intervencionada pelo Estado e decorrente das alterações legislativas os municípios passaram a ter mais competências na gestão do território. Em 1976, revistos os limites administrativos, a CMS reconhece que a Quinta do Conde está efectivamente na sua área de acção, tendo o executivo começado a trabalhar nos problemas que então grassavam, em colaboração com as Comissões de Moradores. Nesse sentido, surge, em 1981, o Plano Parcial da Urbanização da Quinta do Conde (PPUQC). Embora só em 1986 o PPUQC fosse aprovado pelas entidades supra-municipais competentes, a CMS começou a aplicá-lo desde 1982, assumindo as responsabilidades de uma eventual não aprovação pela Direcção Geral do Planeamento Urbanístico (DGPU). Todavia, de acordo com Gaspar, Simões e Barroso (2006b), antes de 1974 tinha sido elaborado pelo engenheiro Manuel da Costa Lobo um plano municipal, cujo uso do solo predominante era o habitacional, comportando um máximo de 30.000 habitantes.

O PPUQC visava reabilitar as áreas de construção ilegal e dotar a Quinta do Conde com a infra-estruturação básica, adoptando-se à malha urbana existente. Rosado (1997, cit em David, 2002:41-2) refere que *“a decisão política era de minimizar os estragos”* e acrescenta, citando um técnico da autarquia, que *“o Plano Parcial de Urbanização da Quinta do Conde foi a ferramenta possível dentro de uma vontade política para legalizar, organizar e ordenar o que já existia. (...) Talvez pudesse ter sido feito de outra maneira se a filosofia que lhe estivesse subjacente fosse outra. (...) Assim, a parte do urbanismo não pode ser tratada convenientemente.”*

Tendo como pressupostos o número de fogos, a população existente e o índice de afectação média de 13m²/habitante, o documento *“propôs que fossem afectados a estas funções [equipamentos colectivos e espaços verdes] 2.427 lotes, por forma a perfazer os 113ha indevidamente comercializados”* (Gaspar, Simões e Barroso, 2006b:409), distribuídos por toda a Quinta do Conde. De acordo com a CMS (2006:90), *“no período temporal 2006/2011 está previsto [no PPUQC] o reforço dos equipamentos desportivos (1 campo de futebol, 2 polidesportivos, 2 circuitos de manutenção) e equipamentos de ensino (jardim de infância - 2x4 salas, escola básica integrada 2x20 salas).”* As redes de saneamento, abastecimento de água e a iluminação eléctrica rondariam os 100%, ideia corroborada pelo CISED Território (2004:4), que afirma ser *“visível o elevado nível de infra-estruturação, uma apreciável dotação em equipamentos colectivos e de comércio e serviços diários”*.

Quanto às futuras construções, regulamentaram-se áreas para habitação colectiva, moradias isoladas, geminadas ou em banda, estabelecendo também os índices de ocupação por lote (36% do lote, isto é, 108m² para um lote com 300m²). Assim, esperava-se que ao fim de vinte anos a população da Quinta do Conde se cifrasse em 55.000 habitantes. Foi ainda definida uma única área central, sita a Nascente, junto à EN10.

Para David (2002), o PPUQC permitiu solucionar os principais problemas do aglomerado, evidenciando, contudo, um défice de concretização nos domínios da morfologia urbana e da qualidade do espaço público. Esta última ideia é corroborada por Gaspar, Simões e Barroso (2006b), que a sustentam na impossibilidade de identificar os proprietários (existiam apenas contratos-promessa de compra e venda, facilmente adulterados). Desta forma, a CMS optou por indemnizar grande parte dos proprietários dos lotes destinados a equipamentos colectivos e espaços verdes.

No âmbito da elaboração do primeiro PDM para o município de Sesimbra, em 1998, encetou-se também um novo PUQC (em discussão pública em 2004 e publicado em Diário da República em 2008).

Actualmente, o PDM de Sesimbra encontra-se em revisão. De acordo com o Relatório de fundamentação do processo de revisão do PDM, *“destes anos de gestão urbanística que decorreram desde a elaboração do PDM têm resultado algumas questões decorrentes da experiência dos serviços, que também justificam de facto a necessidade de rever o PDM: A forma de implementar equipamentos fundamentais, sejam eles privados ou públicos; Acessibilidades melhorando ligações, inovando e apoiando intervenções privadas integradas; (...) Promotores e proprietários que em consonância com a gestão do concelho se interessem pelo desenvolvimento ordenado e programado criando urbe; Aferição de regras e de conceitos urbanísticos; Comunicação implementando todo um processo de informatização transparente ao serviço do município e dos munícipes; Articulação com institutos do Estado de modo a aproximar interesses e resolver situações a tempo de pequenos problemas antes de eles crescerem”* (CMS, 2006b). Ainda assim, diz a CMS, mantêm-se válidos os objectivos genéricos referenciados no plano anterior.

4.2.3. Dinâmicas sócio-demográficas

A Quinta do Conde foi, a nível nacional, a freguesia do país que mais cresceu a nível percentual no período intra-censitário 1991-2001. De acordo com os dados do INE (2009), a Quinta do Conde tinha 7958 habitantes em 1991 (quase 30% do total da população do concelho), passando em 2001 a ter 16567 habitantes (cerca de 45% da população do município), o que representa um crescimento populacional de 108,2% (Quadro 17).

Actualmente, estima-se que o crescimento populacional da Quinta do Conde ronde os 52% (CMS, 2008).

	POPULAÇÃO RESIDENTE				TAXA DE CRES. POP. (%)			DENSIDADE POPULACIONAL			
	1981	1991	2001	2008 ⁹	1981/91	1991/01	2001/08	1981	1991	2001	2008
Sesimbra (Castelo)	*	11967	15207	*	*	27,1	*	*	66,8	84,9	*
Sesimbra (Santiago)	*	7321	5793	*	*	-20,8	*	*	3660,5	2896,5	*
Quinta do Conde	*	7958	16567	*	*	108,2	*	*	552,7	1150,5	*
TOTAL (CONCELHO)	23 103	27 246	37 567	52 371	17,9	37,9	39,4	119,0	139,3	192,1	269,0

Quadro 17 – Principais indicadores demográficos do concelho de Sesimbra

Fontes: CMS (2008), INE (2006), INE (2008) e Site do INE (2009).

*Sem informação

A estrutura populacional da freguesia evidencia que estamos perante um efectivo populacional jovem. Em 2001, a proporção de jovens na Quinta do Conde era de 19,3% e a proporção de idosos era de 10,8% (média do concelho, 16,6% e 14,7%, respectivamente). Se analisarmos ainda os últimos quinze anos, podemos ver que o saldo natural foi sempre positivo, com excepção do ano de 1996.

No que concerne às famílias, a Quinta do Conde tinha, em 1991, 2516 famílias (28,1% das famílias do município) e, em 2001, 5656 (42,5% das famílias do total concelhio). A dimensão média dos agregados famílias desceu de 3,2 em 1991 para 2,9 em 2001, seguindo as tendências gerais da população urbana. Ainda assim, a Quinta do Conde é a freguesia de Sesimbra com maior número de elementos por família.

O número de edifícios de habitação existentes na Quinta do Conde era, em 1991, de 3977 (32,2% do concelho), que correspondem a 4669 alojamentos (25,8% do total municipal). Em 2001, os valores eram de 6257 (39,7% do total concelho) e 8856 (36,1% de Sesimbra), respectivamente.

As licenças de construção tiveram um *boom* entre 1997 e 2002 (CMS, 2008; INE, 2009) e materializaram-se em novos fogos. Todavia, nos últimos anos houve uma retracção da procura e dificuldades na aprovação de créditos, que fez aumentar o número de alojamentos vazios, com especial ênfase na Quinta do Conde. Ainda assim, a freguesia em estudo é aquela que apresenta maior percentagem de primeira residência e, conseqüentemente, menor proporção de segunda residência (Quadro 18).

⁹ Os dados de 2008 são estimativas.

	ALOJAMENTOS CLÁSSICOS OCUPADOS (%)						VAGOS (%)	
	Total		Residência habitual		Uso sazonal ou secundário		2001	2007
	2001	2007	2001	2007	2001	2007		
Sesimbra (Castelo)	93,6	90,1	50,6	54,0	43,0	36,3	6,4	9,9
Sesimbra (Santiago)	91,1	87,0	42,7	36,6	48,4	50,3	8,9	13,0
Quinta do Conde	85,6	79,0	62,7	64,5	22,9	14,6	14,4	21,0
TOTAL (CONCELHO)	90,2	84,5	53,3	55,2	36,9	29,3	9,8	15,5

Quadro 18 – Percentagem de alojamentos clássicos segundo a forma de ocupação

Fonte: CMS (2008)

Parte significativa das dinâmicas sócio-territoriais tem uma explicação económica. Como já se referiu anteriormente, uma das condições que permitiu à Quinta do Conde crescer de forma acelerada foi o preço do solo (Quadro 19).

Ano	Valor médio (€)	Ano	Valor médio (€)
1971	150	1994	25250
1973	200	1997	35000
1975	200	1998	55000
1980	250	2000	90000
1982	500	2003	100000
1983	1000	2004	105000
1984	2500	2005	105000
1987	3500	2006	90000
1988	5000	2007	85000
1990	5000	2009	75000
1992	1200	2010	75000
1993	10000		

Quadro 19 – Evolução do preço médio de um lote com 300 m² na Quinta do Conde

Fonte: CMS

O preço do solo na Quinta do Conde era, em comparação com os territórios circundantes, mais baixo e, por isso, o preço final da habitação era atractivo. Após o *boom* de licenças de construção, em 2002, o valor médio de um terreno aumentou, registando-se uma procura maior do que a oferta. Todavia, com a melhoria da acessibilidade, surgiram outros territórios com preços do solo mais baixos, como Penalva e pequenas freguesias do concelho de Palmela, não obstante a crise económica e imobiliária que tem afectado o país e a região.

4.2.4. Rede viária

A Quinta do Conde apresenta uma boa acessibilidade, dada a sua proximidade à A2, aos IC21 e IC32, à EN10 e, mais recentemente, à estação ferroviária de Coima (ligação Lisboa-Setúbal).

Internamente, tem ainda um desenho da rede viária muito semelhante à rasgada por Xavier de Lima na década de 60. A rede viária principal é constituída pela EN10 e pelas Avenidas Principal, da Liberdade e da Cova dos Vidros. Como refere a CMS (2006a:5), “a proximidade à E.N.10 e a ligação desta para poente, pela avenida principal, geraram pólos de crescimento, através de concentração de construção destinada a habitação, mas também a comércio e serviços.” Decorrentes da evolução urbanística mais recente, as demais avenidas criaram novas centralidades e, conseqüentemente, assumiram maior protagonismo. A rede viária secundária integra vias que estabelecem as ligações com os eixos principais.

Os arruamentos têm um perfil-tipo de 10,0m, com a exceção das principais avenidas, com 12,0m. Sendo os perfis tão estreitos, resultam problemas de circulação e estacionamento. A solução encontrada pela CMS passou pela reorganização do trânsito, impondo em parte significativa da freguesia a circulação automóvel apenas num sentido (Figuras 11 e 12) (CMS, 2006a).

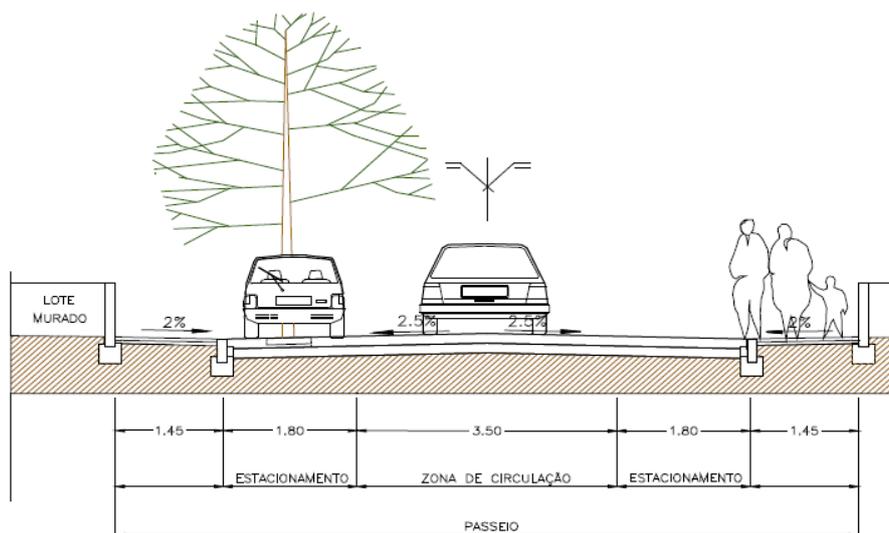


Figura 11 – Perfil-tipo das ruas com um sentido

Fonte: CMS (2006a)

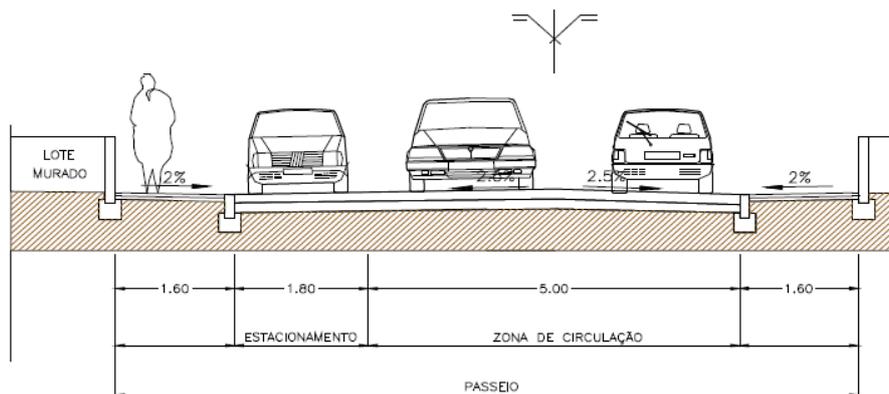


Figura 12 – Perfil-tipo das ruas com dois sentidos

Fonte: CMS (2006a)

Além da ausência de estacionamento referida, a rede viária da freguesia apresentou durante muitos anos problemas de pavimentação – havia ruas que não estavam asfaltadas e outras que se encontravam em mau estado de conservação. Todavia, nos últimos anos, a CMS tem colmatado este problema. Actualmente, a taxa de ruas pavimentadas é superior a 90%. Para os peões registam-se problemas de insegurança, resultante do alargamento de algumas vias e do conseqüente estreitamento do passeio (CMS, 2006a).

No primeiro trimestre de 2009, foi concluída uma intervenção na EN10, que conduziu à construção de um nó desnivelado na principal entrada/saída da Quinta do Conde e também de uma nova rotunda junto à entrada/saída para a Urbanização Cova dos Vidros. Como consequência, o trânsito flui melhor, não causando congestionamentos na principal entrada e saída da freguesia, como até então.

Importa ainda referir que a ligação ferroviária – sobretudo com a abertura da estação de Coima, em 2004 – teve um grande impacto na Quinta do Conde, trazendo mais habitantes para a freguesia e intensificando a construção em altura (até cinco pisos), o que ainda não se repercute nos valores dos Censos de 2001. Neste seguimento e com vista à ligação com a freguesia foram implementadas duas carreiras (1N e 2N, da SulFertagus), cujo percurso pode ser visto na Figura 13.

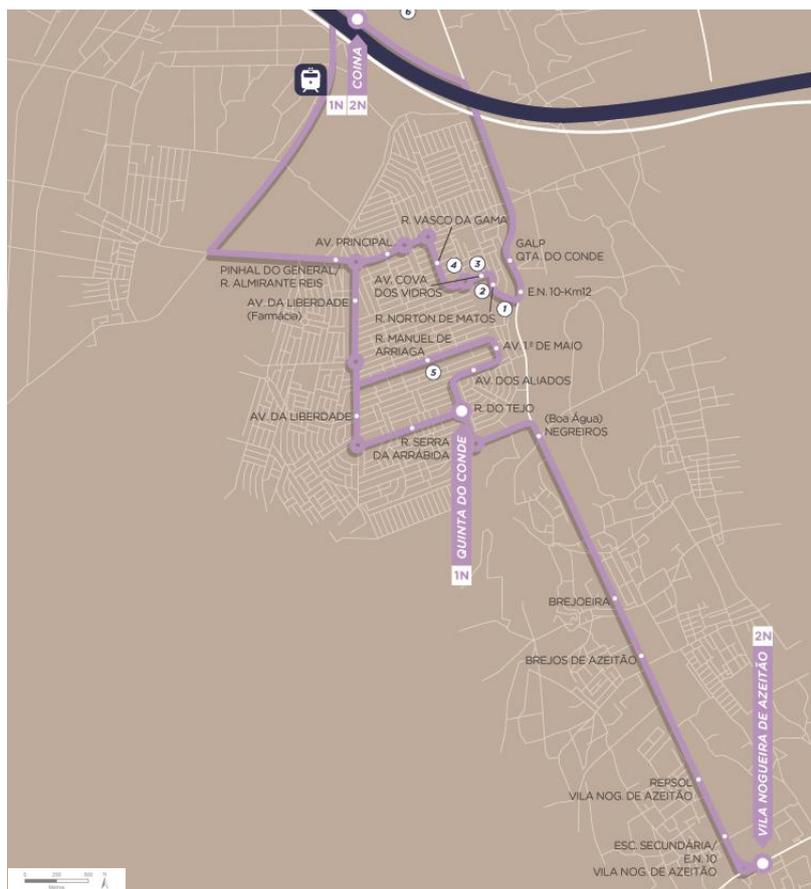


Figura 13 – Diagrama da rede SulFertagus, a partir da estação de Coima
 Fonte: Sítio da Internet da Fertagus (2011)

4.2.5. Espaços edificados e não edificados

De acordo com David (2002), cerca de 70% da habitação na Quinta do Conde corresponde a moradias (isoladas, geminadas ou em banda), com acesso próprio e logradouro. As primeiras construções são moradias isoladas e têm, vulgarmente, associada uma garagem e, não raras as vezes, também um anexo. Nas tipologias mais recentes, as moradias em bandas não dispõem de garagem, ao passo que num lote de terrenos onde exista uma moradia geminada, apenas uma das fracções tem garagem.

No que concerne à habitação colectiva destaca-se a Urbanização Cova dos Vidros, onde apenas existem prédios entre três e cinco pisos. Os edifícios são predominantemente de uso habitacional, havendo, contudo, alguns que têm comércio e serviços no piso térreo. Como afirma David (2002:52), *“a zona da Covas dos Vidros [foi] onde se desenvolveu uma diferente tipologia de habitação e onde se concentram as grandes superfícies comerciais do aglomerado.”* Este projecto urbano permitiu também o desenvolvimento de espaços verdes e de lazer, que se articulam com o edificado. Além do estacionamento existente ao longo dos arruamentos, há ainda três grandes bolsas de estacionamento, de apoio às superfícies comerciais.

Todavia, têm surgido blocos de habitação colectiva noutros trechos urbanos. Têm, por norma, entre três e cinco pisos e situam-se na rede viária principal (p.e., Rua Damião de Góis, Rua João de Barros, Rua Manuel de Arriaga, Rua Serra da Arrábida e Avenida dos Aliados).

O município tem desenvolvido acções com vista a melhorar a leitura do espaço construído, definindo, para o efeito, eixos ou áreas de maior importância ao nível do edificado, condicionando a tipologia das novas edificações ou fechando as malhas já existentes. Isto acontece nas áreas que gozam de boa acessibilidade e, sobretudo, nos principais eixos comerciais, como a Avenida Principal, onde se prevê que haja uma evolução da tipologia, para edifícios com três ou mais pisos. Assim, para futuros loteamentos, a CMS privilegia a consolidação dos eixos com crescente terciarização (Sul da vila), a edificação do extremo Sul do concelho, já fora do actual perímetro urbano (Plano de Urbanização da Ribeira do Marchante), e também na zona da várzea, a Poente do sector Norte da vila.

Importa referir que estamos perante um parque habitacional relativamente jovem, mas que apresenta alguns sinais de degradação, reflexo do contexto de clandestinidade em que surgiu e da ineficiente fiscalização autárquica nos primeiros anos de administração.

O INE sintetiza o espaço urbano, em 2001, em sete categorias¹⁰: urbano consolidado, (sub)urbano qualificado, suburbano novo, (sub)urbano desqualificado, rural, precário e espaços vazios (Figura 14).

¹⁰ **Urbano consolidado:** “O urbano consolidado é caracterizado por uma elevada presença de famílias unipessoais em espaços envelhecidos do ponto de vista habitacional e também demográfico, dada a escassez de casais com filhos e de famílias numerosas. Uma boa parte da população vive de outros rendimentos que não o trabalho, em alojamentos sublotados, o que vem corroborar a ideia de envelhecimento associada a estes espaços. Com uma forte presença de alojamentos arrendados, não é de descurar a quantidade de alojamentos do próprio onde já não existem encargos financeiros decorrentes da aquisição. Para a população empregada ou estudante, a vivência diária faz-se dentro do concelho, dada a fraca dependência funcional relativamente a outros concelhos, o que justifica baixos tempos médios nas deslocações casa-trabalho ou escola. Os residentes nestas áreas estão empregados no sector terciário, existindo uma fraca proporção de profissões socialmente desvalorizadas.” (INE, 2004:s/g)

(Sub)urbano qualificado: “A classe (sub)urbano qualificado incorpora uma população com habilitações académicas acima da média, pessoas com profissões socialmente valorizadas e mais associadas ao sector terciário. Predomina a residência em alojamentos do próprio (muitos deles já totalmente pagos) mas cuja idade média não ultrapassa os 30 anos. Também as casas onde habitam são qualitativamente superiores às das restantes classes, designadamente se forem tidos em conta alguns indicadores de conforto, como sejam o número de divisões e a existência de aquecimento. A população residente nestas áreas está funcionalmente dependente dos concelhos limítrofes, sobretudo de Lisboa, para onde se desloca maioritariamente de automóvel.” (INE, 2004:s/g)

Suburbano novo: “O suburbano novo, como o próprio nome indica, agrupa áreas de construção bastante recente onde reside uma população jovem, formada sobretudo por casais com filhos e onde há poucas pessoas a viverem sós. A maioria dos residentes é proprietária dos alojamentos em que habita, apesar de ainda ter encargos financeiros relacionados com a sua aquisição. Aqui, a grande maioria dos edifícios tem vários alojamentos, apontando para a ideia de densificação do espaço construído. De entre os empregados ou estudantes aí residentes, a maioria desloca-se para outro concelho e demora bastante tempo nessas deslocações consolidando a imagem de suburbanização aqui presente.” (INE, 2004:s/p)

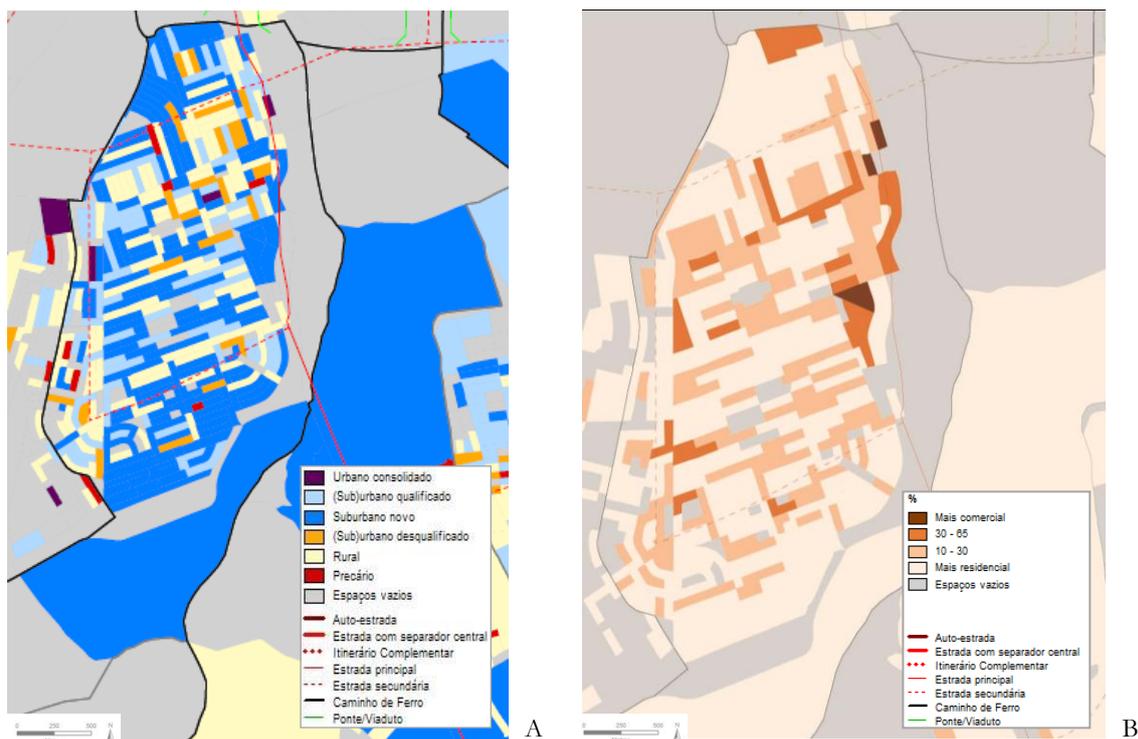


Figura 14 – Síntese do espaço urbano (A) e distribuição do edificado consoante o uso predominante (B), em 2001

Fonte: INE (2004)

A estruturação do espaço não edificado denota a influência dos aspectos funcionais, como o plano de loteamento inicial e a morfologia do terreno.

(Sub)urbano desqualificado: “No (sub)urbano desqualificado estão incluídas unidades sobretudo residenciais, em que existe um peso forte de alojamentos arrendados. Apresenta níveis de sublocação dos alojamentos inferiores à AML, em parte devido à fraca presença de famílias unipessoais. Registe-se, também, a diminuta utilização do automóvel, como meio de transporte nas deslocações casa-trabalho ou escola, complementada com uma duração elevada das mesmas, muitas delas para fora do concelho. Os residentes nestas unidades apresentam baixos níveis de instrução e exercem profissões socialmente menos valorizadas, características que evidenciam a desqualificação inerente a esta classe. O terciário, enquanto sector de actividade da população empregada residente, tem uma menor expressão nesta classe do que nas restantes classes (sub)urbanas.” (INE, 2004:s/p)

Rural: “As características mais marcantes do rural prendem-se exactamente com a dispersão habitacional por um vasto território em que a população empregada no sector primário e secundário é significativa, face aos valores da AML, e onde existe um peso significativo de população com profissões menos valorizadas. De facto, os indicadores mostram que, nesta classe, a população habita em espaços sobretudo residenciais, constituídos por vivendas ou casas baixas, em que a maioria das habitações já foram pagas e onde existem, igualmente, habitações sazonais.” (INE, 2004:s/p)

Precário: “Na classe denominada precário estão aglutinadas as unidades territoriais com as características sócio-económicas mais problemáticas. Encontram-se sobre-representadas nestas áreas as famílias com 5 ou mais pessoas a viverem em alojamentos sobrelotados, os estrangeiros e os casais em união de facto. A desvalorização social pressente-se, não só no baixo nível académico das população residente e na reduzida utilização do automóvel, mas também pelo tipo de profissões exercidas: desvalorizadas, quer no sector secundário, quer no terciário. Saliente-se, ainda, que alguns destes alojamentos de residência habitual são “barracas”, um dado importante quando este tipo de alojamento é insignificante nas restantes classes sócio-económicas.” (INE, 2004:s/p)

Espaço vazio: “Espaços vazios são subsecções estatísticas não relevantes para a análise por conterem menos de três edifícios, três alojamentos, três famílias, três núcleos familiares e três indivíduos em simultâneo.” (INE, 2004:s/p)

Além dos sistemas contínuos intermunicipais que constituem a estrutura verde principal e que integram o conjunto urbano, há uma estrutura verde secundária tipologicamente diferenciada, da qual se destacam três tipos de espaços: (i) não edificados, onde predominam espécies como o pinheiro bravo e/ou mato; (ii) espaços abertos privados (logradouros); e (iii) espaços abertos públicos. Actualmente, as situações predominantes são as correspondentes ao tipo (i) e (ii), havendo, todavia, um crescente aumento de espaços abertos públicos (p.e., o jardim público, os espaços verdes na urbanização Cova dos Vidros, o Parque da Vila e há alguns projectos de zona verde para lotes não edificados, recente apresentados à comunidade).

“O centro terciário da Quinta do Conde (...) localiza-se numa das avenidas principais do aglomerado (Av. Principal), próximo da Estrada Nacional n.º 10.”

Nuno David (2002:84)

5. COMÉRCIO E SERVIÇOS NA QUINTA DO CONDE

De acordo com a CMS (2006a:10-11) no relatório final do Plano de Urbanização da Quinta do Conde (PUQC), a freguesia apresentava as seguintes potencialidades para o desenvolvimento do comércio e dos serviços: *“(i) os seus habitantes, nomeadamente os que na década de oitenta aqui fixaram segunda residência, aproveitaram para gerar pequenas iniciativas empresariais, nomeadamente ao nível da oferta de bens e serviços; (ii) tal facto faz com que hoje em dia a Quinta do Conde seja a este nível o centro de terciário mais importante do interior da Península de Setúbal; (iii) a localização geograficamente central, e o próprio ritmo de crescimento habitacional fizeram da actividade na construção civil uma vertente importante; (iv) as primeiras fixações permanentes na Península de Setúbal, ligadas nomeadamente à actividade industrial tendem a perder expressão; (v) nova vaga de ocupantes é constituída essencialmente por população jovem, com actividade no sector terciário; (vi) conexão com dinâmicas económicas deste território deverá ter conta, o privilégio de áreas terciárias de qualidade, a que não será alheia a melhoria geral da imagem urbana.”*

5.1. A EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO E DOS SERVIÇOS NA QUINTA DO CONDE

O comércio e os serviços na Quinta do Conde evoluíram bastante desde a sua génese. Progressivamente, a estrutura tornou-se mais profissional e diversificada, tendo atraído, na última década e no que respeita ao retalho alimentar, as principais insígnias presentes no mercado nacional.

5.1.1. Os primeiros estabelecimentos

Os primeiros estabelecimentos de comércio e serviços surgiram em torno dos principais pontos de acessibilidade, como a EN10 e a Avenida Principal (p.e., o Restaurante Quinta do Conde, encerrado há mais de dez anos (Figura 15)). Inicialmente, grande parte dos estabelecimentos comerciais operava a partir da residência (p.e., implantando-se na garagem e, por vezes, num dos compartimentos da habitação). A oferta comercial era pou-

co especializada e centrava-se em bens banais (produtos alimentares; utilidades para o lar), materiais de construção civil e alguns serviços pessoais (p.e., cabeleireiro), gerido pelas mulheres, que ficavam em casa (faziam as lides domésticas e desenvolviam o pequeno negócio), complementando o rendimento do marido que, por norma, laborava nas indústrias do arco ribeirinho do estuário do Tejo.



Figura 15 – Restaurante Quinta do Conde: (A) início da década de 80 e (B) Janeiro de 2011 (encerrado)
Fonte: (A) Vítor Antunes; (B) Autor

Com a progressiva consolidação do aglomerado e com a desindustrialização da margem Sul, a estrutura do negócio mudou, passando as empresas a ter uma índole mais familiar, trabalhando nela pais e filhos. Também em termos da tipologia do edificado se registaram alterações, passando então a construir-se moradias isoladas com dois pisos, em que o inferior se destinava ao comércio e serviços (Figura 16).

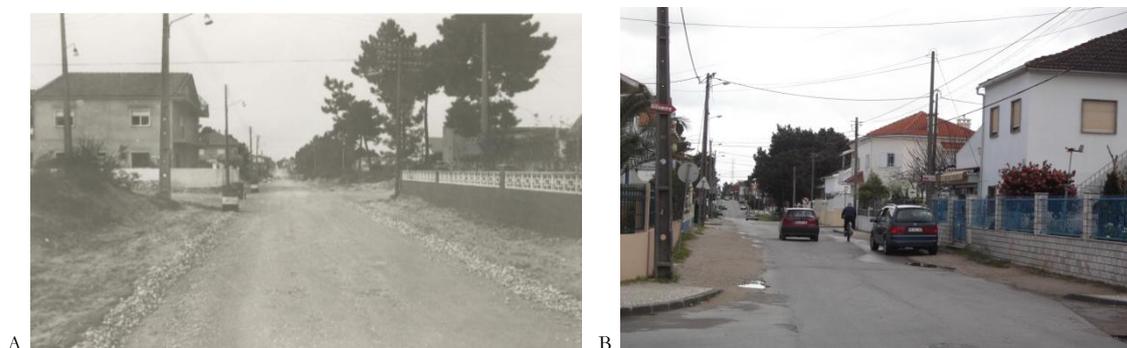


Figura 16 – Rua 25 de Abril: (A) início da década de 80 e (B) Março de 2011
Fonte: (A) Vítor Antunes; (B) Autor

Paralelamente, instalaram-se as primeiras instituições bancárias na Avenida Principal, reforçando a sua importância funcional (Figuras 17-19).



Figura 17 – Banco Pinto & Sotto Mayor (década de 80).

Fonte: Vítor Antunes



Figura 18 – Banco Espírito Santo (década de 80).

Fonte: Vítor Antunes



Figura 19 – Banco Borges & Irmão (década de 90).

Fonte: Vítor Antunes

5.1.2. O centro comercial

Em 1985, surgiu o Centro Comercial Europa 3 (CCE), a primeira forma “organizada” de comércio na Quinta do Conde. Com uma inserção urbana de fraca densidade comercial é, nos primeiros anos, o local onde se adquire grande parte dos bens não alimentares.

A missão inicial do CCE (Figura 20) era servir toda a área residencial/comercial envolvente, apresentando uma fraca diversidade de lojas (não havia nenhuma loja âncora). Em termos estruturais, as lojas são de pequena dimensão, com concepção e estrutura interna muito heterogénea, que operam sem uma gestão comum. Localiza-se no centro com melhor acessibilidade, próximo de comércio alimentar (neste caso, aquando da abertura, estava próximo do principal café/restaurante, supermercado, talho e peixaria) e onde a demais oferta comercial era fraca.



Figura 20 – Centro Comercial Europa 3: (A) exterior (Janeiro de 2011) e (B) interior (2009)

Fonte: Autor

Ainda que formalmente o CCE seja designado de “Centro Comercial”, na realidade, é uma galeria/condomínio comercial.

O CCE tinha uma sala de cinema que funcionou pouco tempo – nos primeiros anos de existência do centro e, mais recentemente, há uma década atrás. Actualmente, esta sala de cinema está encerrada e não é expectável que reabra.

Quando estava em funcionamento, a sala de cinema do CCE apresentava vários problemas que ditaram o seu insucesso (p.e., más instalações, deficiências técnicas que provocam sistemáticas avarias durante a exibição dos filmes, desfasamento temporal entre os filmes projectados no CCE e os que se encontravam em exibição nas principais salas de cinema concorrentes).

Ainda na primeira metade da década de 90, o CCE começou a perder parte da influência que detinha por várias razões: aumento da concorrência, ao nível interno e externo; evolução do conceito de centro comercial, que o CCE não acompanhou; mudanças socioeconómicas (p.e., maior poder de compra e aumento do parque automóvel); incapacidade da gestão (p.e., ausência de estratégia global e, em particular, na definição e gestão do *mix* comercial).

5.1.3. Mercado Municipal e Mercado de Levante

Durante muitos anos, o Mercado Municipal e o Mercado de Levante operavam juntos, no Largo do Mercado (sito numa das principais entradas da Quinta do Conde, hoje, o local é designado por Baixa da Quinta do Conde). Numa primeira fase, o mercado era realizado de forma anárquica (Figuras 21 e 22) e, mais tarde, passou a estar organizado em bancas (Figura 23). Todavia, ao longo dos anos, fruto da maior oferta comercial, o mercado foi-se expandido especialmente pela Rua da Fraternidade e, noutra fase, pela Rua da Fé. Em termos gerais, a oferta alimentar ocupa o Largo do Mercado (Norte), ao passo que a não alimentar situa-se no Largo do Mercado (Sul), na Rua da Fraternidade e na Rua da Fé.



Figura 21 – Primeira forma de organização do Mercado Municipal (início da década de 80).

Fonte: Vítor Antunes



Figura 22 – Mercado Municipal (início da década de 80).

Fonte: Vítor Antunes



Figura 23 – Mercado Municipal (final da década de 80).

Fonte: Vítor Antunes

Nos últimos anos, o Mercado sofreu uma reorganização espacial, passando a operar no Largo do Mercado, em parte da Rua da Fraternidade (apenas na parte contígua ao Largo do Mercado) e na Praceta da Juventude. Na prática, houve apenas uma deslocação do não alimentar. Estas localizações iniciais permitiram também consolidar uma estrutura comercial na área envolvente, nomeadamente no ramo da padaria, pastelaria e utilidades para o lar, que desde a transferência dos mercados para novos lugares foi perdendo importância e, em alguns casos, mudaram inclusive de actividade.

No ano 2000 foi inaugurado o Mercado Municipal da Quinta do Conde (Figura 24), uma nova infra-estrutura equipada com 48 bancas para venda de produtos hortofrutícolas, peixe, pão, bolos, queijos, caça, salgados e plantas, com mais e melhores condições de higiene e conservação de alimentos. Tem ainda uma área comercial composta por 25 lojas, no interior e exterior do edifício. No início, as lojas interiores apresentavam uma oferta pouco qualificada e com concorrência relativamente próxima, o que não permitiu a consolidação deste espaço comercial. Todavia, no quadro actual, este conjunto de lojas apresenta maior dinâmica, resultado da maior especialização da oferta (p.e., agência de viagens e sapateiro). No que respeita às lojas exteriores funcionam, em parte, como complementaridade

com a oferta do mercado (p.e., talho e utilidades para o lar), mas têm outras actividades que ajudaram a consolidar este espaço comercial (p.e., papelaria, cabeleireiro e centro de estética, sem esquecer espaços de apoio ao cidadão e serviços municipais).



Figura 24 – Mercado Municipal da Quinta do Conde (2005)
Fonte: Vítor Antunes

Por sua vez, o Mercado de Levante foi transferido do Largo do Mercado para o Largo da Feira Festa e, mais tarde, para um espaço projectado para o efeito, para a Rua Serra da Lapa. Em virtude do início da construção da Escola Básica da Boa Água, no último trimestre de 2008, o Mercado de Levante regressou para o Largo da Feira Festa (Figuras 25 e 26).



Figura 25 – Mercado Levante da Quinta do Conde (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor



Figura 26 – Organização interna do Mercado Levante da Quinta do Conde (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

Ao longo destes anos, este mercado foi diminuindo a sua oferta comercial e perdendo a importância que outrora detinha. Isso é bem visível quando se compara o perímetro do mercado de há seis anos com o de hoje, que vem progressivamente a diminuir. Em Fevereiro de 2011, a Junta de Freguesia da Quinta do Conde (responsável pela gestão do Mercado de Levante desde 2001) decidiu suspender até Abril de 2011 a sua realização neste

espaço, devido à desordem provocada pelos feirantes (p.e., poluição do recinto e ruas envoltentes, obstrução dos corredores de segurança e ameaças à integridade física dos funcionários da Junta de Freguesia. A solução passou pela criação de um Plano de Ordenamento da Venda Ambulante (POVA) e pela vedação permanente e acesso controlado dos vendedores ao recinto, que contempla apenas 90 pontos de venda¹¹.

Em 2010, surgiram duas novas feiras temáticas: a Cond-Arte, feira de artesanato que se realiza no primeiro domingo de cada mês; e a Quint-Antiga, feira de antiguidades, velharias e artesanato que se realiza no terceiro domingo de cada mês. Ambas as feiras têm lugar no Parque da Vila, das 10:00 às 18:00 (com horário alargado até as 20:00, entre Maio e Setembro).

5.1.4. Novas áreas de comércio e serviços

Com a deslocação do Mercado e a requalificação do tecido urbano, emergiu uma área comercial com mais qualidade – a Baixa da Quinta do Conde (Figura 27). Dada a importância estratégica desta área comercial e o elevado número de problemas que tinha (p.e., a falta de áreas de estacionamento e de espaços abertos, que a dignifiquem em termos de qualidade e vivência urbana), a CMS interveio, com os objectivos de organizar a circulação do sistema automóvel, ampliar o estacionamento existente, qualificar a circulação pedonal e criar um espaço público aberto, com uma estrutura polivalente que permita apoiar o comércio e serviços, bem como as necessidades lúdicas da população. De acordo com David (2002), é intenção do município prosseguir este tipo de actuação pela Avenida Principal, assegurando a coerência do espaço urbano ao longo de todo o eixo.

¹¹ 40 lugares exclusivamente para venda de vestuário; 8 lugares exclusivamente para venda de calçado; 8 lugares para venda simultânea de vestuário e calçado; 2 lugares para venda de tecidos a metro; 5 lugares para venda de malas, sacos, carteiras e/ou cintos; 5 lugares para venda de árvores e plantas; 2 lugares para a venda de criação viva; 4 lugares para venda de quinquilharia; 4 lugares para venda de bijutaria; 5 lugares para instalações móveis ou amovíveis de restauração e bebidas; 3 lugares para venda de lenha, carvão, álcool desnaturado e petróleo; 4 lugares para venda de outros artigos não especificados antes.



Figura 27 – Baixa da Quinta do Conde (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

No que concerne à Avenida Principal (Figura 28), citando David (2002:84), pode-se dizer que *“assume particular importância no contexto urbano, por concentrar grande parte do pequeno e médio comércio, bem como variados serviços, numa zona com tecido urbano já bastante consolidado. Espera-se que, de futuro, este espaço veja reforçada a vocação desde sempre assumida, como pólo de atracção do conjunto urbano.”*



Figura 28 – Avenida Principal (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

Na Avenida da Liberdade (Figuras 29 e 30) havia, desde o loteamento inicial da Quinta do Conde, algum comércio, mas na última década ganhou expressão a construção de edifícios de dois pisos, onde no térreo se desenvolve comércio e serviços e no superior a função residencial. Ao mesmo tempo, a CMS operou algumas obras com vista à requalifi-

cação paisagística e melhoria da circulação e estacionamento automóvel. Tudo isto contribuiu para emergir uma nova centralidade comercial.



Figura 29 – Avenida da Liberdade (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor



Figura 30 – Avenida da Liberdade (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

As Ruas Manuel de Arriaga (Figura 31) e Serra da Arrábida (Figura 32) ganharam, nos últimos anos, um novo protagonismo comercial. Em ambas as ruas desenvolveu-se construção em altura, sendo o piso inferior predominantemente destinado ao comércio e serviços.



Figura 31 – Rua Manuel de Arriaga (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor



Figura 32 – Rua Serra da Arrábida (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

A Rua Manuel de Arriaga beneficia da localização próxima do Mercado Municipal e de um estabelecimento de ensino. A sua oferta comercial centra-se em utilidades para o lar, artigos de papelaria e escolares e cuidados pessoais de beleza. Já a Rua Serra da Arrábida tem uma oferta diversificada na área alimentar (p.e., cafés, pastelaria, padaria, minimercados, talhos e charcutaria).

Importa ainda referir que esta consolidação comercial das Ruas Manuel de Arriaga e Serra da Arrábida é coincidente, no tempo e no espaço, com a definição dos percursos das carreiras da SulFertagus.

5.1.5. A entrada das insígnias internacionais

A primeira insígnia a entrar na Quinta do Conde, em 1994, foi o Minipreço (Figura 33), implantando-se na Avenida Principal, na parte da avenida mais consolidada comercialmente. O seu sucesso foi tanto que foi preciso fazer obras de remodelação e expansão. Alguns anos mais tarde, surgiram os primeiros supermercados – o Modelo (agora, Continente Modelo; com esta insígnia entraram também a Modalfa e a Worten) (Figura 34) e o Plus (agora, Pingo Doce) (Figuras 35 e 36) (Quadro 20).



Figura 33 – Minipreço (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor



Figura 34 – Modelo (Agosto de 2000)
Fonte: Vítor Antunes



Figura 35 – Plus (Abril de 2001)
Fonte: Vítor Antunes



Figura 36 – Pingo Doce (ex-Plus) (Março de 2009)
Fonte: Autor

Ano de Abertura	Insignia	Área (m ²)	Formato ¹²	Localização	Autorização concedida ao abrigo
1994	Minipreço	292	Minimercado	Avenida Principal	DL 218/97, de 20 de Agosto
2000	Modalfa	430	Est. Com. Retalho	Urb. Cova dos Vidros	DL 218/97, de 20 de Agosto
2000	Continente Modelo (ex-Modelo)	1995	Supermercado	Urb. Cova dos Vidros	DL 218/97, de 20 de Agosto
2000	Worten	470	Est. Com. Retalho	Urb. Cova dos Vidros	DL 218/97, de 20 de Agosto
2010	Área Saúde	78	Parafarmácia	Urb. Cova dos Vidros	Decreto-Lei n.º 21/2009, de 19 de Janeiro
2001	Pingo Doce (ex-Plus)	900	Supermercado	Urb. Cova dos Vidros	DL 218/97, de 20 de Agosto
2007	Electric Co	484	Est. Com. Retalho	EN10	Lei n.º 12/2004, de 30 de Março
2007	Lidl	1286	Supermercado (Discount)	Urb. Cova dos Vidros	Lei n.º 12/2004, de 30 de Março
2007	New Code	360	Est. Com. Retalho	EN10	Lei n.º 12/2004, de 30 de Março
2007	Pingo Doce (ex-Feira Nova)	1972	Supermercado	EN10	Lei n.º 12/2004, de 30 de Março
2007	Pingo Doce (ex-Plus) (expansão da área)	198	-	Urb. Cova dos Vidros	Lei n.º 12/2004, de 30 de Março
2011	Aldi	*	Supermercado (Discount)	EN10	*

Quadro 20 – Insignias implementadas na Quinta do Conde

Fonte: Listagem das unidades que estavam abrangidas pelo DL n.º 218/97, de 20 de Agosto, em funcionamento (atualizada a 24 de Julho de 2004) e Lista das autorizações concedidas ao abrigo da Lei n.º 12/2004, de 30 de Março (atualizada a 30 de Junho de 2009)

* Sem informação.

O impacto da abertura destas duas superfícies comerciais foi grande, tendo uma parte significativa do comércio alimentar perdido vendas. Alguns estabelecimentos não resistiram e acabaram por cessar actividade, outros mantêm-se em funcionamento, com menos funcionários e tentado diferenciar a oferta. Também na área da tecnologia (p.e., informática, telecomunicações e electrodomésticos) e do pronto-a-vestir as consequências se fizeram sentir bastante.

Anos mais tarde, entraram no território mais duas marcas – Lidl (Figura 37) e Feira Nova (agora, Pingo Doce “Mega”; com este último entraram também as marcas Get e New

¹² **Estabelecimento de comércio a retalho:** “Local em que se exerce a actividade de comércio a retalho, entendida como a actividade exercida por toda a pessoa física ou colectiva que, a título habitual e profissional, compra mercadorias em seu próprio nome e por sua própria conta e as revenda directamente ao consumidor final.” (DGOTDU, 2005:177)

Minimercado: “Estabelecimento de venda a retalho com uma área de exposição e venda inferior a 400 m² que, comercializando predominantemente produtos alimentares, de higiene e de limpeza, utiliza o método de venda em livre comércio.” (DGOTDU, 2005:230)

Supermercado: “Estabelecimento de comércio de venda a retalho com uma área de exposição e venda igual ou superior a 400 m² e inferior a 2500 m² que, comercializando predominantemente produtos alimentares, de higiene e de limpeza, utiliza o método de venda em livre comércio.” (DGOTDU, 2005:350)

Code) (Figura 38). A entrada destas duas marcas não teve impactos relevantes no pequeno e médio comércio. Assim, estas duas superfícies comerciais concorrem com as de estrutura similar a operar na envolvimento.



Figura 37 – Lidl (Março de 2009)
Fonte: Autor

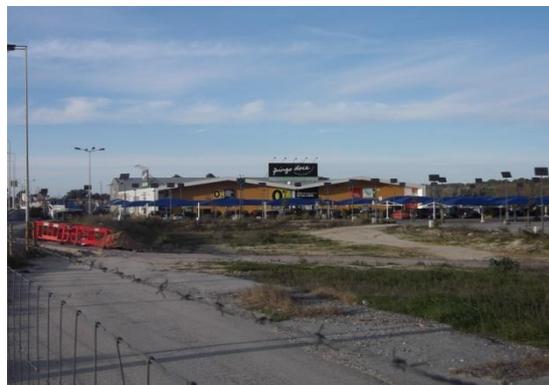


Figura 38 – Pingo Doce “Mega” (Janeiro de 2011)
Fonte: Autor

Se atendermos às lógicas de localização, podemos concluir que o Minipreço procura a inserção num espaço comercial consolidado e de fácil acesso. Esta é uma das lojas urbanas da marca que, como se pode ler no seu sítio da Internet (2010), *“são as que privilegiam a proximidade ao consumidor. Por isso, estão posicionadas sempre no interior das localidades, em locais acessíveis e perto de casa, proporcionando assim ao cliente uma compra diária cómoda e económica. Possuem uma dimensão menor e um sortido completo, mas não tão variado.”*

Por sua vez, o Continente Modelo (ex-Modelo), Pingo Doce (ex-Plus) e o Lidl apresentam esta localização seguindo a lógica de Hotelling. Do ponto de vista urbanístico, a implantação destas superfícies – sobretudo, das primeiras – permitiu requalificar este trecho da freguesia, originando uma nova centralidade. Por sua vez, o Lidl suportou parcialmente a construção do Parque da Vila, na Urbanização Cova dos Vidros.

Por fim, o Pingo Doce “Mega” tem uma óptima localização, junto da EN10 e à entrada da vila, mas as infra-estruturas rodoviárias prejudicaram a sua atractividade. Assim, a entrada e, sobretudo, a saída do supermercado não é directa para a via principal, implicando deslocamentos dos clientes até às rotundas mais próximas. Esta situação seria, em teoria, minimizada com a construção do nó desnivelado, mas, na verdade, em nada resolveu o problema. Para atrair mais clientes, a marca tem apostado numa estratégia de diminuição de preços neste estabelecimento.

Contudo, o Pingo Doce “Mega” poderá tornar-se, em breve, mais competitivo, uma vez que ao seu lado abriu em Fevereiro último uma nova superfície comercial – a loja *discount* Aldi (Figura 39).



Figura 39 – Aldi (Março de 2011)
Fonte: Autor

Numa primeira fase, esta área envolvente beneficiará da construção de um novo parque urbano, o Parque da Ribeira, cujos custos serão suportados pelo promotor desta nova insígnia. Está ainda em curso o processo de licenciamento do Quinta do Conde Retail Park e, caso seja aprovado, o parque urbano será ampliado, duplicando de 4 para 8 hectares (Figura 40). A implementação do novo parque urbano (com forte probabilidade de ser bem sucedido), o aumento da concorrência (Aldi) e um novo espaço comercial que complementa a oferta do Pingo Doce (Quinta do Conde Retail Park) dinamizará o comércio e serviços desta área.

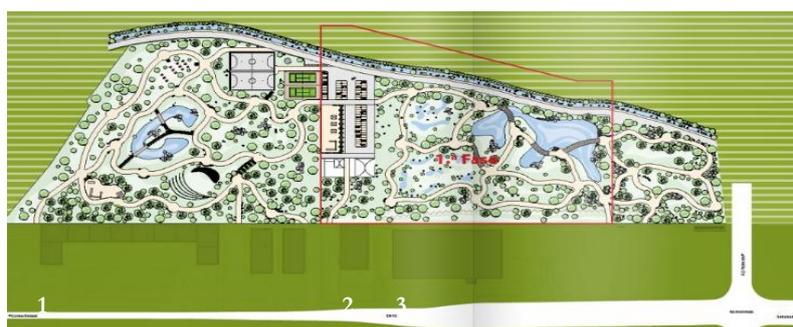


Figura 40 – Projecto de construção do Aldi, Quinta do Conde Retail Park e Parque da Ribeira
1 – Quinta do Conde Retail Park 2 – Aldi 3 – Pingo Doce “Mega”
Fonte: CMS (2010)

Todavia, importa referir que o Quinta do Conde Retail Park replica formatos similares existentes em concelhos vizinhos. A sua construção poderá prejudicar o pequeno comércio e o projecto poderá revelar-se inviável financeiramente.

5.1.6. A oferta de equipamentos e serviços básicos à população

A área em estudo apresenta os seguintes equipamentos (Quadro 21), cuja distribuição espacial pelo tecido urbano se caracteriza pela dispersão e alguma aleatoriedade (Figura 41).

TIPO DE EQUIPAMENTOS	EQUIPAMENTO ¹³	N.º	PERÍODO DE INAUGURAÇÃO ¹⁴
Ensino	Jardim de Infância	4	(B), (C), (F)
	Escolas de 1.º, 2.º e 3.º Ciclo	6	(A) ¹⁵ , (B), (C), (D), (F)
	Escola Secundária	1	(B)
Saúde e Segurança Social	Extensão de Saúde	1	(A)
	Farmácia	3	(A), (E)
	Centro de Dia	1	(C)
	Estação de Correios	1	(D)
	Repartição de finanças	0	
Repartições públicas	Cartório notarial	1	(F)
	Conservatória registo civil	0	
	Conservatória registo predial	0	
	Conservatória registo comercial	0	
	Tribunal	0	
	Posto policial (GNR)	1	(B)
	Bombeiros	1	(D) ¹⁶
Desportivo ¹⁷	Campo de Futebol	1	(B)
	Pista de Atletismo	0	
	Polidesportivo	0	
	Pavilhão Desportivo	1	(E)
	Piscina	0	
	Circuito de manutenção ¹⁸	1	(F)
Culturais	Cinema ¹⁹	1	(B)
	Teatro ²⁰	1	(C)
	Sala de Exposições	0	
	Biblioteca	1	(D)

Quadro 21 – Equipamentos sociais existentes na Quinta do Conde.

Fonte: Sítio da Internet da CMS (2011).

¹³ Alguns dos equipamentos colectivos da Quinta do Conde estão nas Figuras 42-55.

¹⁴ Considera-se: (A) Anterior a 1984; (B) Entre 1985 e 1989; (C) Entre 1990 e 1994; (D) Entre 1995 e 1999; (E) Entre 2000 e 2004; (F) Após 2005.

¹⁵ A Escola Básica da Quinta do Conde n.º3 entrou em funcionamento em 1979, mas foi demolido e reconstruída um novo edifício, que iniciou actividade em 2003.

¹⁶ O primeiro quartel não apresentava as melhores condições para um equipamento desta natureza (um pré-fabricado e uma garagem), pelo que em 2010 foi inaugurado um novo quartel, financiado no âmbito do Eixo III (Prevenção e Gestão de Riscos do POVT) do QREN.

¹⁷ Não foram contabilizados os espaços desportivos integrados em escolas.

¹⁸ Foi considerado o Circuito de Manutenção um espaço do Parque da Vila, que contempla equipamentos para a prática de exercício físico.

¹⁹ Não está em funcionamento.

²⁰ O Anfiteatro foi considerado Teatro.

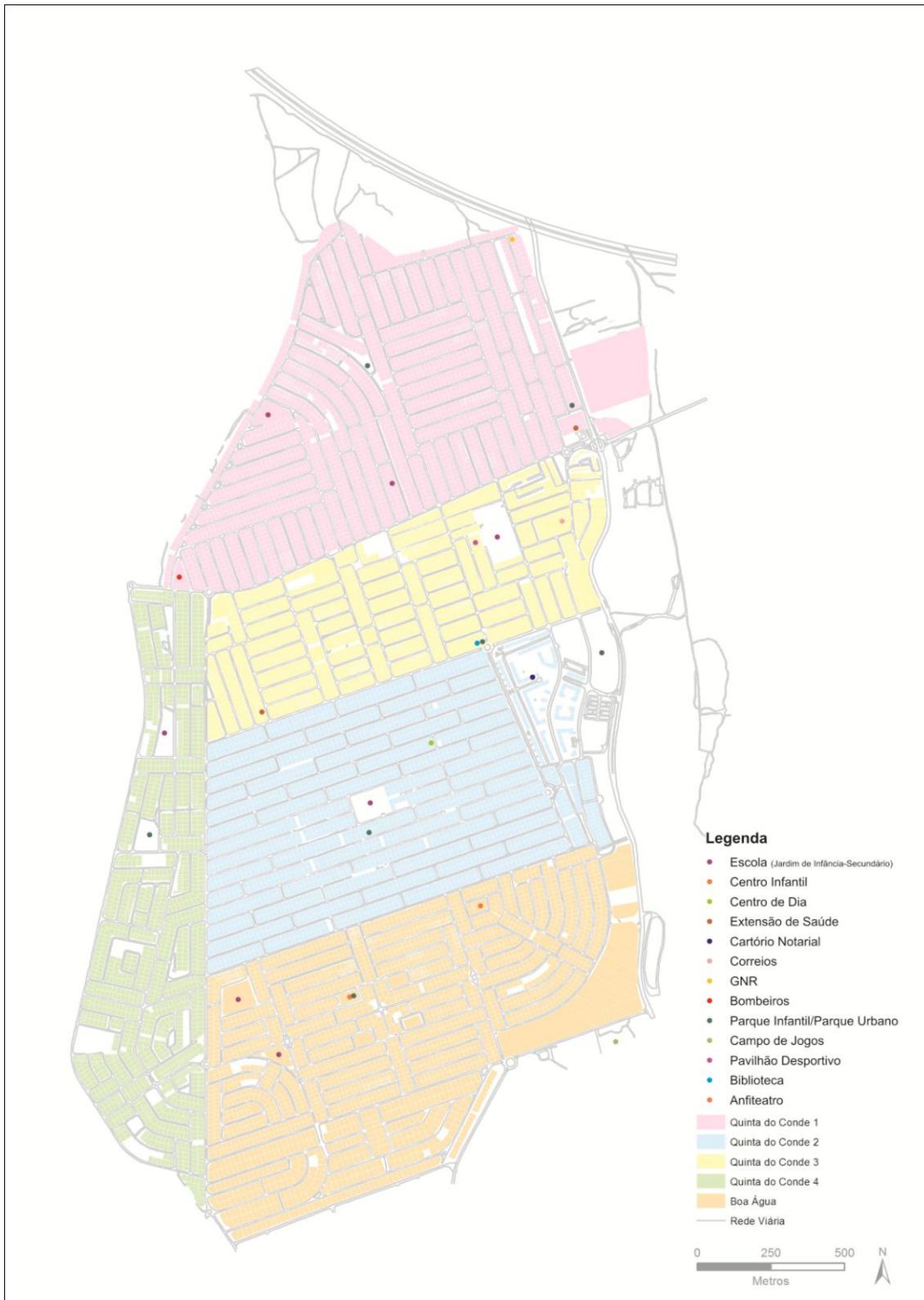


Figura 41 – Distribuição Espacial dos Equipamentos Colectivos na Quinta do Conde (2011)
 Fonte: Autor



Figura 42 – Extensão de Saúde da Quinta do Conde (início da década de 80)

Fonte: Vítor Antunes



Figura 43 – Extensão de Saúde da Quinta do Conde (2011)

Fonte: Autor



Figura 44 – Quartel da GNR (2011)

Fonte: Autor



Figura 45 – Cartório Notarial (2007)

Fonte: Autor



Figura 46 – Quartel de bombeiros da Quinta do Conde (1995)

Fonte: Vítor Antunes



Figura 47 – Quartel de bombeiros da Quinta do Conde (2011)

Fonte: Autor



Figura 48 – Escola Básica 2,3+S Michel Giacometti (1995)
Fonte: Vítor Antunes



Figura 49 – Escola Básica 2,3+S Michel Giacometti (2011)
Fonte: Autor



Figura 50 – Centro Infantil do Centro Comunitário da Quinta do Conde (2010)
Fonte: Sítio da Internet da Junta de Freg. da Quinta do Conde



Figura 51 – Pavilhão Municipal da Quinta do Conde (2011)
Fonte: Autor



Figura 52 – Campo de jogos da ADQC (década de 80)
Fonte: Vítor Antunes



Figura 53 – Campo de jogos da ADQC (2011)
Fonte: Autor



Figura 54 – Parque da Vila (2011)
Fonte: Autor



Figura 55 – Anfiteatro da Boa Água (1995)
Fonte: Vítor Antunes

O estado de conservação dos equipamentos é bastante dispar. Os equipamentos escolares mais antigos já necessitam de algumas obras. Todavia, parte significativa do parque escolar foi construído ou remodelado nos últimos quinze anos e, por conseguinte, está num razoável estado de conservação. Ao nível de equipamentos de saúde e repartições públicas as situações mais críticas são a Extensão de Saúde (um edifício pré-fabricado com mais de vinte e cinco anos e, mais recentemente, parte das valências passaram para um apartamento, no segundo andar, sem elevador) e o Posto da GNR (uma moradia isolada, readaptada a quartel, também ela com mais de vinte e cinco anos e algum estado de degradação). Já os equipamentos desportivos e culturais são recentes e apresentam-se em bom estado de conservação.

Os equipamentos básicos existentes respondem de forma insuficiente às necessidades da população. As escolas (da pré-primária ao secundário), os serviços públicos de saúde e o centro comunitário (seja na vertente infantil ou de idosos) são três exemplos onde a procura é bastante superior à oferta.

Como refere David (2002:48), *“constata-se ainda a falta de uma série de outros equipamentos, sobretudo sociais e culturais, que respondam aos anseios da população, seja a uma escala mais residencial seja à escala do aglomerado, ou até mesmo numa perspectiva inter-municipal, como é referido no regulamento do PDM de Sesimbra.”*

Desde então, tem aumentado o número de equipamentos e serviços, mas ainda assim são insuficientes, uma vez que a população continua a aumentar a um ritmo elevado (todavia, não tão elevado como no período intercensitário 1991-2001).

Actualmente, estão em curso a construção do Complexo Funerário com forno crematório (quase concluído); a Extensão de Saúde (cujas obras estiveram paradas durante um ano); um jardim infantil, na Quinta do Conde 4, com capacidade para 100 crianças; uma creche da Liga dos Amigos da Quinta do Conde, também na Quinta do Conde 4, com capacidade para 66 crianças; e amplia-se o jardim-de-infância da Quinta do Conde, em funcionamento desde os finais da década de 80 na Quinta do Conde 1, o que lhe permitirá receber mais 50 crianças.

Face ao exposto em 5.1, é possível categorizar as várias fases de evolução do comércio e serviços na Quinta do Conde (Quadro 22).

FASE	PERÍODO TEMPORAL	IMPACTO TERRITORIAL	CARACTERÍSTICAS
I	Até 1985	EN 10, Avenida Principal ou áreas circundantes.	Pequeno comércio, sem estrutura profissional, com uma oferta básica, centrada no comércio alimentar, e que se desenvolve a partir da habitação.
II	1985-1995	EN 10, Avenida Principal ou áreas circundantes.	Consolidação de algum comércio da Fase I, que se desenvolve de forma mais profissional. Aumento da oferta comercial. Existência de um “Centro Comercial” e de um Mercado Levante. Fixação de alguns serviços.
III	1995-(...)	Avenida da Liberdade, Avenida Cova dos Vidros, Avenida dos Aliados, Urbanização Cova dos Vidros, Rua Manuel de Arriaga e Rua Serra da Arrábida.	Expansão urbana e comercial em novas direcções, potenciando novos eixos comerciais. Reforço da componente dos serviços. Atracção de grandes grupos nacionais e internacionais, aumentando a oferta comercial e gerando novas centralidades.

Quadro 22 – Síntese da evolução do comércio e serviços da Quinta do Conde

5.2 OFERTA ACTUAL DE COMÉRCIO E SERVIÇOS NA QUINTA DO CONDE

O levantamento funcional realizado na área de estudo permitiu contabilizar 989 espaços destinados ao comércio e aos serviços, com a repartição espacial expressa no Quadro 23 e Figura 56. Os dados recolhidos permitem ainda afirmar que existem 37 ruas com estabelecimentos de comércio e serviços na Quinta do Conde 1 (54,4% do total de ruas desta área geográfica), 23 na Quinta do Conde 2 (88,5%), 39 na Quinta do Conde 3 (59,1%), 26 na Quinta do Conde 4 (41,3%) e 31 na Boa Água (37,4%).

ÁREA GEOGRÁFICA	N.º	%
Quinta do Conde 1	296	29,9
Quinta do Conde 2	232	23,5
Quinta do Conde 3	283	28,6
Quinta do Conde 4	71	7,2
Boa Água	107	10,8
TOTAL	989	100,0

Quadro 23 – Espaços destinados ao comércio e serviços na Quinta do Conde, por área geográfica.

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

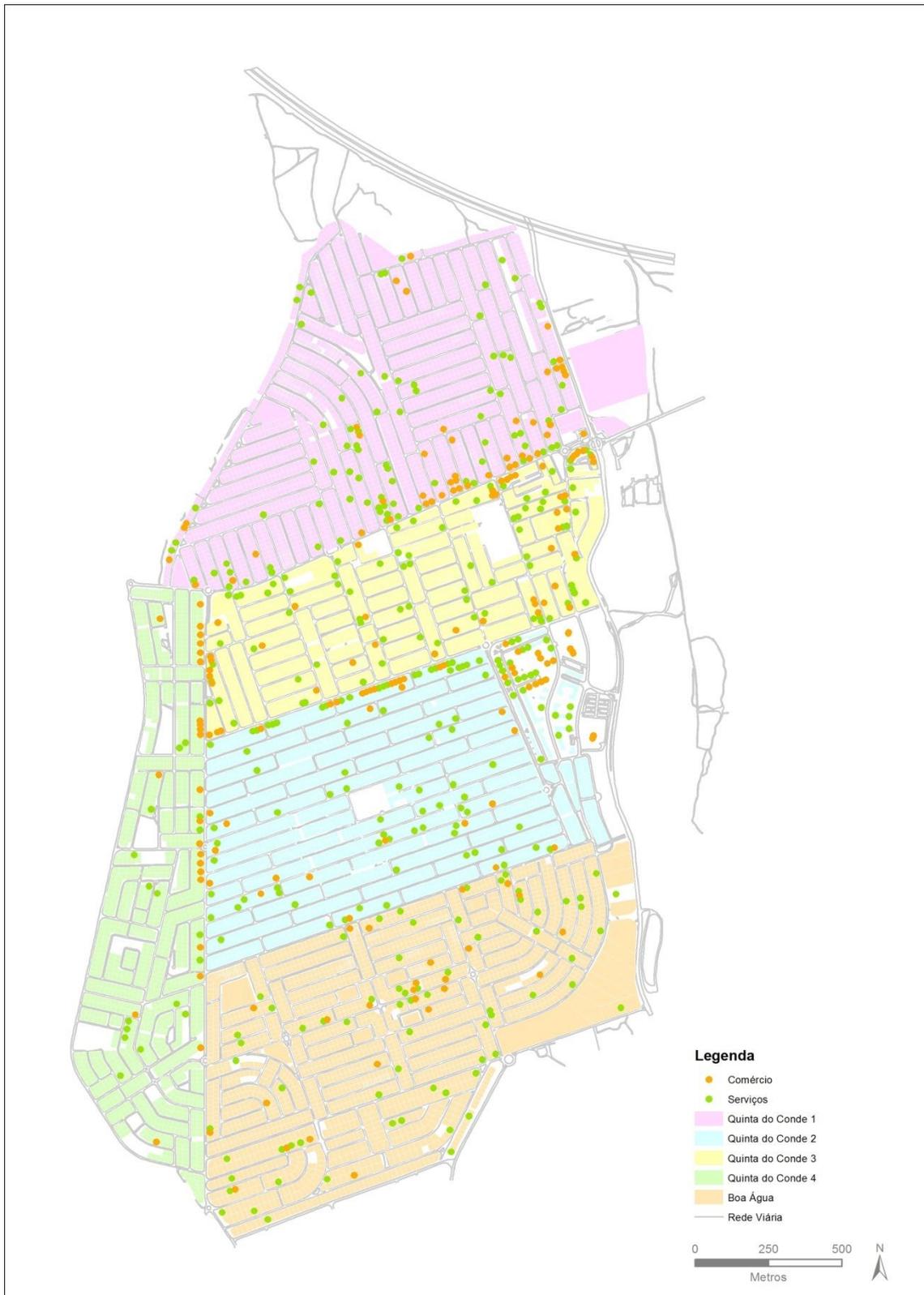


Figura 56 – Distribuição Espacial do comércio e dos serviços na Quinta do Conde
 Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

Do total de espaços de comércio e serviços, 198 (20,0%) estavam, à data do levantamento (Anexo, Figura 5:139), sem ocupação; destes, 140 (14,2%) encontravam-se para venda ou aluguer (Anexo, Figuras 6:140 e 7:141). A Quinta do Conde 1 e 2 são as áreas com maior número de edifícios vagos e para venda ou aluguer, ao invés da Quinta do Conde 4, que regista os valores mais baixos (Quadro 24).

ÁREA GEOGRÁFICA	ESPAÇOS VAZIOS		ESPAÇOS VAZIOS PARA VENDA OU ALUGUER	
	N.º	%	N.º	%
Quinta do Conde 1	60	30,3	48	34,3
Quinta do Conde 2	63	31,8	44	31,4
Quinta do Conde 3	37	18,7	25	17,9
Quinta do Conde 4	14	7,1	3	2,1
Boa Água	24	12,1	20	14,3

Quadro 24 – Edifícios vagos e para venda ou aluguer na Quinta do Conde

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

5.2.1. Actividades económicas

Se analisarmos a função principal dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde, agrupada de acordo com a classificação de Salgueiro (1992, adaptada), podemos verificar a seguinte distribuição (Quadro 25; Informação desagregada em Anexo, Quadro 2:135)²¹:

²¹ Em Anexo está representada a distribuição de cada uma destas tipologias: Mapa-Síntese do Comércio (Figura 8:142), Produtos Alimentares (Figura 9:143), Artigos Pessoais (Figura 10:144), Equipamentos para o lar (Figura 11:145); Higiene, saúde e beleza (Figura 12:146), Artigos lazer-cultura (Figura 13:147), Construção bricolage (Figura 14:148), Equipamentos profissional (Figura 15:149), Combustíveis transportes (Figura 16:150), Comércio não especializados (Figura 17:151), Mapa-Síntese de Serviços (Figura 18:152), Serviços de reparação (Figura 19:153), Serviços pessoais (Figura 20:154), Recreativos culturais (Figura 21:155), Serviços financeiros (Figura 22:156), Serviços à colectividade (Figura 23:157), Alojamento e restauração (Figura 24:158) e Serviços técnicos (Figura 25:159).

FUNÇÃO PRINCIPAL	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
	1	2	3	4		N.º	%
Alojamento e restauração	45	42	42	13	18	160	20,4%
Serviços à colectividade ²²	29	22	34	4	10	99	12,6%
Serviços pessoais	30	23	36	1	6	96	12,2%
Serviços financeiros	37	13	29		6	85	10,8%
Serviços de reparação	15	12	16	4	12	59	7,5%
Produtos Alimentares	12	8	13	3	9	45	5,7%
Artigos Pessoais	10	8	19	6	2	45	5,7%
Serviços técnicos	12	9	10	4	8	43	5,5%
Artigos lazer-cultura	7	9	9	4	2	31	3,9%
Equipamentos para o lar	3	5	7	7		22	2,8%
Combustíveis transportes	11	2	6	3		22	2,8%
Equipamentos profissional	6	4	6		4	20	2,5%
Higiene, saúde e beleza	7	2	8	1	1	19	2,4%
Construção bricolage	6	1	4	6	2	19	2,4%
Comércio não especializado	4	4	4	1	2	15	1,9%
Recreativos culturais	1	1	3		1	6	0,8%

Quadro 25 – Função principal dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

Por sua vez, as funções complementares (isto é, actividades que são desenvolvidas em complementaridade à principal) são as seguintes (Quadro 26; Informação desagregada em Anexo, Quadro 3:137):

FUNÇÃO SECUNDÁRIA	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	QTA DO CONDE	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
	1	2	3	4		N.º	%
Alojamento e restauração	9	3	8	2		22	22,2%
Serviços pessoais	3	3	5	1		12	12,1%
Serviços de reparação	3	3	2	2		10	10,1%
Serviços financeiros	4	2	2		2	10	10,1%
Serviços técnicos	4	1	3	1		9	9,1%
Produtos Alimentares	2	3	3			8	8,1%
Equipamentos para o lar	3	1	1	3		8	8,1%
Artigos Pessoais		1	4	2		7	7,1%
Recreativos culturais	3		1			4	4,0%
Artigos lazer-cultura	2				1	3	3,0%
Serviços à colectividade	1	1		1		3	3,0%
Combustíveis e transportes	2					2	2,0%
Comércio não especializados	1					1	1,0%

Quadro 26 – Função complementar dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

²² Estes valores não contemplam os equipamentos colectivos referidos em 5.1.6.

A partir dos Quadros 25 e 26 podemos obter algumas conclusões: (i) há uma clara predominância dos serviços face ao comércio, o que reflecte as mudanças dos vários agentes, em especial do consumidor, que adquire cada vez mais produtos, bens ou préstimos que implicam uma personalização/acréscimo de valor; (ii) aplicando a ideia expressa em (i) ao sector da alimentação, houve uma crescente procura por refeições prontas (em restaurantes ou para levar para casa), resultado da entrada da mulher no mundo do trabalho e da diversidade de tipo de famílias e reflexo também do carácter de dormitório que a Quinta do Conde tem assumido na última fase de expansão; (iii) os serviços financeiros e os serviços pessoais adquirem um papel preponderante na orgânica do aglomerado; (iv) a venda de produtos alimentares ocupa, em termos relativos, um lugar modesto, mas será, porventura, das actividades que mais factura e terá maior área de influência.

Com base no conhecimento empírico da área em estudo, é possível afirmar que nas últimas duas décadas houve uma profunda mutação no comércio e serviços da Quinta do Conde. Mesmo sem dados que sustentem estas afirmações, tínhamos então uma estrutura comercial com menor dimensão e que oferecia mais comércio do que serviços. Esta oferta concentrava-se sobretudo nos produtos alimentares, artigos pessoais, equipamentos para o lar, construção e bricolage, serviços de reparação e serviços pessoais.

Com a entrada das insígnias nacionais na Quinta do Conde, em especial com a abertura do Modelo (e o conjunto de lojas associadas), houve uma diminuição de estabelecimentos de produtos alimentares, artigos pessoais e equipamentos para o lar. Muitos desses estabelecimentos não se souberam modernizar e, por conseguinte, fazer frente à nova realidade económica. Todavia, muitos destes comerciantes já eram idosos e resistentes às mudanças, aproveitando este novo paradigma comercial para se aposentarem, dando lugar a novas actividades.

Com a mudança de paradigma na construção civil na Quinta do Conde (isto é, da passagem da auto-construção de moradias unifamiliares para a construção de edifícios bifamiliares e plurifamiliares por empresas especializadas), houve uma redução do número de empresas que se dedicavam à venda de materiais de construção. Esta retracção não se fez sentir, por exemplo, numa diminuição de agências imobiliárias (uma das actividades com maior sucesso na década de 90 na Quinta do Conde), uma vez que o mercado de venda e, cada vez mais, aluguer de imóveis se mantém bastante dinâmico.

5.2.2. Caracterização dos estabelecimentos

Os estabelecimentos de comércio e de serviços da Quinta do Conde, em função da evolução territorial do aglomerado, apresentam algumas singularidades de inserção urbana.

A grande maioria das actividades económicas são exercidas em edifícios destinados a habitações uni, bi ou plurifamiliares. O número de edifícios com uso exclusivo de comércio e serviços ronda os 16,5% (Quadro 27; Anexo, Figura 26:160). Ao nível dos pisos, 90,1% dos espaços ocupam o piso térreo, 6,3% o primeiro andar e 0,4% ocupam os pisos 0 e 1. Cerca de 0,7% das actividades estão implantadas em caves e as restantes (2,5%) entre os pisos 2 e 5.

INSERÇÃO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS NO EDIFICADO	QTA DO CONDE 1	QTA DO CONDE 2	QTA DO CONDE 3	QTA DO CONDE 4	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	%
Edifício exclusivamente de comércio/serviços	69	27	60	5	2	163	16,5
Habitação Uni ou Bifamiliar (ocupação parcial)	104	63	130	44	34	375	37,9
Habitação Plurifamiliar (ocupação parcial)	63	83	43		21	210	21,2
Habitação Uni ou Bifamiliar (ocupação total)	20	10	21	4	4	59	6,0
Garagem	14	4	18	14	19	69	7,0
Sótão	3		1		1	5	0,5
Cave	5					5	0,5
Outras Situações (p.e., Centro Comercial, Mercado Municipal e Anexos)	18	45	10	4	26	103	10,4

Quadro 27 – Inserção do comércio e serviços em diferentes tipologias do edificado.

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

A inserção do comércio e serviços no espaço urbano, em conjunto com outros factores (p.e., a génese ilegal do aglomerado e a tipologia do edificado), condicionam a percepção da qualidade dos edifícios e da fachada dos estabelecimentos. De acordo com os itens definidos na metodologia, numa escala de 1 a 4 (em que 1 é a classificação mais baixa e 4 a mais alta), o comércio e os serviços da Quinta do Conde obtêm as seguintes classificações (Quadro 28).

ITENS AVALIADOS	QTA DO CONDE 1	QTA DO CONDE 2	QTA DO CONDE 3	QTA DO CONDE 4	BOA ÁGUA	MÉDIA GERAL
Estado de Conservação do Edifício	1,31	1,26	1,29	1,28	1,05	1,27
Estado de Conservação da Fachada	1,23	1,26	1,31	1,29	1,05	1,25
Qualidade Funcional da Iluminação	1,35	1,28	1,42	1,21	1,06	1,32
Qualidade Funcional da Montra	1,26	1,16	1,23	1,18	1,06	1,20
Qualidade Funcional da Disposição dos Produtos	1,31	1,26	1,31	1,27	1,06	1,27

Quadro 28 – Avaliação do estado de conservação e da qualidade funcional dos estabelecimentos de comércio e serviços.

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

Os estabelecimentos têm, por norma, associados alguns elementos acessórios que os identificam e caracterizam. Na área em estudo, estes espaços apresentam na sua maioria sinalética (93,0%), mas os sistemas de AVAC e os toldos não são muito frequentes (existem apenas em 47,0% e 24,5% dos estabelecimentos, respectivamente). Em comum, estes três elementos não estão devidamente integrados nos edifícios (Quadro 29).

ACESSÓRIOS	EXISTÊNCIA/ INTEGRAÇÃO	QTA DO CONDE 1	QTA DO CONDE 2	QTA DO CONDE 3	QTA DO CONDE 4	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
		N.º	N.º	N.º	N.º		N.º	N.º
Sinalética	Sim	206	164	230	54	82	736	93,0
	Dissonante	161	154	152	44	78	589	80,0
	Integrada	45	10	78	10	4	147	20,0
	Não	28	6	18	3		55	7,0
Aquecimento, ventilação e ar condicionado (AVAC)	Sim	107	78	125	25	37	372	47,0
	Dissonante	58	60	78	14	36	246	66,1
	Integrada	49	18	47	11	1	126	33,9
	Não	127	92	123	32	45	419	53,0
Toldos	Sim	49	47	61	19	18	194	24,5
	Dissonante	41	46	48	15	18	168	86,6
	Integrada	8	1	13	4		26	13,4
	Não	186	123	187	38	63	597	75,5

Quadro 29 – Existência e integração de elementos acessórios no edificado.

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

5.3 OFERTA NA ÁREA ENVOLVENTE

A Quinta do Conde sofre influências externas dos centros comerciais que se encontram próximos – Almada Fórum (2002), Fórum Montijo (2003), Rio Sul (2006) e Barreiro Retail Park (2010) – e de algumas insígnias que se têm instalado na sua envolvente (p.e., Staples Office Center (2009)).

Os impactos que estas estruturas provocam fazem com que alguns ramos de actividade não consigam vingar na Quinta do Conde. Os prontos-a-vestir, sapatarias, lojas de informática e de telecomunicações têm sido os mais afectados, tendo já encerrado alguns dos estabelecimentos mais antigos. A abertura de novas lojas nestes ramos acaba, quase sempre, na cessação prematura de actividade.

Todavia, há negócios que tendem a não ser muito afectados com o aumento de concorrentes no mercado. Dois dos exemplos mais expressivos são as imobiliárias e as churrascarias/prontos-a-comer (neste último caso, mesmo sofrendo a concorrência dos supermercados, que já contemplam este tipo de oferta, como o Pingo Doce e, mais recentemente, o Continente Modelo).

Se a introdução de grandes superfícies na Quinta do Conde e na sua envolvente tinha impacto directo no comércio e serviços locais, levando a uma reorganização da oferta de comércio e serviços da Quinta do Conde, hoje, as grandes superfícies competem mais entre si do que com o pequeno comércio a retalho e serviços.

Com a falta de equipamentos sociais, a população da Quinta do Conde recorre com frequência a equipamentos dos concelhos vizinhos: para os equipamentos de saúde recorre-se ao Centro de Saúde de Sesimbra e ao Hospital Garcia da Orta (Almada); a limitação das escolas faz-se sentir sobretudo ao nível do ensino secundário e é colmatada pelas escolas dos concelhos de Sesimbra e do Seixal; a lacuna dos equipamentos desportivos é suprida pelo sector privado; as repartições públicas estão localizadas na sede do concelho (a Quinta do Conde, pela dimensão do aglomerado, já justifica ter algumas repartições públicas ou um balcão multiserviço, o que é, aliás, uma das principais reivindicações dos seus habitantes); a oferta cultural é bastante diversificada, não denotando uma tendência espacial muito clara.

5.4 ÁREA DE INFLUÊNCIA

No que concerne a áreas de influência, importa referir que os supermercados da Quinta do Conde têm aumentado a sua área de influência, levando alguns moradores de Azeitão, mas também de Fernão Ferro a fazer compras na Quinta do Conde. Ainda assim, muitos desses consumidores fazem-no por opção, uma vez que têm outras alternativas mais próximas.

A construção do Minipreço (formato *parking*) na Brejoeira (Azeitão) não parece ter afectado muito esta dinâmica. O efeito do Jumbo de Coina é difícil de avaliar por estar aberto apenas desde Novembro de 2010, mas irá certamente competir com os supermercados localizados na Quinta do Conde.

Na oferta de comércio e serviços, a Quinta do Conde não tem capacidade de atracção significativa para além do próprio aglomerado. As únicas excepções são os laboratórios de análises clínicas (Clidiral e JAV) e o Cartório Notarial.

“A actual Vila já tem poucas ou nenhuma semelhanças com a imagem desorganizada e anárquica que caracterizava esta zona do concelho de Sesimbra. (...) O concelho de Sesimbra deve muito ao dinamismo da Quinta do Conde.”

António Marques (2009:8)

6. CONDICIONANTES À EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS

A presença de actividades económicas num território está subordinada a um vasto conjunto de factores, que se podem agrupar em quatro grupos temáticos: (i) mercado consumidor (p.e., área de influência, características demográficas e poder de compra); (ii) sistema urbano (p.e., organização funcional do território, relações com os territórios vizinhos e rede viária); (iii) edificado e espaços livres (p.e., características do edificado, localização de espaços livres, tipo de uso dos solos afectos e o custo do solo); (iv) economia local (p.e., dinâmicas económicas existentes, especializações territoriais e recursos endógenos). Estes factores condicionam a evolução do comércio e dos serviços, no espaço e no tempo.

Os espaços urbanos com génese ilegal, ao surgirem espontaneamente, sem contemplarem acções de planeamento territorial e de pormenor do desenho urbano, bem como carecendo de espaços para infra-estruturas, recreio e lazer, colocam alguns problemas específicos (e desafios) à evolução do aglomerado urbano e do comércio e serviços que aí foram surgindo de forma espontânea.

No caso de estudo, foram analisadas as condicionantes à evolução do comércio e dos serviços com base em quatro perspectivas: (i) condicionantes do sistema urbano; (ii) condicionantes do edificado; (iii) condicionantes da estrutura empresarial; e, por fim, (iv) o papel da CMS. Estas condicionantes serão, sempre que possível, enquadradas com iniciativas públicas ou privadas que as ajudem a compreender e por um conjunto de medidas que permitam minimizar ou resolver os problemas.

6.1 CONDICIONANTES DO SISTEMA URBANO

6.1.1. Rede viária e bolsas de estacionamento

Como se referiu no capítulo 4, o loteador inicial da Quinta do Conde traçou os arruamentos iniciais que, grosso modo, se mantêm até hoje. Todavia, os arruamentos com

perfil-tipo 10 metros (12 metros, nas principais avenidas) colocavam alguns problemas urbanos: (i) a circulação do trânsito em dois sentidos processava-se com dificuldade e alguma anormalidade; (ii) ausência de espaços públicos de estacionamento; (iii) ausência/insuficiência de espaços pedonais; e (iv) má interligação entre ruas, bolsas de estacionamento e espaços pedonais (Figuras 57-60).



Figura 57 – Dificuldades de circulação nos dois sentidos na Rua Serra de Arrábida (2011).

Fonte: Autor



Figura 58 – Insuficiência de estacionamentos na Avenida dos Aliados (2011).

Fonte: Autor



Figura 59 – Insuficiência de estacionamentos na Rua João de Barros (2011).

Fonte: Autor



Figura 60 – Má interligação entre os espaços pedonais e o estacionamento na Avenida da Liberdade (2011).

Fonte: Autor

O executivo municipal reconhece o problema, referindo que *“a falta de espaços que sirvam de ponto de encontro, pólos de atração, de aglomeração de pessoas, gera um espaço urbano que não convida as pessoas a usufruírem dele, levando a população a restringir-se ao seu lote, isolando-se e sem qualquer convívio.”* (CMS, 2006a:19)

Com vista à resolução destes problemas, a CMS, em 2001, fez uma intervenção de fundo no sistema viário da Quinta do Conde, impondo na maioria das ruas apenas um sentido de circulação. Em muitos casos, esta mudança foi acompanhada pela colocação de

asfalto e criação de passeios pedonais e bolsas de estacionamento. Ainda assim, mantiveram-se alguns problemas. A criação de bolsas de estacionamento em algumas ruas não foi suficiente, originando estacionamento em segunda fila.

Identificados estes problemas e as suas consequências para a vida social dos habitantes, o PUQC propõe a criação de ruas residenciais, destinadas ao tráfego local, a velocidade reduzida (30 km/h), com um novo tratamento paisagístico e o estacionamento ao nível da faixa de rodagem. Desta forma, espera-se minorar as situações de conflito automóvel-peão e que os habitantes criem laços mais intensos com as suas ruas, passando estas a ganhar também identidade.

Todavia, esta medida anunciada há cinco anos tem tido dificuldade em sair do papel. Ainda assim, caso venha a ser seguida poderá beneficiar o comércio e os serviços, em especial nos eixos secundários com vários estabelecimentos, aproximando-se assim aos centros de comércio e serviços tradicionais, interligando melhor os diferentes espaços da cidade (habitação, comércio e serviços, equipamentos sociais e espaços de recreio e lazer).

6.1.2. Debilidade do centro de comércio e serviços

Na Quinta do Conde podemos identificar a Avenida Principal, a Avenida da Liberdade, a Rua Manuel de Arriaga, a Avenida Cova dos Vidros, o Largo do Mercado, a Avenida dos Aliados, a Praceta da Juventude e a Rua Serra da Arrábida como principais espaços de comércio e serviços. Todavia, não podemos afirmar que sejam, por excelência, os centros de comércio e serviço, no sentido tradicional do termo; falta-lhes diversidade funcional e, sobretudo, especialização e qualificação.

Os principais eixos de actividades económicas da Quinta do Conde apresentam alguma descontinuidade espacial (isto é, há uma mistura entre lojas abertas, lojas fechadas, habitações e lotes vazios) e não há uma integração das actividades económicas com espaços de recreio e de lazer, sem esquecer que todo o espaço está construído em função do automóvel, com todos os problemas que daí emanam (por exemplo, os referidos em 6.1.1.). Há ainda uma grande disseminação das actividades pelo território, como se atestou com o levantamento funcional.

De acordo com os dados recolhidos no levantamento funcional, há estabelecimentos de comércio e serviços em 147 ruas, das quais 12 concentram 51,0% e 37 têm 75,0%, o que significa que um quarto do comércio está repartido por 110 ruas. Deste modo, temos

consumidores que se deslocam a um determinado estabelecimento de automóvel, com um objectivo pré-concebido, não interagindo ou conhecendo os estabelecimentos envolventes, no caso de existirem.

O executivo municipal está ciente disto, uma vez que refere no PUQC que *“a organização funcional do aglomerado tem obedecido a critérios de escolha individual, levando a uma concentração de actividades não residenciais de acordo com a intensidade de uso de cada eixo.”* (CMS, 2006a:6)

A inexistência de espaços de recreio e lazer interligados com as actividades económicas levanta ainda outro problema – os estabelecimentos de comércio e serviços tradicionais, com a excepção de alguns cafés, restaurantes, prontos-a-comer/churrasqueiras e imobiliárias, estão encerrados ao sábado à tarde e ao domingo.

Desta forma, ao fim-de-semana, os grandes grupos da distribuição implantados na Quinta do Conde e nos territórios envolventes são os principais agentes e dinamizadores económicos. Do ponto de vista urbano, estamos assim perante “ilhas” que retiram vida urbana ao aglomerado.

6.1.3. Impactos territoriais dos novos paradigmas de consumo

Com a entrada em funcionamento das insígnias internacionais na Quinta do Conde, sobretudo com a Sonae, houve algumas reestruturações funcionais do comércio e serviços.

Os minimercados, talhos, charcutarias, peixarias, prontos-a-vestir, lojas de utilidades para o lar, lojas de informática e de electrodomésticos foram as actividades mais afectadas. Muitas delas reduziram as suas vendas e as de maior dimensão diminuíram ainda a área das lojas e/ou número de lojas no território; nalguns casos, tentaram captar novos clientes e mercados, diversificando a oferta comercial e oferecendo um sortido mais amplo. Com o passar do tempo, alguns estabelecimentos acabaram mesmo por não resistir e cessaram actividade. Estas actividades encontravam-se disseminadas pelo território, ocorrendo mudanças de ramo nalgumas lojas, enquanto outras nunca mais voltaram a abrir.

Além disso, ao longo dos últimos anos há duas actividades que se têm mostrado bastante dinâmicas: (i) as imobiliárias, dado que existia um vasto mercado de imóveis para transaccionar (que está, todavia, em declínio), havia poucas barreiras à entrada na actividade e o investimento inicial era reduzido (contudo, a emergência de grupos internacionais de imobiliário, como a Remax, a ERA e a Century 21, tem contribuído para a diminuição de agências imobiliárias, em virtude de concentrarem um grande volume de negócios); e (ii) as

churrasqueiras e os prontos-a-comer, beneficiando das mudanças socioculturais registadas nas últimas décadas, como a entrada da mulher no mercado de trabalho, que lhe retira tempo para as lides domésticas. Ao nível territorial, tanto as imobiliárias como as churrasqueiras/prontos-a-comer se localizam nos principais eixos viários. Todavia, importa destacar que muitas churrasqueiras/prontos-a-comer estão próximas das paragens dos autocarros.

Urge ainda referir que a implantação do Modelo (actual Continente), na Urbanização Cova dos Vidros, e, mais tarde, do Plus (actual Pingo Doce) e do Lidl conferiram ao local uma nova centralidade ao aglomerado, fazendo desta área um espaço para viver, consumir e recrear. Até então, o espaço onde está agora o Lidl era um armazém abandonado (Figura 61), onde residiam toxicodependentes e população estrangeira, enquanto a actual área do Parque da Vila (Figura 62) era um terreno baldio onde as empresas de limpezas de fossas descarregavam resíduos.



Figura 61 – Armazém abandonado no lote onde está actualmente o Lidl (2000).
Fonte: Vítor Antunes



Figura 62 – Ortofotomapa com a anterior ocupação dos actuais espaços do Parque da Vila e do Lidl.
Fonte: Google Maps (Março de 2011)

6.1.4. Dispersão de equipamentos sociais

No plano inicial, António Xavier de Lima contemplou alguns espaços para equipamentos públicos, como espaços para escolas e centro de saúde, que seriam *a posteriori* construídos pela administração pública. Desta forma, o loteador inicial utilizava intencionalmente essa informação na sua estratégia de *marketing* – ao vender os lotes de habitação fazia referência a futuros equipamentos essenciais às populações, indicando inclusive a sua localização (ainda que não atendesse a critérios de localização e de dimensionamento dos equipamentos), mas era alheio à sua realização.

No entanto, atendendo à génese ilegal deste território, é de salientar a existência de espaços afectos previamente a equipamentos sociais. Muitas AUGI que surgiram nesta

altura não contemplaram qualquer espaço para este fim, o que tornou o processo de reconversão (ainda) mais complexo.

Contudo, os espaços destinados a equipamentos colectivos na Quinta do Conde revelaram-se a médio prazo insuficientes, colocando alguns problemas na actualidade: por um lado, o território encontra-se demasiado fragmentado (sendo o valor médio de cada lote baixo, na ordem dos 300 m²), o que torna difícil encontrar uma área contínua que suporte um equipamento desta natureza; por outro lado, a existência de vários proprietários dificulta a aquisição dos terrenos, mesmo que se recorra a mecanismos de expropriação por utilidade pública.

Ainda assim, a CMS afirma que há a “*garantia de espaços que supram carências de equipamentos*” (CMS, 2006:26) definida no PUQC para uma população máxima de 51000 habitantes (Quadro 30) e apresenta várias zonas de reserva (Anexo, Figura 27:161), cuja reduzida dimensão dos conjuntos de lotes poderá condicionar a sua efectiva construção, sem obstar a sua falta centralidade urbana, o que contribuirá para a maior dispersão espacial dos equipamentos colectivos.

TIPO DE EQUIPAMENTOS	EQUIPAMENTO	NÚMERO	ÁREA TOTAL
Ensino	Jardim de Infância	13	19 500 m ²
	Escola Básica Integrada	13	156 000 m ²
	Escola Secundária	1	28 000 m ²
Saúde e Segurança Social	Centro de Saúde ou Extensão	1 Centro de Saúde ou 2 Extensões	3 000 m ²
	Farmácia	8	3 000 m ²
	Creche	13	7 800 m ²
	Centro de Dia	21	31 250 m ²
	Estação de Correios	8	1 600 m ²
Desportivo	Campo de Futebol	7	84 000 m ²
	Pista de Atletismo	2	45 000 m ²
	Polidesportivo	11	24 750 m ²
	Pavilhão Desportivo	2	8 320 m ²
	Piscina	2	9 000 m ²
	Circuito de manutenção	5	*

Quadro 30 – Equipamentos sociais necessários para uma população de 51 000 habitantes.
Fonte: CMS (2006a).

A implantação dos equipamentos deverá ter a seguinte repartição espacial: Quinta do Conde 1, 28.0 ha; Quinta do Conde 2, 9.3 ha; Quinta do Conde 3, 11.7 ha; Quinta do Conde 4, 4.2 ha; e Boa Água, 20 ha (CMS, 2006a).

Ainda que o cenário do executivo municipal seja optimista, nos últimos anos, a edificação de alguns equipamentos colectivos já evidencia a falta de espaços urbanos não edi-

ficados de média/grande dimensão. A Escola Básica Integrada da Boa Água²³, por exemplo, foi construída num espaço então ocupado pelo mercado de levante e outros lotes vagos e apresenta ao nível do desenho urbano alguns problemas – orientação incorrecta da fachada principal, criação de becos, deficiente articulação com a rede viária, falta de bolsas de estacionamento e má integração entre a escola e as habitações (Figuras 63 e 64).



Figura 63 – Criação de um beco, gerado pela construção da Escola Básica Integrada da Boa Água (2011).
Fonte: Autor



Figura 64 – Pavilhão Desportivo da Escola Básica Integrada da Boa Água entre lotes de moradias (2011).
Fonte: Autor

Já a Escola Básica do 1.º Ciclo e Jardim-de-infância do Pinhal do General, inaugurada em 2010, apresenta uma localização marginal, na Quinta do Conde 4. Ainda que não se registem grandes problemas de integração na rede viária, insuficiência de espaços para estacionamento ou na integração entre o equipamento e a habitação, a verdade é que a escola fica longe do principal núcleo de habitação e da rede de transportes públicos, o que faz aumentar a dependência do automóvel.

6.2 CONDICIONANTES DO EDIFICADO

6.2.1. Edifícios exclusivos para comércio e serviços

Na Quinta do Conde podemos identificar três tipos de edifícios exclusivamente comerciais: (i) habitações adaptadas para espaços de actividades económicas; (ii) edifícios construídos pelos próprios; e (iii) edifícios construídos por terceiros.

²³ A Escola Básica Integrada da Boa Água ocupa uma área superior à definida no PUQC. De acordo com a Planta de Zonamento do PUQC, o estabelecimento de ensino não estaria ladeado por vivendas e não originaria um beco.

As habitações convertidas em edifícios destinados apenas ao comércio e serviços constituem uma forma de reabilitação de imóveis que apresentavam alguma degradação. Regra geral, são adquiridos a um preço inferior ao de mercado e são alvo de remodelações (ainda que não alterem a estrutura interior e exterior original) (Figuras 65 e 66).



Figura 65 – Habitação convertida em espaço de serviços na Rua da Fraternidade (2011).

Fonte: Autor



Figura 66 – Habitação convertida em espaço de serviços na Avenida Principal (2004), entretanto demolida pelos mesmos empresários com vista a reconstrução de um novo edifício, para a mesma actividade.

Fonte: Autor

Os edifícios de comércio e serviços construídos pelos próprios empresários são, no contexto, um sucesso, uma vez que correspondem às reais necessidades da sua actividade. Além do mais, quem o faz já tem um nome consolidado e capacidade de investimento, que lhe permite intervir, sempre que necessário, no edifício. Edifícios deste tipo ainda são poucos, mas no último ano surgiram dois grandes investimentos (uma clínica médica e uma farmácia, ambas implantadas na Quinta do Conde há vários anos). Em comum, estes três projectos gozam de uma óptima localização e acessibilidade (Figuras 67 e 68).



Figura 67 – Edifício a ser construído para serviços na Avenida Principal (2011) (para substituir o edifício da Figura 65).

Fonte: Autor



Figura 68 – Ginásio construído em 2008 na Rua Luís de Camões (2011).

Fonte: Autor

Por fim, há edifícios de comércio e serviços construídos por terceiros, mas que não respondem às reais necessidades do mercado. Não há muitos edifícios como estes, mas os que existem são, regra geral, um insucesso e estão vazios. A localização, a má inserção urbana e na rede de transportes, a ausência ou insuficiência de estacionamento, o custo do aluguer/compra e o (pretensão) conceito de modernidade deste tipo de estabelecimentos são os principais entraves ao seu sucesso (Figuras 69 e 70).



Figura 69 – Exemplo bem sucedido de edifício construído exclusivamente para serviços, na Avenida Cova dos Vidros (2011)²⁴.

Fonte: Autor



Figura 70 – Mau exemplo de edifício construído exclusivamente para serviços, na Rua da Harmonia (2011).

Fonte: Autor

6.2.2. Requalificação de antigos armazéns e lojas

As habitações da primeira vaga tinham, regra geral, no piso térreo um espaço amplo, que podia ser usado como loja, armazém ou garagem.

Hoje, grande parte destas habitações é ocupada por pessoas idosas (os mesmos que as construíram/compraram), que não têm necessidade de utilizar o espaço para os propósitos iniciais. Reticentes em alugar estes espaços, até porque muitas vezes têm ligação directa com a habitação, e sem capacidade para investirem na sua requalificação, torna-se difícil definir que tipo de espaços é este e que função cumpre na actualidade (habitação, garagem, armazém ou loja).

Do exterior, estes antigos espaços de comércio e lazer apresentam algumas singularidades – uma fachada associada sobretudo ao comércio (umas vezes mais próxima do conceito de loja, outras de armazéns, ainda que também existam alguns espaços que pro-

²⁴ Este edifício, com uso exclusivo para comércio e serviços, foi construído por terceiros, mas tinha a instalação da clínica médica, que ocupava todo o piso inferior. No piso superior, havia duas fracções, mas apenas uma estava ocupada.

movam essa dupla valência no mesmo edifício), que se mistura com elementos de decoração habitacional. Nalguns casos, em que é possível ver o interior do espaço, pode observar-se que se guardam nestes espaços automóveis e/ou moveis (Figuras 71 e 72).



Figura 71 – Antiga loja (esquerda) e armazém (direita) no piso térreo, na Rua Almeida Garrett (2011).
Fonte: Autor



Figura 72 – Armazém no piso térreo, integrado na fachada habitacional, na Rua Duarte Pacheco (2011).
Fonte: Autor

Esta situação configura, mais uma vez, um problema de difícil resolução. Grande parte destes espaços não têm hoje mercado (sobretudo os armazéns), nem apresentam uma localização urbana favorável ao comércio e aos serviços, o que condiciona à partida o investimento na sua requalificação. Desta forma, o futuro destes espaços será muito similar ao presente, sendo apenas expectáveis mudanças de uso quando os imóveis sofrerem obras de remodelação profundas ou forem demolidos.

6.2.3. Espaços comerciais em edifícios plurifamiliares

A construção desenfreada que ocorreu entre 1995 e 2005 intensificou a construção em altura, muitas vezes no meio de habitações unifamiliares de piso térreo. Nesses prédios surgiram muitas lojas no rés-do-chão (Figuras 73 e 74).



Figura 73 – Loja para venda no piso inferior de um edifício plurifamiliar na Rua Virgílio Preto (2011).

Fonte: Autor



Figura 74 – Lojas para venda no piso inferior de um edifício plurifamiliar na Rua Damião de Góis (2011).

Fonte: Autor

Para o promotor imobiliário, as lojas no rés-do-chão representam um bom negócio, pois têm menores custos de construção e o preço final é superior ao de uma habitação. Após a sua venda, caso as lojas não obtenham sucesso, o problema não é do promotor, mas sim de quem fez o investimento, que não obtém o rendimento esperado.

Todavia, do ponto de vista urbanístico, estas práticas conduziram a um problema grave e sem resolução à vista – criaram-se espaços que não têm mercado e, por isso, estão vazios e, num futuro próximo, manter-se-ão assim, dado que será difícil requalificá-los, por várias razões (inviabilidade financeira, área reduzidas, localização inadequada, por exemplo). Em teoria, uma solução possível poderia ser a dispersão de serviços da administração local, mas na prática tal não é exequível, uma vez que os serviços estão centralizados no edifício do Mercado Municipal, construído de origem para esta função e, muito possivelmente, também não teriam a estrutura adequada nem a área necessária para a sua implantação. E, do ponto de vista do utilizador, a hipótese da dispersão também não seria vantajosa.

Regra geral, as lojas em edifícios plurifamiliares que estão localizados junto às principais avenidas estão ocupadas. Todas as outras estão vazias e sem perspectivas de abrirem ou voltarem a abrir. As principais excepções são as Ruas João de Barros, Damião de Góis, Manuel de Arriaga e Serra da Arrábida. As primeiras duas constituem uma excepção porque têm actividades comerciais estáveis e consolidadas (ainda que haja um significativo número de lojas fechadas), as restantes porque beneficiam das paragens dos autocarros da SulFertagus e da proximidade ao Mercado Municipal.

6.3 CONDICIONANTES DA ESTRUTURA EMPRESARIAL

A estrutura empresarial da Quinta do Conde não é muito envelhecida. Tem, contudo, algumas características que importa atender, como o défice de qualificações dos empresários e o facto de disporem pouco capital para investir.

Estas duas características, em conjunto com outras, fazem com que as actividades desenvolvidas não tenham uma estratégia subjacente a curto, médio e longo prazo, o que culmina em alguns problemas urbanos (p.e., excesso de oferta da mesma actividade num determinado perímetro da vila, pouca capacidade económica para investir e marcar a diferença ou encerramentos prematuros de lojas por falta de rentabilidade imediata), o que acaba por dar alguma instabilidade aos eixos comerciais e haver uma grande diversificação de actividades nos mesmos lotes, em pequenos intervalos de tempo.

Para se ter uma ideia, entre o momento inicial do levantamento funcional (Maio de 2010) e a sua posterior revisão (Janeiro de 2011), cerca de 10% dos estabelecimentos mudaram de actividade ou proprietário.

Uma das razões que poderá estar na génese de tanta mudança é a concentração espacial das actividades económicas. Como foi defendido no capítulo 3, a concentração física de lojas com oferta semelhante faz sentido numa lógica de maior concentração económica, em que as empresas têm uma grande dimensão empresarial e uma base financeira sólida. A uma escala local, dominada por pequenas e médias empresas, estas práticas, podendo existir, rapidamente atingem um limiar em que se assiste à cessação de actividade de uma ou mais lojas, uma vez que a divisão de clientes acaba por tornar os vários projectos empresariais inviáveis.

A falta de capitais e de visão empresarial condiciona ainda a paisagem do aglomerado urbano, uma vez que os elementos acessórios, como os toldos, os reclusos luminosos e a decoração da montra, evidenciam muito amadorismo.

Assim, podemos ver na Quinta do Conde vários estabelecimentos em que se nota claramente que aproveitaram os elementos acessórios das anteriores gerências, alterando a designação comercial do estabelecimento e os contactos, sem que haja coerência estética entre a versão inicial e a final do elemento. Com menor frequência é também possível ver decorações de montras com materiais manuais (p.e., cartolinas ou toalhas de mesa descartáveis com os respectivos dizeres, alguns dos quais com erros ortográficos).

6.4. O PAPEL DA CMS

O PDM de Sesimbra identifica apenas duas áreas com vocação para o comércio e serviços: o Espaço H9 (área central da Quinta do Conde)²⁵ e o Espaço residencial H6²⁶.

O PUQC acrescenta que *“Em termos de organização do aglomerado, o P.D.M. pretende criar uma área central (Espaço H9), relativamente à Quinta do Conde e áreas envolventes. Internamente visará substituir algumas das centralidades da Avenida Principal, embora esta tenda a manter a sua vocação de eixo comercial. Externamente, permitirá estabelecer relações mais fortes com o Pinhal do General do concelho do Seixal e com o Casal do Sapo. É em torno desta área central que se concentrarão importantes equipamentos, como o novo mercado municipal, bem como a maior densidade de habitação e serviços.”* (CMS, 2006a:13)

Ainda assim, importa referir que o PUQC não quantifica as áreas dos espaços destinados ao comércio e serviços em solo urbanizado e ao comércio e serviços em solo cuja urbanização seja possível programar.

No Relatório de Fundamentação da revisão do PDM, há dois grandes objectivos particularmente importantes no contexto desta investigação: (i) a aferição de regras e de conceitos urbanísticos²⁷; e (ii) o modo de implementar equipamentos fundamentais (privados ou públicos)²⁸. Todavia, há, em todo o documento, uma clara omissão em relação às questões relacionadas com o comércio e serviços, bem como a interligação entre estas actividades económicas e o planeamento, o ordenamento e a gestão do território.

Para além das competências de gestão do território, o executivo municipal criou, em 1998, uma estrutura que apoia os agentes económicos. O Gabinete de Apoio ao

²⁵ De acordo com o PDM de Sesimbra (Artigo 96.^a, 1.), *“Espaço H9 (área central da Quinta do Conde): a) Área: 3 ha; b) Programa: grande praça, de características acentuadamente urbanas, de área não inferior a 1 ha; conjunto edificado destinado a serviços, comércio e habitação, atingindo altura suficientemente elevada para ser visível de toda a Quinta do Conde; c) STP [Superfície total de pavimento]: 3 ha, dos quais pelo menos um terço deverá ser destinado a comércio e serviços; d) Estacionamento: conforme n.º 4 do artigo 103.”*

²⁶ De acordo com o PDM de Sesimbra (Artigo 96.^a, 2.), *“Espaço residencial H6: a) Área: 35,80 ha; b) Índice de construção: <1,3; c) A STP destinada a habitação não poderá exceder 80% do total, devendo a restante destinar-se a comércio, serviços ou hotelaria; d) Número máximo de pisos: seis; e) Estacionamento: conforme n.º 4 do artigo 103.”*

²⁷ *“Apesar do actual PDM se ter mostrado genericamente eficaz em termos da aplicação dos seus parâmetros urbanísticos, a revisão do PDM é uma oportunidade para reflectir e eventualmente melhorar alguns parâmetros aplicáveis ao território em geral e aos espaços urbano – urbanizáveis e de transição em particular, ou sobre conceitos como o de população radicada.”* (CMS, 2006b:34)

²⁸ *“Apesar dos novos equipamentos criados, o aumento da procura e os novos cenários de colaboração entre público e privado permitem hoje encarar novos modelos de construção e de gestão que não se encontravam tão explorados quando a primeira versão do PDM de Sesimbra foi elaborada.”* (CMS, 2006b:33)

Empresário (GAE) tem assim como missão aconselhar os empresários do concelho no que concerne aos licenciamentos, financiamentos (p.e., Programa FINICIA), iniciativas (p.e., Incentivos à Modernização do Comércio (MODCOM)), candidaturas QREN (p.e., Projectos de Novos Bens e Serviços/Novos Processos e Expansão) e formação profissional (p.e., Formação de Executivos - Como Vencer uma Negociação Corporativa Complexa). Esta unidade promove ainda campanhas sazonais de incentivo à compra no comércio local, como, por exemplo, no Natal.

Grande parte das acções promovidas pelo GAE, exceptuando a formação, é pouco conhecida e desenvolvida na Quinta do Conde. Não há, por exemplo, conhecimento de intervenções que tenham sido feitas com intervenções através dos fundos do UrbCom e do MOD-COM (as poucas acções levadas a cabo com estes programas foram realizadas na freguesia de Santiago).

Em síntese, o espaço urbano da Quinta do Conde condiciona, em parte, o desenvolvimento das actividades económicas devido a constrangimentos da rede viária, insuficiência das bolsas de estacionamento, dispersão geográfica de estabelecimentos de comércio e serviços, bem como de equipamentos sociais (sem capacidade para dar resposta às necessidades da população) e dificuldade em colocar alguns estabelecimentos no mercado (p.e., armazéns antigos em rés-do-chão, lojas em edifícios plurifamiliares localizados longe dos principais eixos de comércio e serviços e edifícios exclusivamente construídos por terceiros).

Ainda assim, se atendermos à génese ilegal do território, é possível concluir que os problemas poderiam ser mais profundos e de resolução mais difícil. A entrada do Modelo e do Plus criou uma das centralidades mais importantes da vila (Urbanização Cova dos Vidros) e que a implantação do Lidl ajudou a consolidar (designadamente, por suportar parte dos curtos do Parque da Vila, um dos equipamentos de recreio e lazer mais relevantes do concelho de Sesimbra). Com menor importância, a rota dos autocarros da SulFertagus aumentou a importância de dois eixos de comércio e serviços (Rua Manuel de Arriaga e Rua Serra da Arrábida).

Mas a entrada destas insígnias também permitiu ver que a estrutura empresarial apresenta algumas debilidades, o que culminou no encerramento de estabelecimentos mais antigos, que não se souberam modernizar e adaptar à nova realidade. Todavia, actualmente, também é possível ver que os empresários não têm recursos para fazer investimentos avul-

tados, o que a somar à falta de visão estratégica, más escolhas de localização e expectativas de retorno imediato, culmina em encerramentos precoces de lojas e origina instabilidade nos eixos de comércio e serviços.

Ao executivo municipal caberá dinamizar mais as actividades económicas (p.e., apostar em actividades lúdicas e recreativas em espaços de comércio e serviços, como no Largo do Mercado) e dar maior importância às áreas terciárias, nomeadamente, através da incorporação de acções a executar nos instrumentos de gestão territorial.

“É certo que durante estes trinta anos houve opções polémicas, ritmos inconstantes e erros, muitos erros. Mesmo assim, tudo somado, o balanço é francamente animador. (...) Sem ocultar que há reivindicações justas dos residentes, que não podem eternamente ser ignoradas pelos governos da nação (...), não há a mínima dúvida que as transformações operadas nestas três décadas proporcionam um nível razoável de qualidade de vida aos habitantes da Quinta do Conde.”

Vítor Antunes²⁹ (2009)

7. CONCLUSÕES

As AUGI foram (e ainda são) um problema que marcou o desenvolvimento das Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto, num momento conjuntural específico. Há uma enorme diversidade de AUGI, o que nos permite afirmar que cada AUGI é uma realidade diferente e que devemos analisá-las sem preconceitos, dado que a origem clandestina não é necessariamente sinónimo de má qualidade do espaço urbano.

O surgimento das AUGI, como o de qualquer aglomerado urbano, levou a implantação de estabelecimentos de comércio e de serviços, que fornecem bens e prestam serviços à população. A localização das AUGI contribuiu para a expansão das periferias urbanas e com esta crescente suburbanização surgiram mudanças no estilo de vida dos indivíduos (que originam novos padrões de consumo), nos agentes económicos (que se adaptam às necessidades dos novos consumidores) e na sociedade (p.e., o desenvolvimento e a democratização das tecnologias de informação e comunicação, com todos os impactos que isso teve do lado dos consumidores e dos agentes económicos).

Desta forma, foram surgindo (e adaptando-se) várias formas de comércio e serviços (feiras, mercearias, supermercados, hipermercados, lojas de *discount*, centros comerciais, *franchising*, equipamentos colectivos, parques empresariais, de escritórios e de tecnologia e plataformas logísticas), com *modus operandis* e critérios de localização bastante específicos.

A Península de Setúbal, desde a década de 60, tem vindo a aumentar a sua população e surgiram novos aglomerados urbanos, alguns dos quais com origem ilegal, entre os quais a área estudada.

²⁹ Blogue “Quinta do Conde”.

A Quinta do Conde não é um mau exemplo de AUGI. É, aliás, nalguns aspectos um exemplo com aspectos positivos, atendendo à época e ao contexto em que surgiu (p.e., na sua estruturação e hierarquização do sistema urbano, com um traçado ortogonal, e na própria evolução da ocupação do território, gerida nas primeiras décadas de loteamento por António Xavier de Lima).

O comércio e os serviços da Quinta do Conde foram evoluindo de um carácter familiar e pouco profissional para uma crescente profissionalização e especialização, que se consubstanciava em Janeiro de 2011, em 998 estabelecimentos (70,8% abertos ao públicos, os restantes estão vagos), presentes em 147 ruas e com uma enorme diversidade de inserções urbanas (p.e., loja, escritório, habitação unifamiliar (parcial ou totalmente), habitação bifamiliar (parcial ou totalmente), habitação plurifamiliar (parcialmente), garagem e sótão).

A evolução do comércio e dos serviços nas últimas décadas levou, por um lado, ao encerramento de lojas, à modernização de alguns ramos de actividade e mudança de actividade de alguns empresários, e, por outro lado, à criação de novas centralidades, sendo a Urbanização da Cova dos Vidros o melhor exemplo (neste caso, a implantação do Continente Modelo, do Pingo Doce (então Modelo e Plus, respectivamente) e do Lidl tiveram uma grande influência).

Contudo, o comércio e os serviços enfrentam algumas condicionantes que urge ultrapassar ou, pelo menos, melhorar: (i) a rede viária, reorganizada no início desta década com o objectivo de fluir melhor o trânsito, mas que ainda é problemática nalguns pontos da vila; (ii) a insuficiência de bolsas de estacionamento; (iii) a integração deficitária entre espaços pedonais e espaços de comércio e de serviços; (iv) a não articulação entre espaços de recreio e lazer e os espaços de comércio e serviços; (v) a criação desenfreada de espaços destinados ao comércio e aos serviços no auge da construção na Quinta do Conde (década de 90) que não têm mercado e, por isso, estão (e estarão) sem ocupação; (vi) a ausência de capital para investir e de visão estratégica dos empresários quintacondenses; (vii) o excesso de centros comerciais na envolvência, havendo a possibilidade de surgir outro (Quinta do Conde Retail Park), sem que se saiba se há mercado que justifique/viabilize a sua construção.

À CMS, como entidade responsável pela gestão do território, cabe promover uma estratégia de dinamização do comércio e dos serviços quintacondenses, que terá de passar inevitavelmente pela parceria entre a administração local e os empresários, bem como a

articulação dos espaços de comércio e de serviços com os espaços de recreio e lazer. Para tal, os instrumentos de gestão territorial terão também de reflectir propostas.

7.1 O ESTUDO

Uma investigação desta natureza pressupõe alguma dinâmica durante a sua realização e é quase impossível concluí-la fiel ao plano inicial, quer pelo aumento de conhecimento conferido pela bibliografia, quer pelo conhecimento adquirido *in loco*.

O levantamento funcional foi surpreendente no elevado número de espaços de comércio e serviços que foram contabilizados, condicionando a evolução do estudo, dada a dificuldade em concluir esta tarefa. Ainda assim, a sua realização foi de primordial importância para conhecer a realidade da Quinta do Conde.

Infelizmente, não foi possível obter todas as informações que pretendia e que podiam contribuir para um maior conhecimento da Quinta do Conde (p.e., aferir os estabelecimentos de comércio e serviços legalizados pela CMS e obter mais recursos fotográficos históricos da Quinta do Conde), a evolução de passageiros do serviço Fertagus, com partida e destino à estação de Coima.

O balanço final da realização desta dissertação é francamente positivo, cumprindo alguns objectivos que tinha definido previamente, como estudar a área da Quinta do Conde, focar-me no estudo de Comércio e Serviços, utilizar SIG (ainda que a sua aplicação pudesse ser mais potenciada) e apresentar uma investigação com alguma originalidade temática (relacionar as particularidades da evolução urbana e das actividades económicas numa AUGI).

7.2 PERSPECTIVAS FUTURAS

Em futuras investigações, há várias questões que poderão ser estudadas. Desde logo, a problemática das AUGI pode (e deve) ser estudada por prismas menos convencionais, uma vez que há mais pontos de interesse além dos problemas urbanos, da reconversão urbanística e do enquadramento legal (seja a nível de legislação ou de planos municipais).

Ao nível do comércio e dos serviços há uma enorme diversidade de estudos, mas estão muito centrados nos espaços urbanos e nos espaços rurais. Ainda que não seja fácil

sintetizar as múltiplas dinâmicas dos espaços suburbanos, é uma área que constitui um enorme desafio para qualquer investigador.

Em relação à área geográfica estudada, é bastante importante produzir mais literatura sobre a Quinta do Conde, uma vez que a existente é escassa e, enquanto AUGI, constitui um caso paradigmática não só quanto à sua origem, mas também no que se refere ao seu processo de reconversão. Para que a história da freguesia não se perca, é importante que haja mais estudos publicados sobre a área geográfica e, para o efeito, poderá haver mais incentivos da administração local para a sua realização.

Com a conclusão deste estudo é inevitável reflectir sobre novas investigações que poderiam surgir a partir dela, nomeadamente: (i) aferir as mutações que o comércio e os serviços sofrem ao longo dos anos, com a realização periódica de levantamentos funcionais; (ii) a integração das actividades económicas num SIG Municipal, o que permitiria à autarquia ter um maior conhecimento da realidade das actividades económicas desenvolvidas na área de estudo, bem como obter maior eficiência na gestão dos seus processos; e (iii) analisar a importância dada às actividades económicas no novo PDM e a consequente execução.

Por fim, importa referir que a curto prazo seria interessante fazer uma revisão do estado de arte, com dados estatísticos mais recentes, nomeadamente, os dos Censos de 2011.

8. BIBLIOGRAFIA

- ALVES, Carla (2008), *Áreas Urbanas de Génese Ilegal - Perfis Socio-Demográficos e Modelos de Reconversão*, Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior Técnico (dissertação de mestrado), disponível na Internet.
- ALVES, Teresa (2005), *Geografia dos Serviços: Reestruturação Produtiva e Inovação Social*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- ANTUNES, Vítor (2000), “Ecos do Passado” in *Jornal A Voz da Quinta do Conde* (n.º1), Quinta do Conde, edição própria.
- ARRABAÇA, Pedro (2002), *Formas urbanas na cidade construída: Agualva-Cacém, 1953-2001*, Lisboa, Universidade de Lisboa, Faculdade de Letras (dissertação de mestrado).
- ASSOCIAÇÃO DE MUNICÍPIOS DO DISTRITO DE SETÚBAL (2004a), *Plano Estratégico para o Desenvolvimento da Península de Setúbal – PLANO - Versão Final*, Setúbal, edição própria, disponível na Internet.
- ASSOCIAÇÃO DE MUNICÍPIOS DO DISTRITO DE SETÚBAL (2004b), *Plano Estratégico para o Desenvolvimento da Península de Setúbal – PLANO – Versão Síntese*, Setúbal, edição própria, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1977), “Bairros clandestinos na periferia de Lisboa” in *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, N.º 12, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1983), *Mercado de Habitação e Estrutura Urbana na Área Suburbana de Lisboa*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1989), “Novas formas de comércio” in *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, N.º 48, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1992), *A Cidade em Portugal. Uma Geografia Urbana*, Porto, Edições Afrontamento.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1994), “Novos produtos imobiliários e reestruturação urbana” in *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, N.º 29, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, disponível na Internet.

- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1996a), “O consumo como motor de reestruturação urbana”, in IEG ed. *Dinamismos sócio-económicos e (re)organização territorial: processos de urbanização e de reestruturação produtiva*, IEG/FLC, Coimbra, pp.435-452.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1996b), *Do Comércio à Distribuição. Roteiro de uma mudança*, Celta Editora, Oeiras.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1997), “Lisboa: metrópole policêntrica e fragmentada” in *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, N.º 32, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1998a), “Cidade pós-moderna: espaço fragmentado” in *Inforgo* 12/13, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1998b), “Comércio e Cidade” in *Economia e Prospectiva* (volume 2), N.º 1.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (1999), “Ainda em torno da fragmentação do espaço urbano” in *Inforgo* 14, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2000), “Fragmentação e exclusão nas metrópoles” in *Sociedade e Território*, N.º 30
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2001), *Lisboa, Periferia e Centralidades*, Oeiras, Celta Editora.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2002a), *Desenvolvimento Urbano de Lisboa*, Lisboa, Estudos INE, disponível na Internet.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2002b), “Espacialidades e temporalidades nas áreas urbanas” in *Olhares sobre o território e a espacialidade*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2005a), “A Cidade como espaço de vida e lugar de produção” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Sociedade, paisagens e cidades* (volume 2), Lisboa, Círculo de Leitores.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (2005b), “Cidade e Sistema Urbano” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Sociedade, paisagens e cidades* (volume 2), Lisboa, Círculo de Leitores.
- CACHINHO, Herculano (1992), “O Comércio a retalho na Área Metropolitana de Lisboa: patologias e potencialidades de um sector em mutação” in *Sociedade e Território*, N.º 17, pp. 26-37.

- CACHINHO, Herculano (1994), “O Comércio a retalho na cidade de Lisboa: Reestruturação económica e dinâmicas territoriais” in *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, N.º 57, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, disponível na Internet.
- CACHINHO, Herculano (1999), *O Comércio Retalhista Português na (Pós-)modernidade: sociedade, consumidores e espaço*, Lisboa, Universidade de Lisboa, Faculdade de Letras (dissertação de doutoramento).
- CACHINHO, Herculano (2002), “Comércio e cidade: dinâmicas espaciais e modelos de interpretação” in *Olhares sobre o território e a espacialidade*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- CACHINHO, Herculano (2006), “O comércio retalhista: da oferta de bens às experiências de vida” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Actividades económicas e espaço geográfico* (volume 3), Lisboa, Círculo de Leitores.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SESIMBRA (2006a), *Plano de Urbanização da Quinta do Conde – Relatório – Versão Final*, Sesimbra, edição própria, disponível na Internet.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SESIMBRA (2006b), *Revisão do PDM — Município de Sesimbra*, Sesimbra, edição própria, disponível na Internet.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SESIMBRA (2006c), *Carta Educativa do Concelho de Sesimbra*, Sesimbra, edição própria, disponível na Internet.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SESIMBRA (2008), *Plano de Desenvolvimento Social do Concelho de Sesimbra (2008-2010) – Plano de Acção Anual (2008)*, Sesimbra, edição própria, disponível na Internet.
- CARVALHO, João António (2006), *Gestão de Centros Comerciais*, Lisboa, Vida Económica.
- CAVACO, Carminda (2000) (dir.), *Comércio retalhista em contexto rural* (volume 1), Lisboa, Observatório do Comércio, disponível na Internet.
- CISED TERRITÓRIO (2004), *Plano de Acessibilidades para o Concelho de Sesimbra – Relatório Final*, Lisboa, edição própria, disponível na Internet
- COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO (2001a), *PROT-AML Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa - Programa de Execução, Meios e Fontes de Financiamento*, Lisboa, edição própria, disponível na Internet.

- COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO (2001b), *PROT-AML Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa - Estudos de Fundamentação Técnica*, Lisboa, edição própria, disponível na Internet.
- COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DA REGIÃO DE LISBOA E VALE DO TEJO (2002), *PROT-AML Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa - Versão Aprovada*, Lisboa, edição própria, disponível na Internet.
- COSTA, David (2008), *As Áreas Urbanas de Génese Ilegal - Contributos para um modelo de avaliação de desempenho urbanístico*, Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior Técnico (dissertação de mestrado), disponível na Internet.
- DAVEAU, Suzanne (2005), *Portugal Geográfico*, Lisboa, Edições José Sá da Costa.
- DAVID, Nuno (2002), *Os espaços abertos públicos da Quinta do Conde*, Évora, edição própria (dissertação de licenciatura).
- DESSE, Rene-Paul (2001), *Le nouveau commerce urbain*, Rennes, Preses Universitaires de Rennes.
- DIRECÇÃO GERAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO E DESENVOLVIMENTO URBANO (2005), *Vocabulário de termos e conceitos do ordenamento do território*, Lisboa, edição própria.
- FERRÃO, João (1991) (dir.), *Terciarização e território: Serviços às empresas, Modernização industrial e Desenvolvimento Regional*, Lisboa, Universidade de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.
- FERRÃO, João (1992), *Serviços e Inovação. Novos Caminhos para o Desenvolvimento Regional*, Oeiras, Celta Editores.
- FERRÃO, João (2002) (dir.), *As Regiões Metropolitanas Portuguesas no Contexto Ibérico*, Lisboa, DGOTDU.
- FERRÃO, João e Vala, Francisco (2001), *Delimitação das Aglomerações Metropolitanas de Lisboa e Porto com base no Critério de Continuidade de Espaço Construído*, Lisboa, edição própria.
- FERREIRA, António Fonseca (1984), “Crise do Alojamento e Construção Clandestina em Portugal” in *Sociedade e Território*, N.º 1, Porto, Edições Afrontamento.
- FERREIRA, Maria Júlia (1997), *Setúbal, a cidade e o território: o papel regional e os efeitos da metropolização*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (dissertação de doutoramento).

- FERREIRA, Maria Júlia (2008), *Os novos lugares e a construção de identidades: o caso da Península de Setúbal* (versão provisória), Lisboa, edição própria, não publicada.
- GASPAR, Jorge (1972), *Estudo Geográfico das Aglomerações Urbanas em Portugal Continental*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- GASPAR, Jorge (1980), *Urban Growth Trends in Portugal*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.
- GASPAR, Jorge; SIMÕES, José Manuel (2006a), “Planeamento e Desenvolvimento” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Planeamento e Ordenamento do Território* (volume 4), Lisboa, Círculo de Leitores.
- GASPAR, Jorge; SIMÕES, José Manuel; BARROSO, Sérgio (2006b), “Expansão, reabilitação e renovação urbana: lições da experiência” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Planeamento e Ordenamento do Território* (volume 4), Lisboa, Círculo de Leitores.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2003), *XIV Recenseamento Geral da População/IV Recenseamento Geral da Habitação – Dados comparativos 1991-2001* (CD-ROM), Lisboa, edição própria.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2004), *Tipologia Sócio-Económica da Área Metropolitana de Lisboa* (CD-ROM), Lisboa, edição própria.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2006), *O país em números – Edição 2006*, Versão 3.0 (CD-ROM), Lisboa, edição própria.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2008), *O país em números – Edição 2008*, Versão 3.0 (CD-ROM), Lisboa, edição própria.
- MARQUES DA COSTA, Eduarda; GASPAR, Jorge; SIMÕES, José Manuel; BARROSO, Sérgio (2006), “Administração e Infra-estruturação do território ” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Planeamento e Ordenamento do Território* (volume 4), Lisboa, Círculo de Leitores.
- MARQUES, António (2009), “A construção da dignidade” in *Jornal Fórum da Quinta do Conde*, N.º 101, Quinta do Conde, edição própria.
- MARQUES, Teresa Sá (2004), *Portugal na transição do século – retratos e dinâmicas territoriais*, Lisboa, Edições Afrontamento.

- MATOS, Fátima Loureiro (1989) – “Breve análise da construção clandestina - O caso do concelho de Vila Nova de Gaia” in *Revista da Faculdade de Letras – Geografia*, Porto, edição própria.
- MATOS, Fátima Loureiro (1990) – “A construção clandestina em Vila Nova de Gaia - O caso dos bairros do Picão e da Madalena Nascente” in *Revista da Faculdade de Letras – Geografia*, Porto, edição própria.
- MATOS, Fátima Loureiro (2001) – *A habitação no grande Porto: uma perspectiva geográfica da evolução do mercado e da qualidade habitacional desde finais do séc. XIX até ao final do milénio*, Porto, Edição Universidade do Porto, Faculdade de Letras.
- MEDEIROS, Carlos Alberto (2000), *Geografia de Portugal – Ambiente Natural e Ocupação – uma introdução*, Lisboa, Editorial Estampa.
- MERENNE-SCHOUMAKER, Bernadette (1996), *La localisation des services*, Nathan.
- MERENNE-SCHOUMAKER, Bernadette (2003), *Géographie ds Services et des Commerces*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- METTON, Alain (1980), *Le commerce et la ville en banlieue parisienne: petits commerces, marchés, grandes surfaces et centres commerciaux*, Courbevoie.
- METTON, Alain (1991), “Les comportements d’achat en centres-villes et périphéries des grandes agglomérations françaises” in *Bulletin de l’Association de Géographes Français* (volume 68), N.º 2.
- METTON, Alain (1993), “Commerce et aménagement : un problème délicat” in *Bulletin de l’Association de Géographes Français* (volume 70), N.º 3.
- OLIVEIRA, Cristina; RODRIGUES, Duarte (2001), *Mobilidade e Território da Região de Lisboa e Vale do Tejo: Pistas para uma Análise Integrada*, Lisboa, Estudos INE, disponível na Internet.
- PEIXOTO, P. (1995), “A sedução do consumo. As novas superfícies comerciais urbanas: um estudo de caso” in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, N.º 43, pp. 147-170.
- PEREIRA, Margarida (1999), “Novas dinâmicas de organização comercial: Reflexões para uma estratégia de actuação integrada”, *Comércio e Concorrência*, n.º3, pp. 97-107.
- PEREIRA, Margarida (Ed.) (2001), *Actas do Seminário Território e Administração Gestão de Grandes Áreas Urbanas*, Lisboa, CEGPR/CEG/CESUR/LNEC.

- PEREIRA, Margarida; NUNES DA SILVA, Fernando (2008), “Modelos de ordenamento em confronto na Área Metropolitana de Lisboa” in *Cadernos Metrópole*, N.º 20.
- PEREIRA, Margarida; TEIXEIRA, José Afonso (1990), “A Franquia na Distribuição em Portugal. Contributo para uma Caracterização”, in *Conhecer o Comércio e o Consumo*, N. 10, Lisboa, Câmara Municipal de Sesimbra.
- PEREIRA, Margarida; TEIXEIRA, José Afonso (2002), “Shopping Centres in Portugal – Dynamics of a success story”, in *Portuguese Shopping Centers Yearbook 2002/2003*, Lisboa, Portuguese Council of Shopping Centers.
- PEREIRA, Margarida; TEIXEIRA, José Afonso (2008), “Centros Comerciais em Portugal – (re)posicionamento estratégico dos actores”, in *Anuário Centros Comerciais 2007*, Lisboa, Associação Portuguesa de Centros Comerciais.
- PIRES SOARES, Nuno (2005), “Uma população que se urbaniza” in Raquel Soeiro de Brito (dir.) *Atlas de Portugal*, Lisboa, Instituto Geográfico Português.
- PORTAS, Nuno; DOMINGUES, Álvaro; CABRAL, João (2007), *Políticas urbanas – tendências, estratégias e oportunidades*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- REIS, António (2007) (dir.), *Retrato de Portugal – Factos e Acontecimentos*, Lisboa, Círculo de Leitores.
- RIBEIRO, José António; FREITAS SANTOS, José (2003) “Localização dos centros comerciais em Portugal: alguma evidência empírica” in *V Encontro de Economistas da Língua Portuguesa*, Recife, Actas da Conferência, disponível na Internet.
- RIO FERNANDES, José (2004a), “A cidade, os municípios e as políticas: o caso do Grande Porto” in *Revista de Sociologia*, N.º 13, Porto, Universidade do Porto, Faculdade de Letras.
- RIO FERNANDES, José (2004b), “A reestruturação do comércio e os tempos da cidade” in *Linha de Terra*, N.º 2, Porto, Universidade Lusíada Editora..
- RIO FERNANDES, José (2005a) “Urbanismo comercial: a experiência portuguesa” in *Revista da Faculdade de Letras – Geografia* (1.ª série, volume 10/11), Porto, Universidade do Porto, Faculdade de Letras.
- RIO FERNANDES, José (2005b), “Villes et stratégies d’aménagement du territoire: le cas de Barcelos (Nord-Ouest de Portugal)” in *Sud-Ouest Européen*, N.º 18, Presses Universitaires du Mirail.

- RIO FERNANDES, José; CACHINHO, Herculano; RIBEIRO, Carlos (2000), *Comércio Tradicional em Contexto Urbano – Dinâmicas de Modernização e Políticas Públicas*, Porto, Observatório do Comércio, disponível na Internet.
- RIO FERNANDES, José; MARQUES, Hélder (2001), “Reestruturação dos territórios: alguns exemplos de dinâmicas recentes” in *Articulations des territoires dans la Péninsule Ibérique*, Bordéus.
- RIPOL, Javier Casares; ARÉVALO, Alfonso Rebollo (1996), *Distribución comercial*, Madrid, Editorial Civitas.
- RODRIGUES, António José (2005), *Loteamentos Ilegais - Áreas Urbanas de Génese Ilegal*, Lisboa, Almedina.
- RODRIGUES, Duarte; VALA, Francisco e MONTEIRO, José (2002), *Áreas de Influência das Cidades de Lisboa e Vale do Tejo*, Lisboa, Estudos INE, disponível na Internet.
- SANTOS, Ana (2008), *Construção urbana de origem ilegal, capital social e percepção de problemas: o caso de Casal de Cambra*, Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (dissertação de mestrado), disponível na Internet.
- SILVA, Ana Alexandrino; VALA, Francisco (2001), *Acessibilidades e Construção na Área Metropolitana de Lisboa, 1991-2001*, Lisboa, Estudos INE, disponível na Internet.
- SILVA, Elisabete A. (2002), *Cenários da Expansão Urbana na Área Metropolitana de Lisboa*, Lisboa, Estudos INE.
- SOEIRO DE BRITO, Raquel (1997) (dir.), *Portugal perfil geográfico*, Lisboa, Referência/Editorial Estampa.
- TEIXEIRA, José Afonso (1996), *O Comércio Alimentar na Área Metropolitana de Lisboa nos Últimos Trinta Anos. Agentes, Estratégias empresariais e padrões de consumo*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (dissertação de doutoramento).
- TEIXEIRA, José Afonso (2006), “Os serviços” in Carlos Alberto Medeiros (dir.) *Geografia de Portugal – Atividades económicas e espaço geográfico* (volume 3), Lisboa, Círculo de Leitores.
- VASCONCELOS, Silvinha P. (2009), *Decisões estratégicas de localização: uma análise para as principais redes de supermercados de Juiz de Fora*, Juiz de Fora, edição própria.

Outras Fontes:

Plano Director Municipal de Sesimbra [PDM; 1.^a alteração; 2.^a alteração; 3.^a alteração; 4.^a alteração], disponível em <http://pdm.sesimbra.pt/index.php?value=vigor>, última consulta em 17/03/2009.

Plano de Urbanização da Quinta do Conde [Plano de Urbanização da Quinta do Conde — Rectificação; Planta Zonamento; Planta Condicionantes], disponível em <http://www.cm-sesimbra.pt/pt/conteudos/areas/urbanismo/documenta%C3%A7%C3%A3o/plano+urbanizacao+quinta+conde.htm?WBCMODE=PresentationUnpublishedloginFO>, última consulta em 17/03/2009.

Sítios da Internet:

Associação Portuguesa de Centros Comerciais (www.apcc.pt)

Câmara Municipal de Sesimbra (www.cm-sesimbra.pt)

Fertagus (www.fertagus.pt)

Instituto de Seguros de Portugal (www.isp.pt)

Instituto Nacional de Estatística (www.ine.pt)

Junta de Freguesia da Quinta do Conde (www.jf-quintadoconde.pt)

Minipreço (www.clubeminipreco.webside.pt)

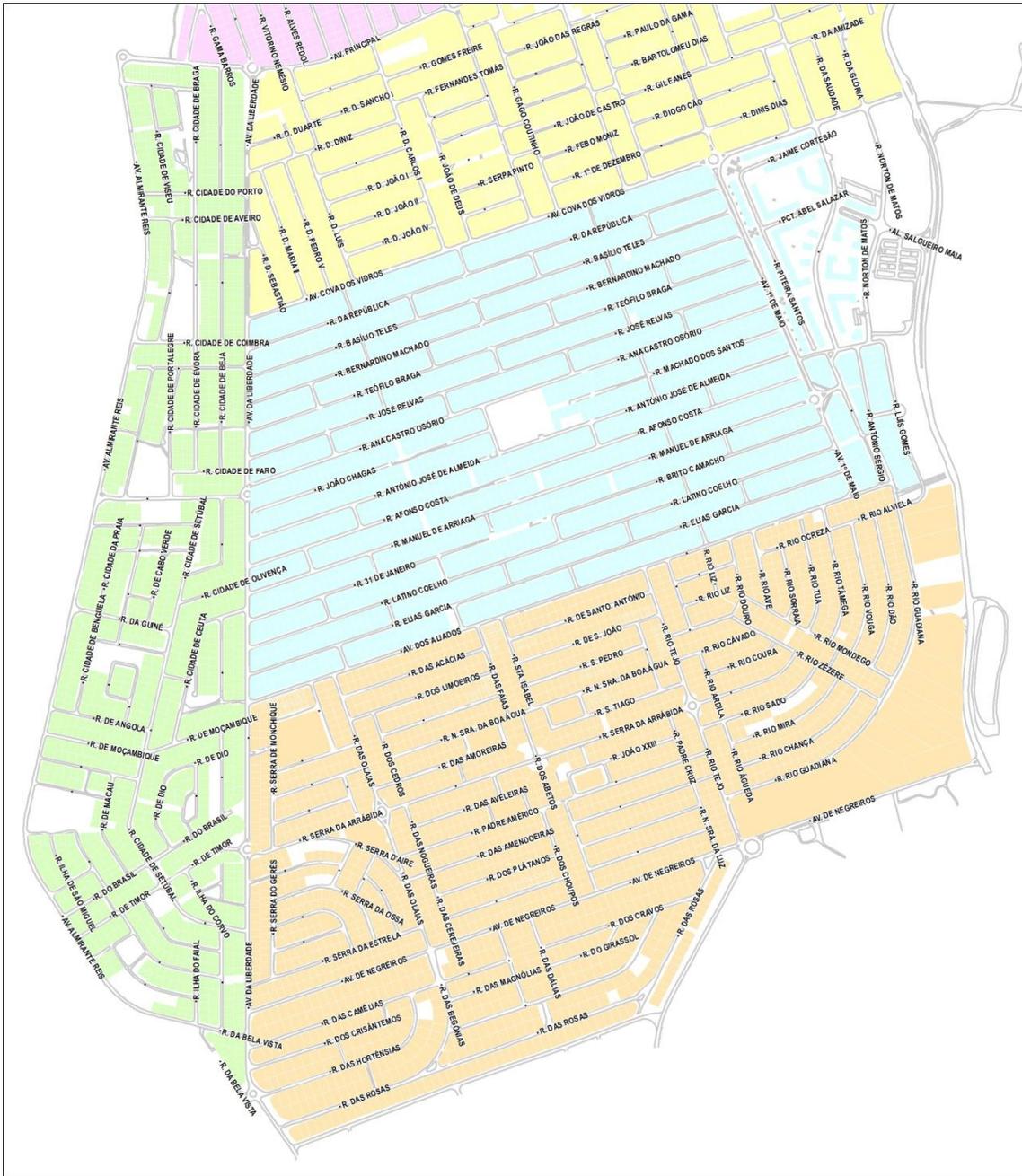
Quinta do Conde (<http://quintadoconde-in.blogspot.com/>)

Quadro 1 – Classificação de actividades de Comércio e Serviços

Fonte: Salgueiro (2002, adaptado)

COMÉRCIO A RETALHO				
<i>a. Produtos Alimentares</i>	<i>b. Artigos Pessoais</i>	<i>c. Equipamentos para o lar</i>	<i>d. Higiene, saúde e beleza</i>	<i>e. Artigos lazer-cultura</i>
01. Hipermercado	13. Vestuário	18. Mobiliário	26. Perfumaria	31. Papelaria, revistas
02. Supermercado	14. Calçado	19. Antiquários	27. Farmácia	32. Livraria
03. mercearia, mini-mercado	15. Retrosaria, tecidos, lã	20. Decoração, artesanato	28. Oculista	33. Discos
04. Fruta, hortaliça	16. Ourivesaria, relojoaria	21. Iluminação	29. Dietéticos e naturais	34. Fotografia
05. Carne	17. Acessórios	22. Electrodomésticos	30. Drogaria	35. Brinquedos
06. Peixe		23. Alta fidelidade		36. Desporto, campismo, caça
07. Pão		24. Utensílios lar		37. Flores, plantas
08. Bebidas		25. Têxtil lar		38. Animais
09. Chocolates, aperitivos				39. Outros ne
10. Café, chá				
11. Comida a peso				
12. Congelados ne				
<i>f. Construção bricolage</i>	<i>g. Equipamentos profissional</i>	<i>h. Combustíveis transportes</i>	<i>i. Comércio não especializados</i>	
40. Ferragens	45. Escritório, informático	51. Combustíveis	55. Grandes armazéns	
41. Vidro, madeira, borracha	46. Instrumentos musicais	52. Auto, moto	56. Bazares, loja 300	
42. Tintas e vernizes	47. Instrumentos científicos	53. Bicicletas		
43. Loijas sanitárias	48. Máquinas profissionais	54. Acessórios auto, pneus		
44. Materiais de construção	49. Eléctrico, electrónico			
	50. Outros equipamentos			
SERVIÇOS				
<i>j. Serviços de reparação</i>	<i>l. Serviços pessoais</i>	<i>m. Recreativos culturais</i>	<i>n. Serviços financeiros</i>	<i>o. Serviços colectividade</i>
57. Calçado	63. Barbearia	70. Lotaria, apostas	78. Bancos	82. Educação
58. Electrodomésticos	64. Cabeleireiro, beleza	71. Agência viagens	79. Seguros	83. Investigação
59. Automóveis	65. Lavandaria	72. Discoteca, pub	80. Imobiliárias	84. Saúde
60. Motos e bicicletas	66. Fotógrafo	73. Sala de jogos	81. Outros ne	85. Administração pública
61. Relógios e joalheria	67. Reprografia	74. Clube de vídeo		86. Advogados, notários
62. Reparações ne	68. Funerária	75. Cinema		87. Associações, sindicatos
	69. Serviços pessoais ne	76. Teatro, museu		88. Comunidades religiosas
		77. Galeria de arte		
<i>p. Alojamento restauração</i>	<i>q. Serviços técnicos</i>			
89. Hotéis	98. Pessoais			
90. Pensões	99. Empresariais			
91. Café, pastelaria	100. Habitacionais			
92. Geladaria				
93. Cervejaria, snack				
94. Taberna, casa de pasto				
95. Restaurante				
96. Comida rápida				
97. Outros ne				

Figura 2B – Mapa detalhado da Quinta do Conde
 Fonte: CMS (2010)



Legenda

- Quinta do Conde 1
- Quinta do Conde 2
- Quinta do Conde 3
- Quinta do Conde 4
- Boa Água
- Rede Viária



Figura 3 – Notícia no *Jornal Sesimbrense*
Fonte: *Jornal Sesimbrense* (1972-12-17)

QUINTA DO CONDE

(À atenção de quem de direito)

Na vasta «Quinta do Conde», ainda no extremo norte-nascente do nosso concelho, o «processo» iniciou-se com a impune destruição da frondosa mata — por abate e por incêndio. Acelerou-se nos últimos meses pelos caótico brotar de construções clandestinas, dos mais diver-

sos «estilos», erguidas em «vastos» lotes de 300 m², lotes cujo preço vai aumentando na proporção em que as construções se vão erguendo.

Ora, apesar de assim ser, há muito que não se vislumbra por aquela vasta área agente fiscalizador que inquiria sobre a «liberdade» que por lá campeia. E dado que já na Imprensa da capital se cognominou de «urbanista» o principal autor de tais monstruosidades, e se elogiou a sua liberalidade, parece que tal liberalidade agraciou aqueles cuja função é impedir tais desmandos.

O que está acontecendo na bela propriedade que foi a velha «Quinta do Conde» é simplesmente uma vergonha! Quem são os responsáveis? Quem tem fechado os olhos ao escândalo patente? Quem permite tal escândalo? Sim, o escândalo existe, e só existe porque alguém o permite. Quem aprovou e licenciou as construções apressadamente erguidas nos últimos meses na Quinta do Conde? Quem responde?

Figura 4 – Notícia no *Distrito de Setúbal*

Fonte: Distrito de Setúbal (1973-11-27)

XAVIER DE LIMA E O ENSINO NA QUINTA DO CONDE

A Quinta do Conde encerra, no seu contexto urbanizado, umas largas centenas e até milhares de residências que se escondem por entre sebes de pinhal quase todo pertencente

ao concelho de Sesimbra e paredes meias com os de Palmela, Seixal e Setúbal.

A referida localidade abrange uma malha desprovida de

(Continua na 7.ª página)

Xavier de Lima e o ensino

(Continuado da 1.ª página)

quaisquer centros escolares uma vez que, ali, apenas vegetavam pinheiros e alguns subarbustos.

Há pouco mais dum ano as construções multiplicaram-se dum modo extraordinário. As crianças, dali, em demanda da escolaridade obrigatória têm de se deslocar, penosa e perigosamente, às escolas circunvizinhas de Fernão Ferro, Brejos do Clérigo e Coia.

Pois Xavier de Lima, o responsável por esta urbanização debruçando-se sobre o problema escolar está a promover a instalação imediata de 2 pavilhões pré-fabricados em local central e de fácil acesso. Todo o material didáctico e mobiliário está já encomendado e será entregue brevemente.

Segundo nos informam tudo isto é feito, exclusivamente, a expensas do sr. Xavier de Lima.

Quadro 2 – Função Principal dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde (informação desagregada)

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

FUNÇÃO PRINCIPAL	QUIN- TA DO CON- DE 1	QUIN- TA DO CON- DE 2	QUIN- TA DO CON- DE 3	QUIN- TA DO CON- DE 4	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	%
PRODUTOS ALIMENTA- RES	12	8	13	3	9	45	5,7%
Supermercado	2	2	2			6	0,8%
Mercaria, minimercado	4	1	4	2	3	14	1,8%
Fruta, hortaliça			2			2	0,3%
Carne	4	4	1		5	14	1,8%
Peixe	1		1			2	0,3%
Pão	1	1	2	1	1	6	0,8%
Chocolates, aperitivos			1			1	0,1%
ARTIGOS PESSOAIS	10	8	19	6	2	45	5,7%
Vestuário	4	5	10	4	1	24	3,1%
Calçado	1	1	1			3	0,4%
Retrosaria, tecidos, lã	1	2		1	1	5	0,6%
Ouvidesaria, relojoaria	3		4	1		8	1,0%
Acessórios	1		4			5	0,6%
EQUIPAMENTOS PARA O LAR	3	5	7	7		22	2,8%
Mobiliário	1	1	1	5		8	1,0%
Decoração, artesanato		2	2	1		5	0,6%
Iluminação	1					1	0,1%
Têxtil lar	1	2	4	1		8	1,0%
HIGIENE, SAÚDE E BELEZA	7	2	8	1	1	19	2,4%
Farmácia	2	2	1		1	6	0,8%
Oculista	2		2			4	0,5%
Dietéticos e naturais	1		4			5	0,6%
Drogaria	2		1	1		4	0,5%
ARTIGOS LAZER- CULTURA	7	9	9	4	2	31	3,9%
Papelaria, revistas	2	3	5	2	1	13	1,7%
Discos			1			1	0,1%
Desporto, campismo, caça	1	1			1	3	0,4%
Flores, plantas	1	1	2	1		5	0,6%
Animais	1	4	1	1		7	0,9%
Outros ne	2					2	0,3%
CONSTRUÇÃO BRICOLA- GE	6	1	4	6	2	19	2,4%
Ferragens			1			1	0,1%
Vidro, madeira, borra- cha	3	1	2	2	1	9	1,1%
Tintas e vernizes	1			2		3	0,4%
Materiais de construção	2		1	2	1	6	0,8%

EQUIPAMENTOS PROFISSIONAL	6	4	6	4	20	2,5%	
Escritório, informático	3	2	2	3	10	1,3%	
Instrumentos musicais	1				1	0,1%	
Eléctrico, electrónico	2		1		3	0,4%	
Outros equipamentos		2	3	1	6	0,8%	
COMBUSTÍVEIS TRANSPORTES	11	2	6	3	22	2,8%	
Combustíveis	3		2		5	0,6%	
Auto, moto	6		2	1	9	1,1%	
Acessórios auto, pneus	2	2	2	2	8	1,0%	
COMÉRCIO NÃO ESPECIALIZADOS	4	4	4	1	2	15	1,9%
Bazares, loja 300	4	4	4	1	2	15	1,9%
SERVIÇOS DE REPARAÇÃO	15	12	16	4	12	59	7,5%
Calçado		1	3		1	5	0,6%
Electrodomésticos	1	1	3	1	1	7	0,9%
Automóveis	3	3	3	1	3	13	1,7%
Motos e bicicletas	2	1				3	0,4%
Reparações ne	9	6	7	2	7	31	3,9%
SERVIÇOS PESSOAIS	30	23	36	1	6	96	12,2%
Barbearia	1					1	0,1%
Cabeleireiro, beleza	20	17	21		5	63	8,0%
Lavandaria	3	2	1			6	0,8%
Fotógrafo	1		2			3	0,4%
Funerária		1	1			2	0,3%
Serviços pessoais ne	5	3	11	1	1	21	2,7%
RECREATIVOS CULTURAIS	1	1	3		1	6	0,8%
Agência viagens	1	1	1			3	0,4%
Discoteca, pub			1		1	2	0,3%
Clube de vídeo			1			1	0,1%
SERVIÇOS FINANCEIROS	37	13	29		6	85	10,8%
Bancos	5		3			8	1,0%
Seguros	7	2	1		1	11	1,4%
Imobiliárias	13	7	10		1	31	3,9%
Outros ne	12	4	15		4	35	4,5%
SERVIÇOS COLECTIVIDADE	29	22	34	4	10	99	12,6%
Educação	9	9	10	1	2	31	3,9%
Saúde	7	8	14	2	4	35	4,5%
Administração pública		1	1			2	0,3%
Advogados, notários	9	2	6		2	19	2,4%
Associações, sindicatos	2	1	1		1	5	0,6%
Comunidades religiosas	2	1	2	1	1	7	0,9%
ALOJAMENTO RESTAURAÇÃO	45	42	42	13	18	160	20,4%
Café, pastelaria	32	29	24	10	13	108	13,7%
Restaurante	8	8	10	3	3	32	4,1%
Comida rápida	3	4	4		2	13	1,7%
Outros ne	2	1	4			7	0,9%
SERVIÇOS TÉCNICOS	12	9	10	4	8	43	5,5%
Empresariais	7	7	8	4	7	33	4,2%
Habitacionais	5	2	2		1	10	1,3%

Quadro 3 – Função Secundária dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde (informação desagregada)

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

FUNÇÃO PRINCIPAL	QUIN- TA DO CON- DE 1	QUIN- TA DO CON- DE 2	QUIN- TA DO CON- DE 3	QUIN- TA DO CON- DE 4	BOA ÁGUA	TOTAL GERAL	
	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	%
PRODUTOS ALIMENTA- RES	2	3	3			8	8,1%
Mercearia, minimercado			1			1	1,0%
Carne		3				3	3,0%
Peixe			1			1	1,0%
Pão	2		1			3	3,0%
ARTIGOS PESSOAIS		1	4	2		7	7,1%
Calçado		1				1	1,0%
Retrosaria, tecidos, lã			1			1	1,0%
Acessórios			3	2		5	5,1%
EQUIPAMENTOS PARA O LAR	3	1	1	3		8	8,1%
Mobiliário	1					1	1,0%
Têxtil lar	2	1	1	3		7	7,1%
ARTIGOS LAZER- CULTURA	2				1	3	3,0%
Papeleria, revistas	1					1	1,0%
Livraria	1				1	2	2,0%
COMBUSTÍVEIS TRANS- PORTES	2					2	2,0%
Auto, moto	2					2	2,0%
COMÉRCIO NÃO ESPE- CIALIZADOS	1					1	1,0%
Bazares, loja 300	1					1	1,0%
SERVIÇOS DE REPARA- ÇÃO	3	3	2	2		10	10,1%
Electrodomésticos	1					1	1,0%
Automóveis			1			1	1,0%
Motos e bicicletas	1					1	1,0%
Reparações ne	1	3	1	2		7	7,1%
SERVIÇOS PESSOAIS	3	3	5	1		12	12,1%
Cabeleireiro, beleza	2	1	4			7	7,1%
Lavandaria		1				1	1,0%
Funerária				1		1	1,0%
Serviços pessoais ne	1	1	1			3	3,0%
RECREATIVOS CULTU- RAIS	3		1			4	4,0%
Discoteca, pub	1		1			2	2,0%
Sala de jogos	2					2	2,0%
SERVIÇOS FINANCEIROS	4	2	2		2	10	10,1%
Seguros		2	2		1	5	5,1%
Outros ne	4				1	5	5,1%
SERVIÇOS COLECTIVI- DADE	1	1		1		3	3,0%
Educação		1				1	1,0%
Saúde	1			1		2	2,0%

ALOJAMENTO RESTAU- RAÇÃO	9	3	8	2	22	22,2%
Café, pastelaria	4		6	1	11	11,1%
Geladaria		1			1	1,0%
Restaurante		1			1	1,0%
Comida rápida	3	1	2	1	7	7,1%
SERVIÇOS TÉCNICOS	4	1	3	1	9	9,1%
Pessoais			1		1	1,0%
Empresariais	3		2	1	6	6,1%
Habitacionais	1	1			2	2,0%

Figura 5 – Distribuição espacial dos edifícios de comércio e serviços vagos na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

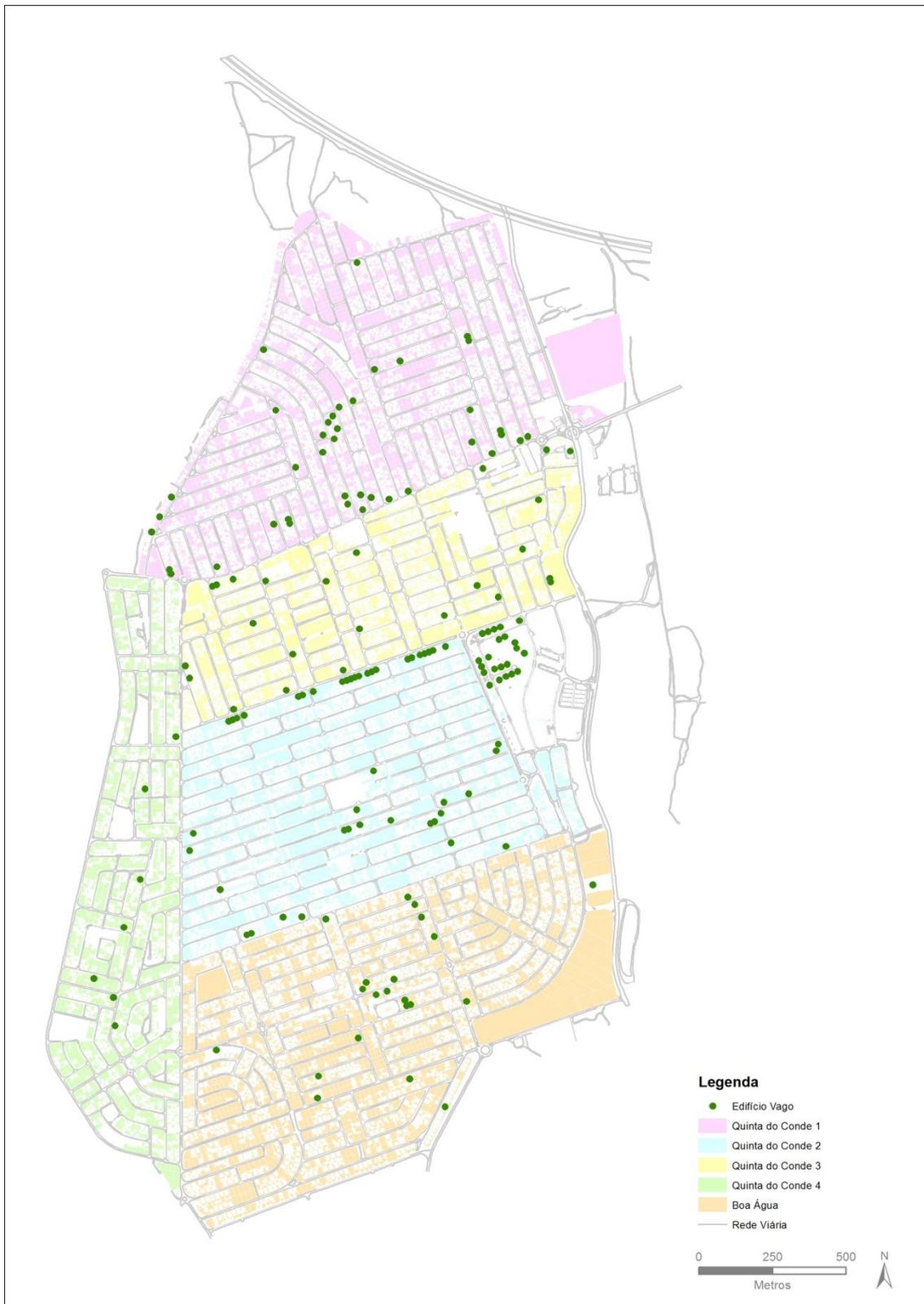


Figura 6 – Distribuição espacial dos edifícios de comércio e serviços para venda ou aluguer na Quinta do Conde

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

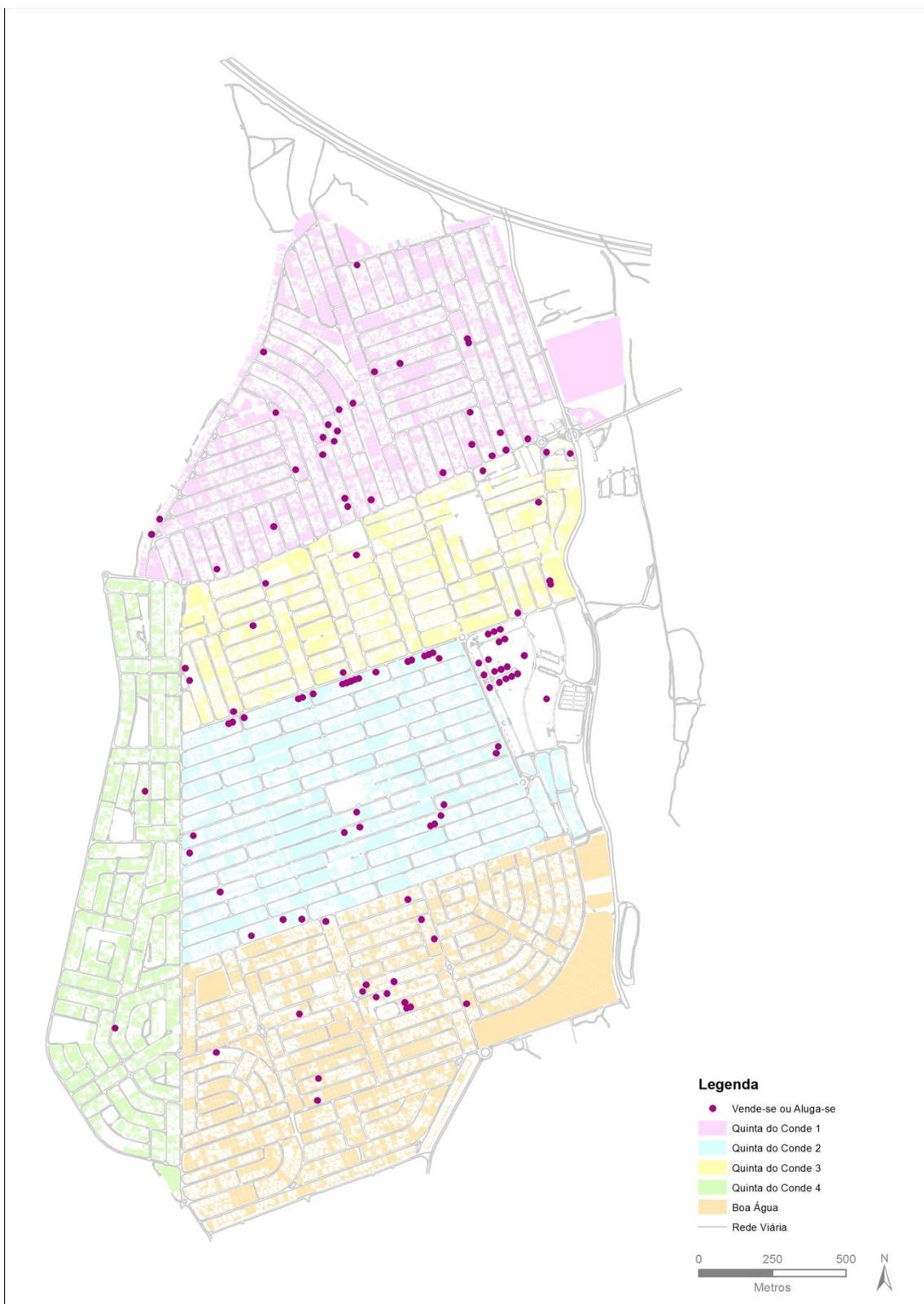


Figura 7 – Distribuição espacial dos edifícios vagos de comércio e serviços para venda ou aluguer na Quinta do Conde

Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

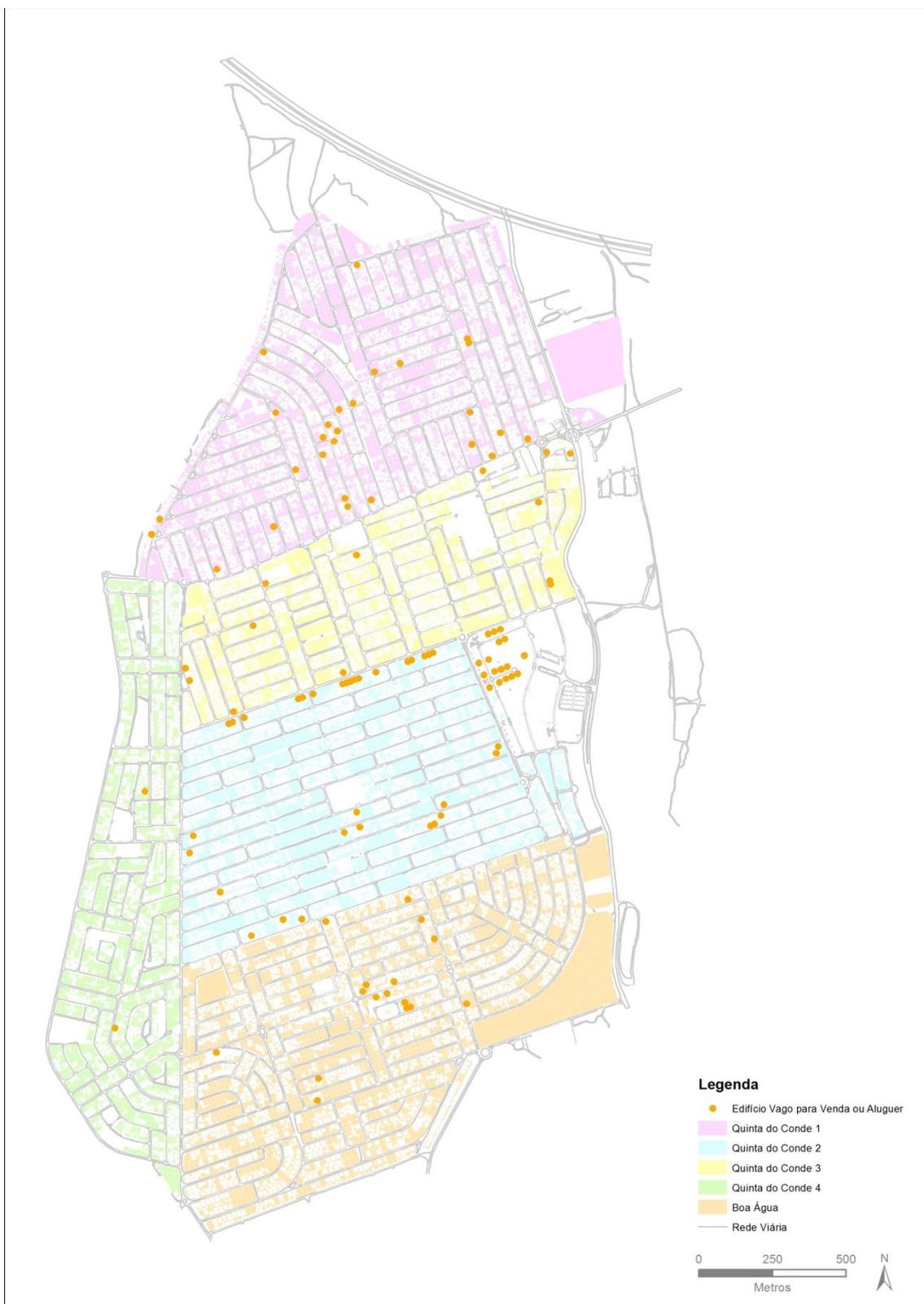


Figura 8 – Distribuição espacial do comércio na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

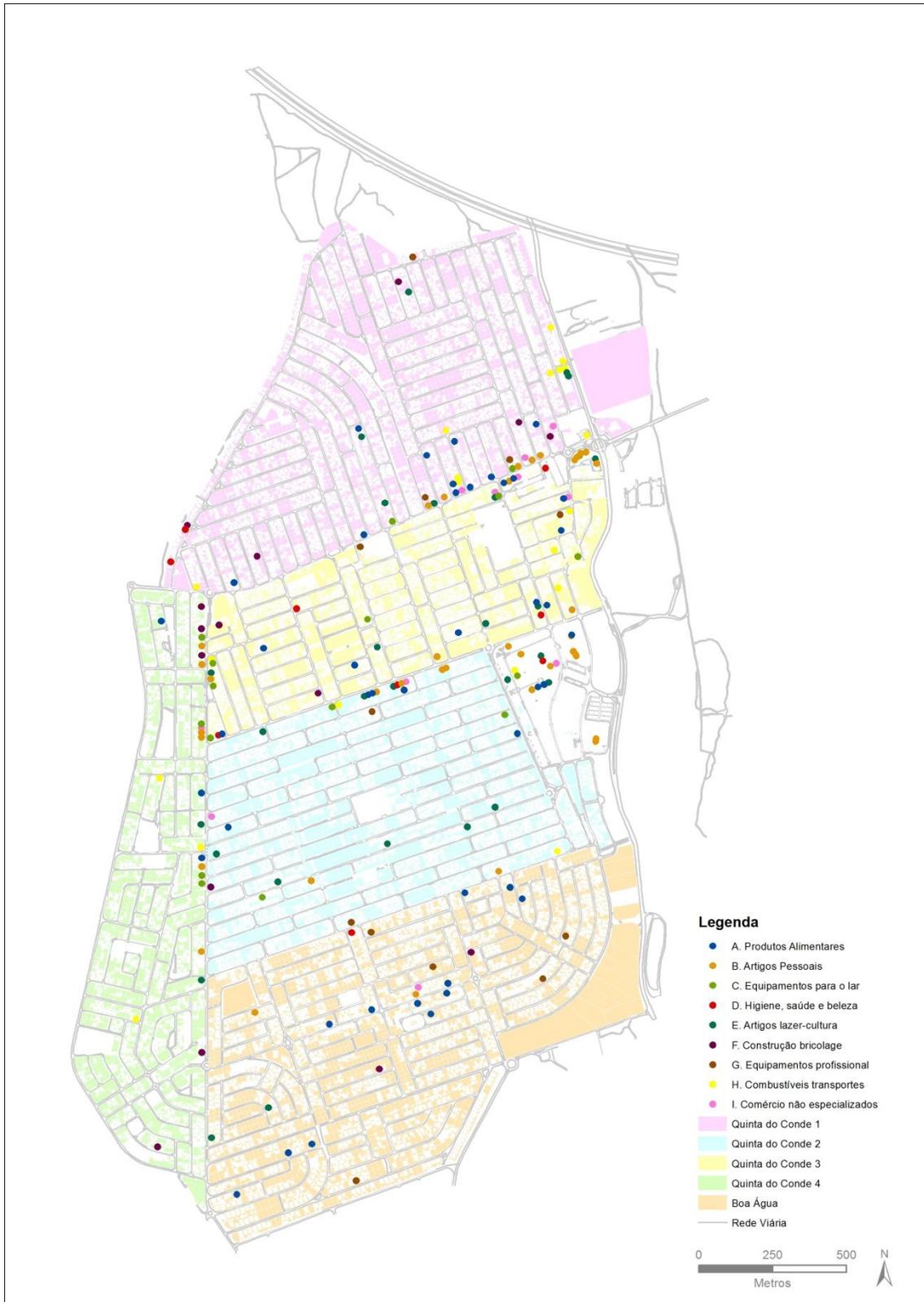


Figura 9 – Distribuição espacial do comércio de Produtos Alimentares na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

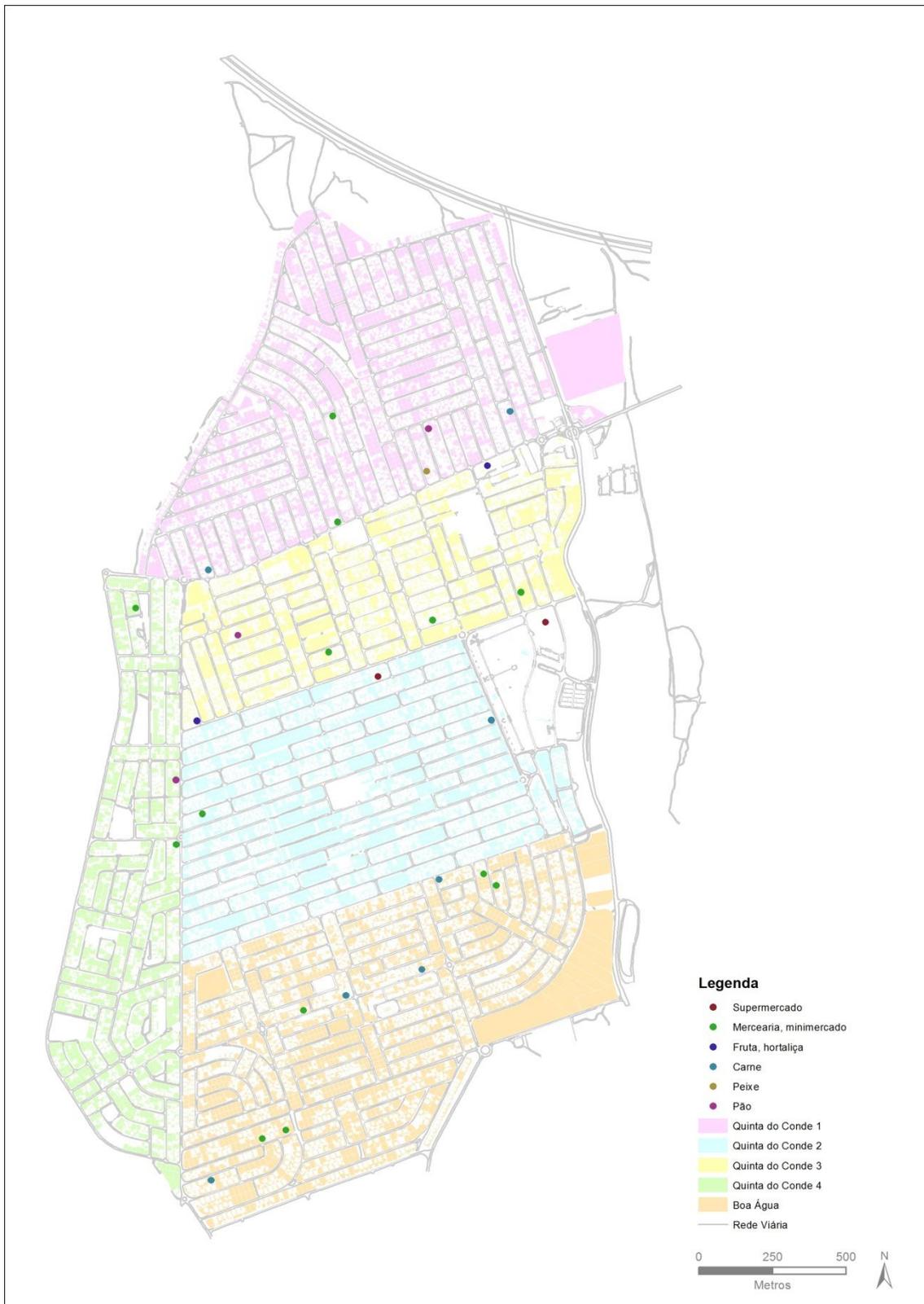


Figura 10 – Distribuição espacial do comércio de Artigos Pessoais na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

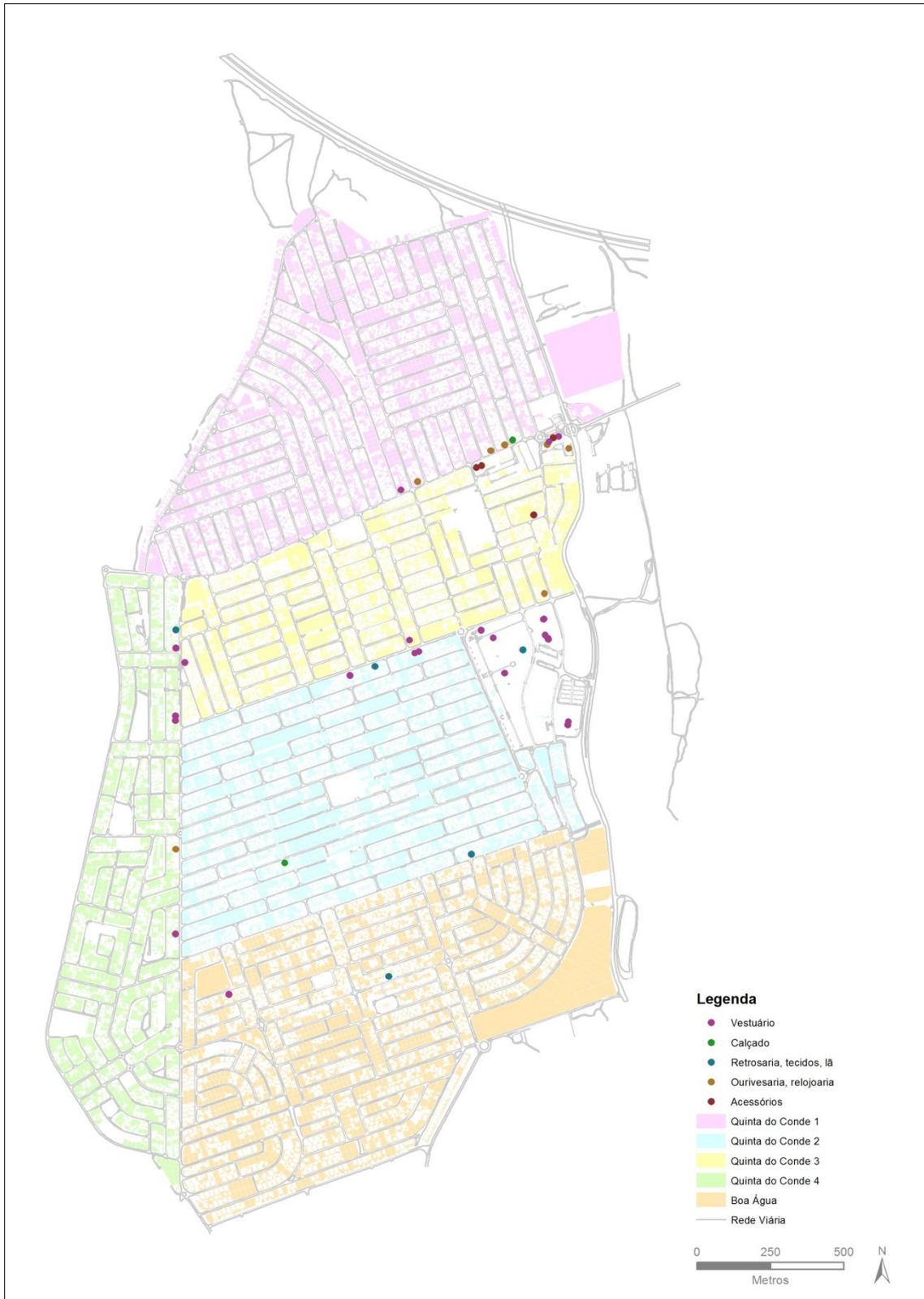


Figura 11 – Distribuição espacial do comércio de Equipamentos para o Lar na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

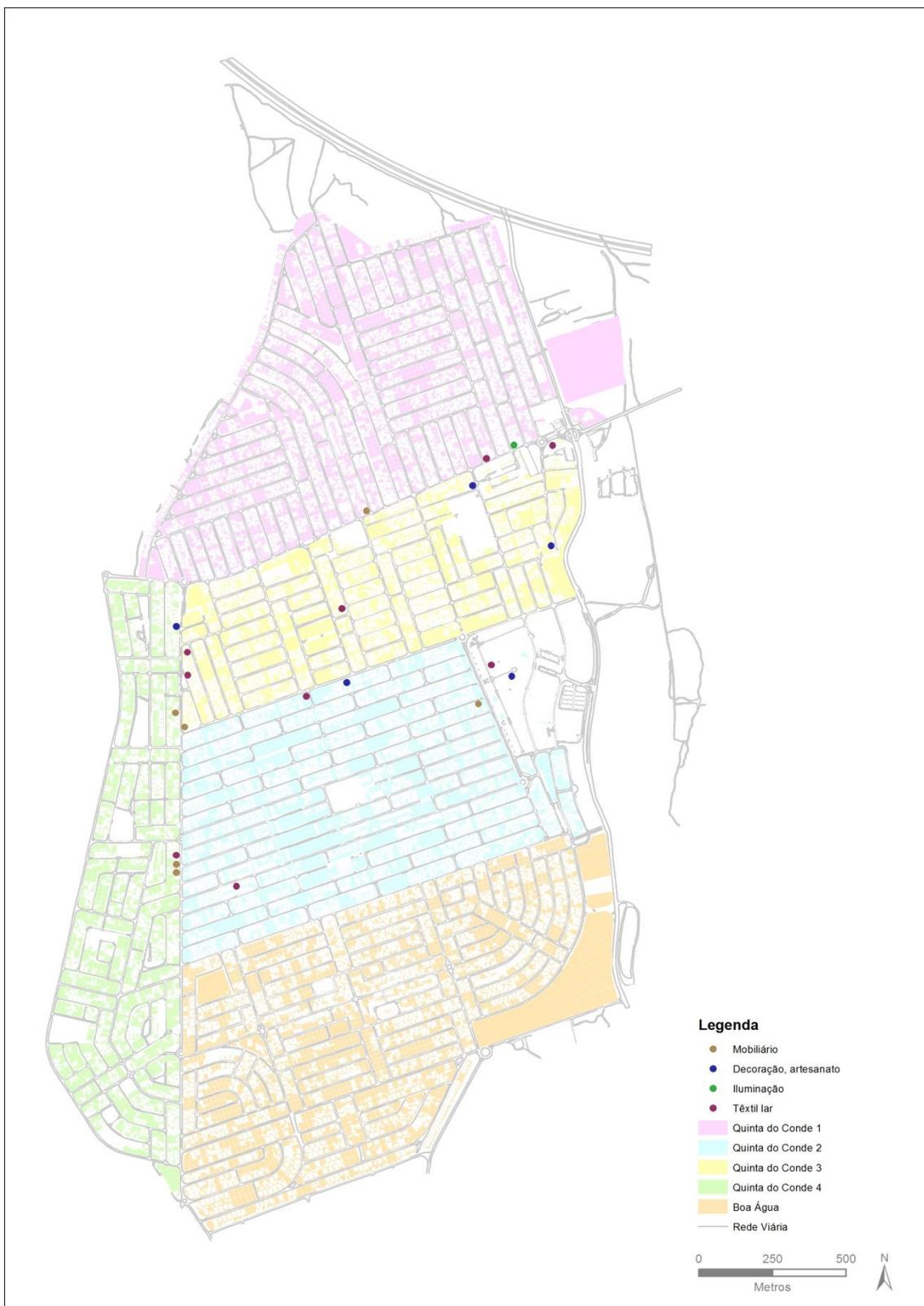


Figura 12 – Distribuição espacial do comércio de Higiene, Saúde e Beleza na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

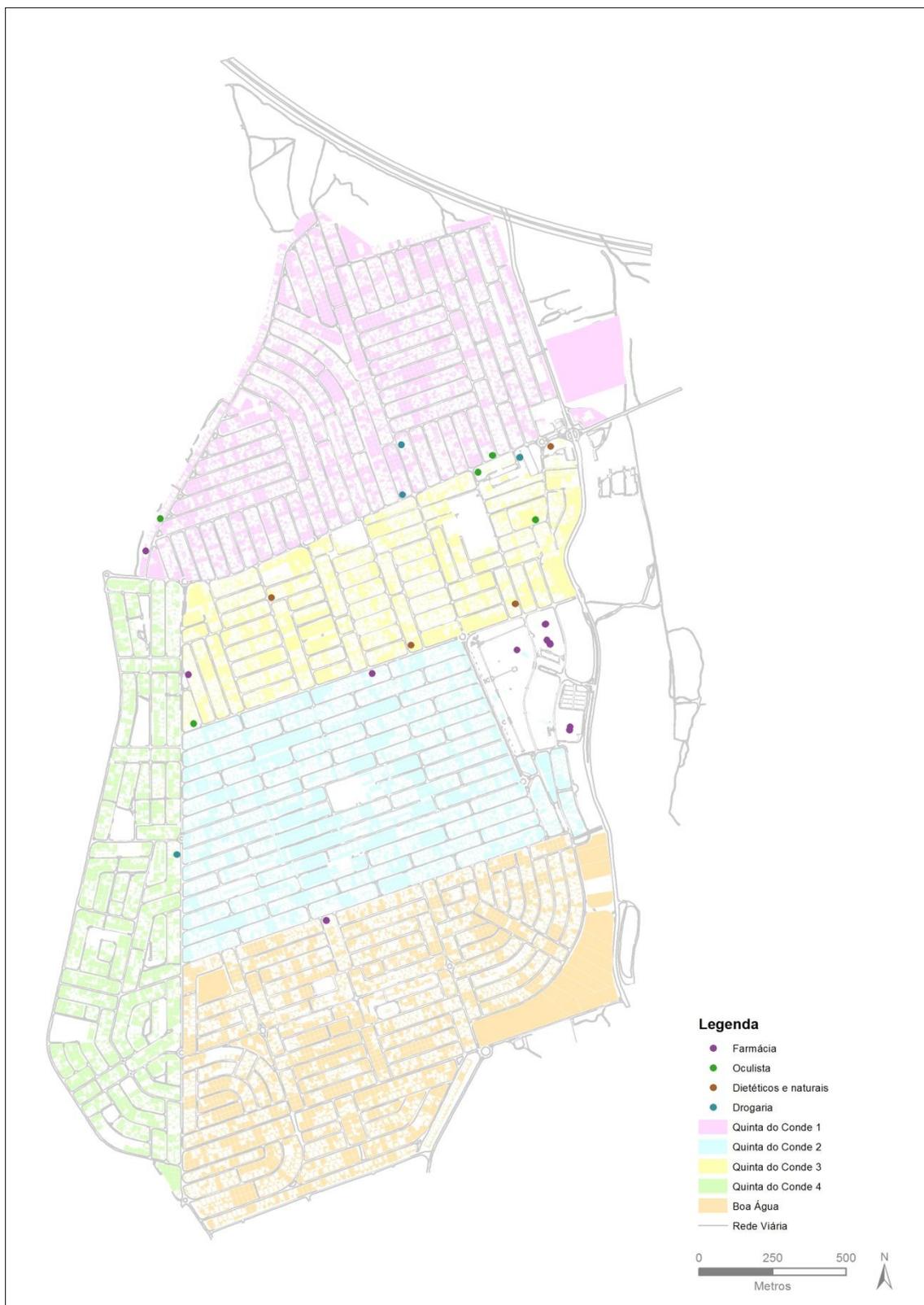


Figura 13 – Distribuição espacial do comércio de Artigos de Lazer-Cultura na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

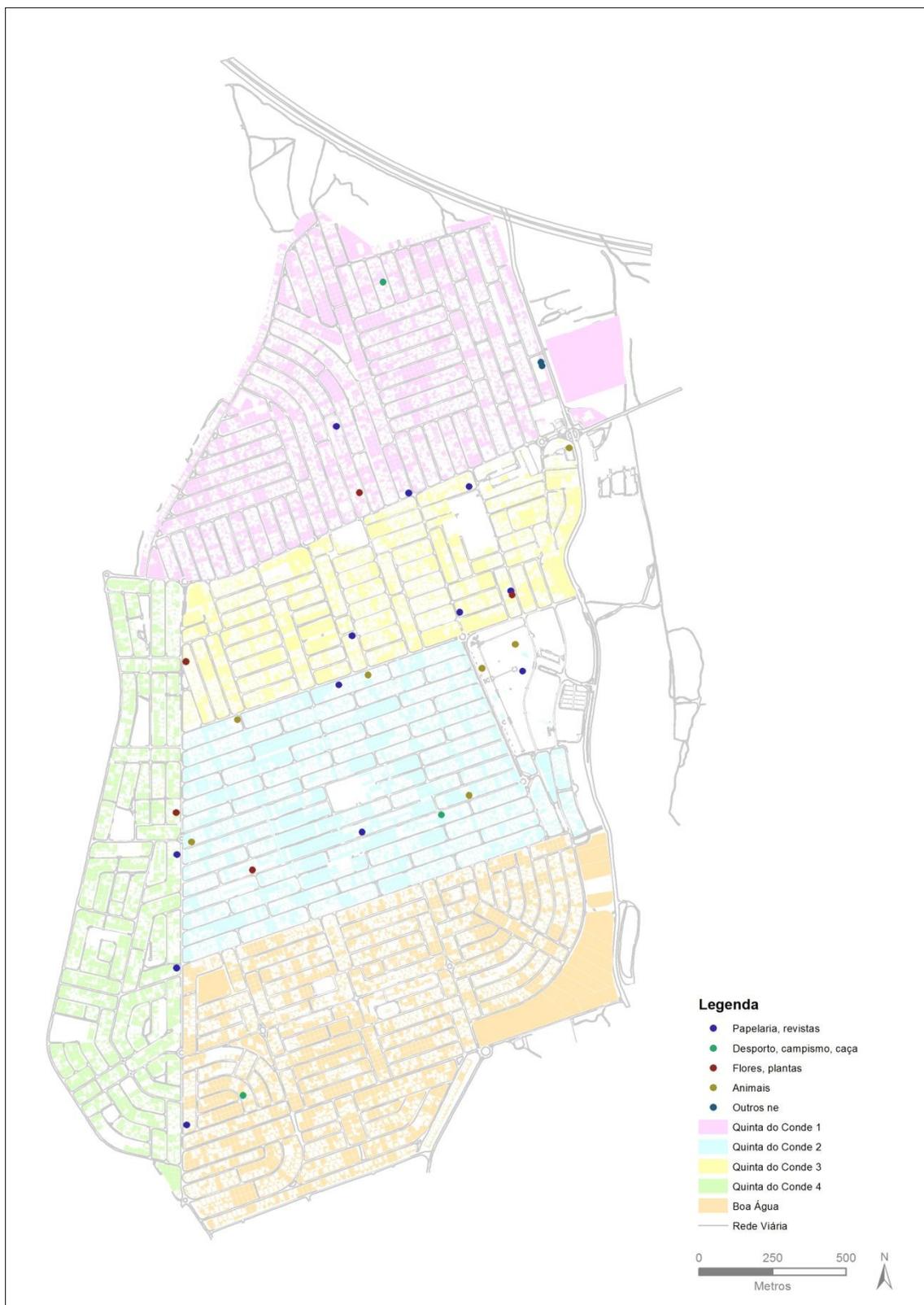


Figura 14 – Distribuição espacial do comércio de Construção e Bricolage na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

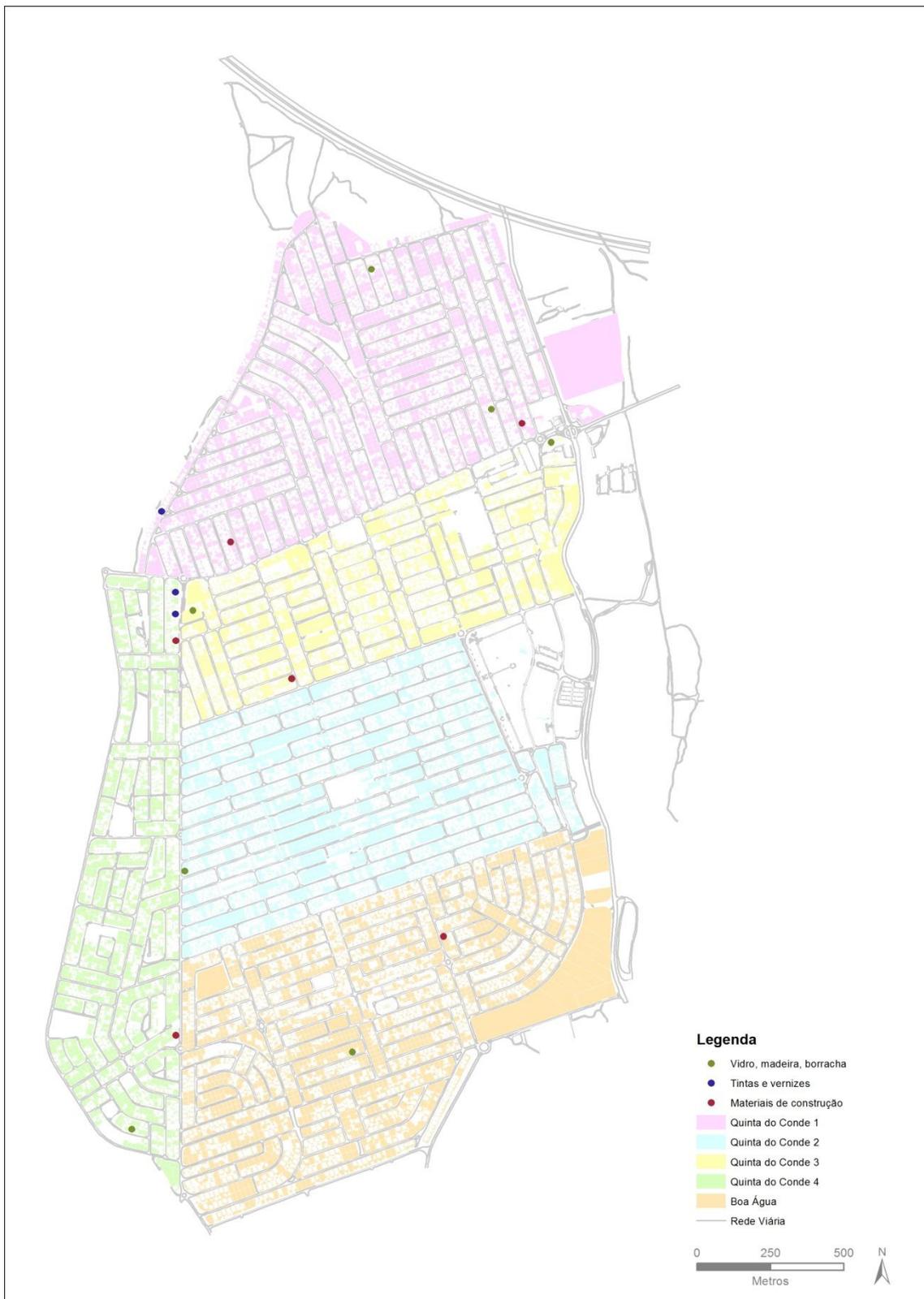


Figura 15 – Distribuição espacial do comércio de Equipamentos profissionais na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

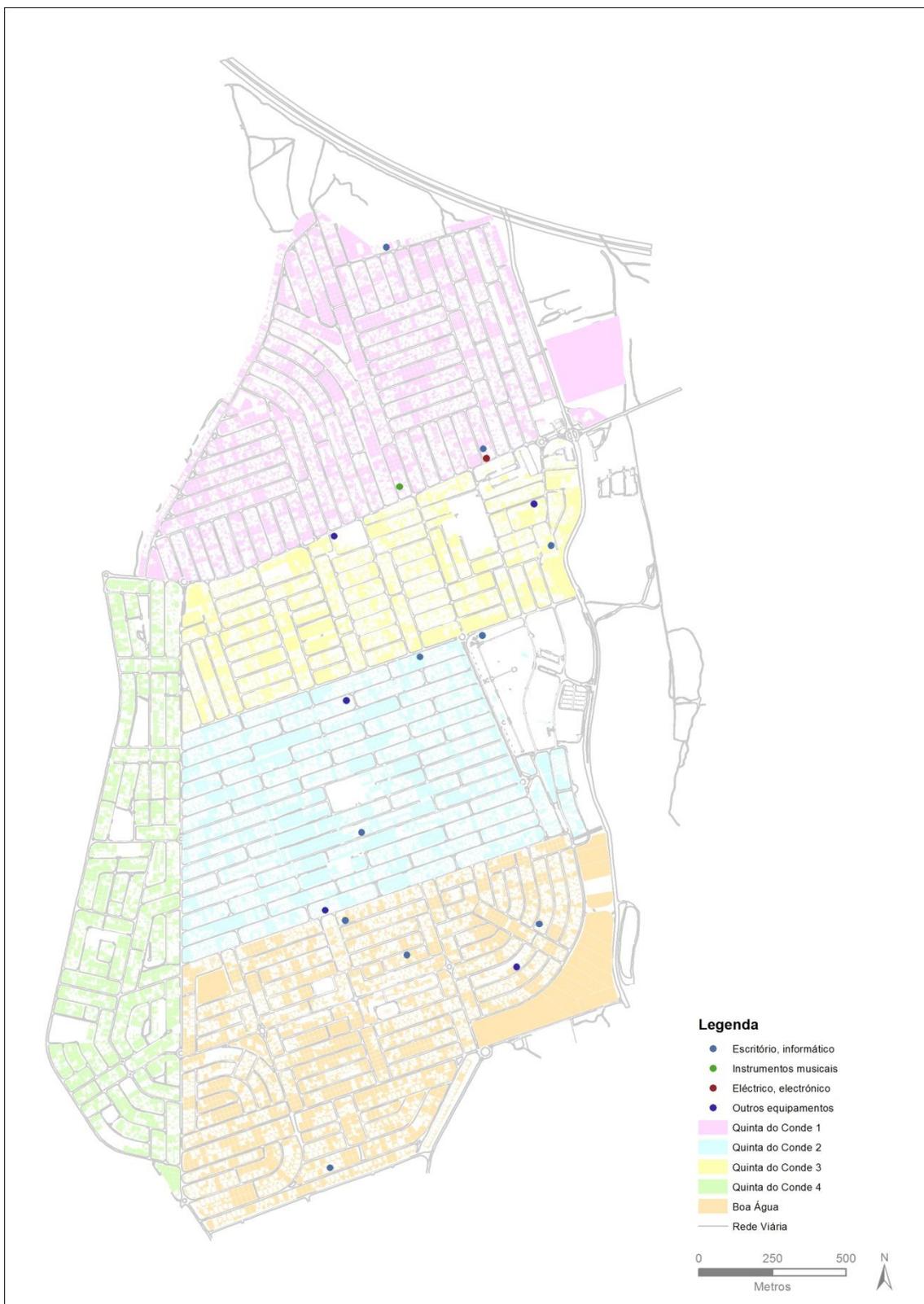


Figura 16 – Distribuição espacial do comércio de Combustíveis e transportes na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

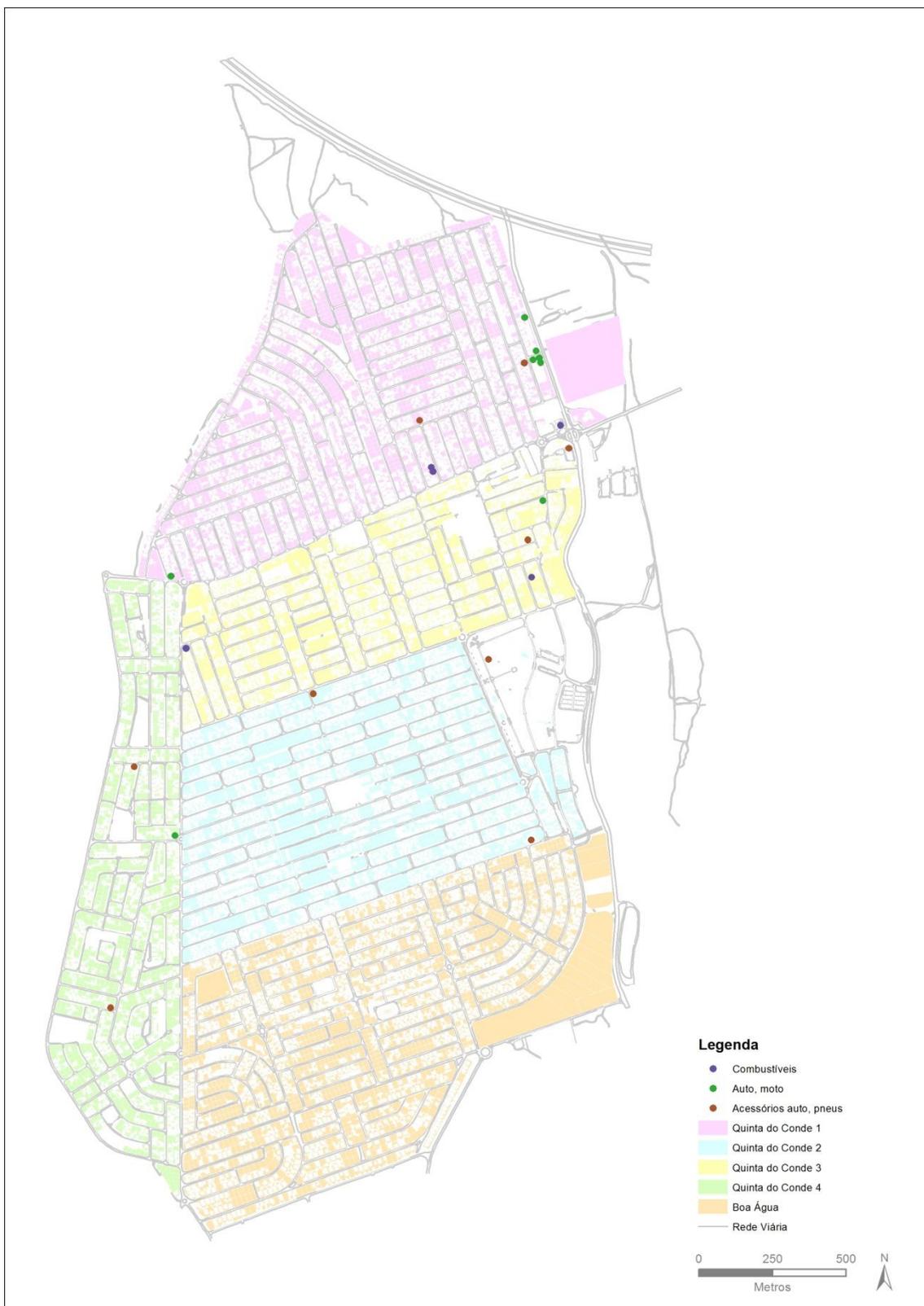


Figura 17 – Distribuição espacial do comércio não especializa na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

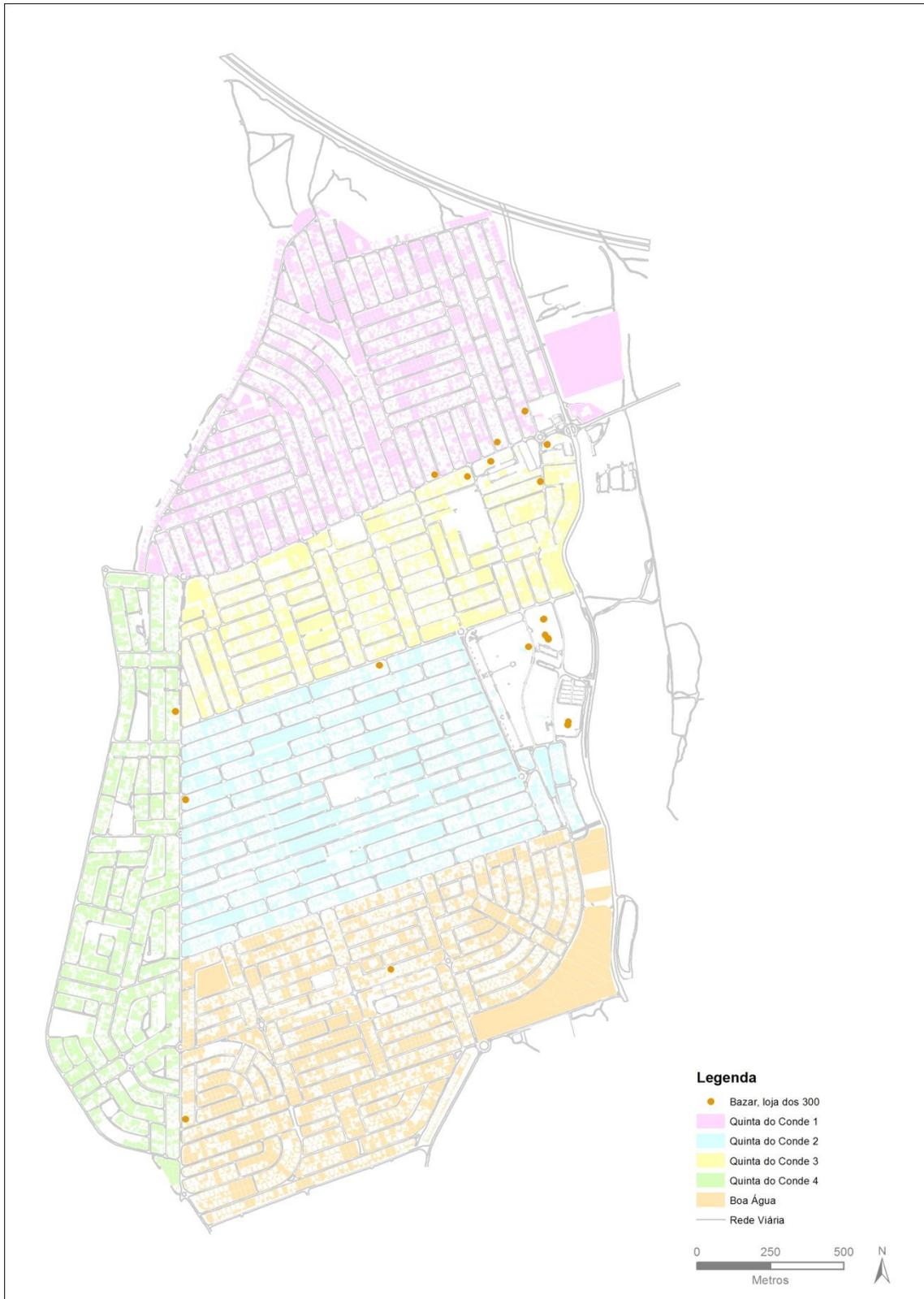


Figura 18 – Distribuição espacial dos serviços na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

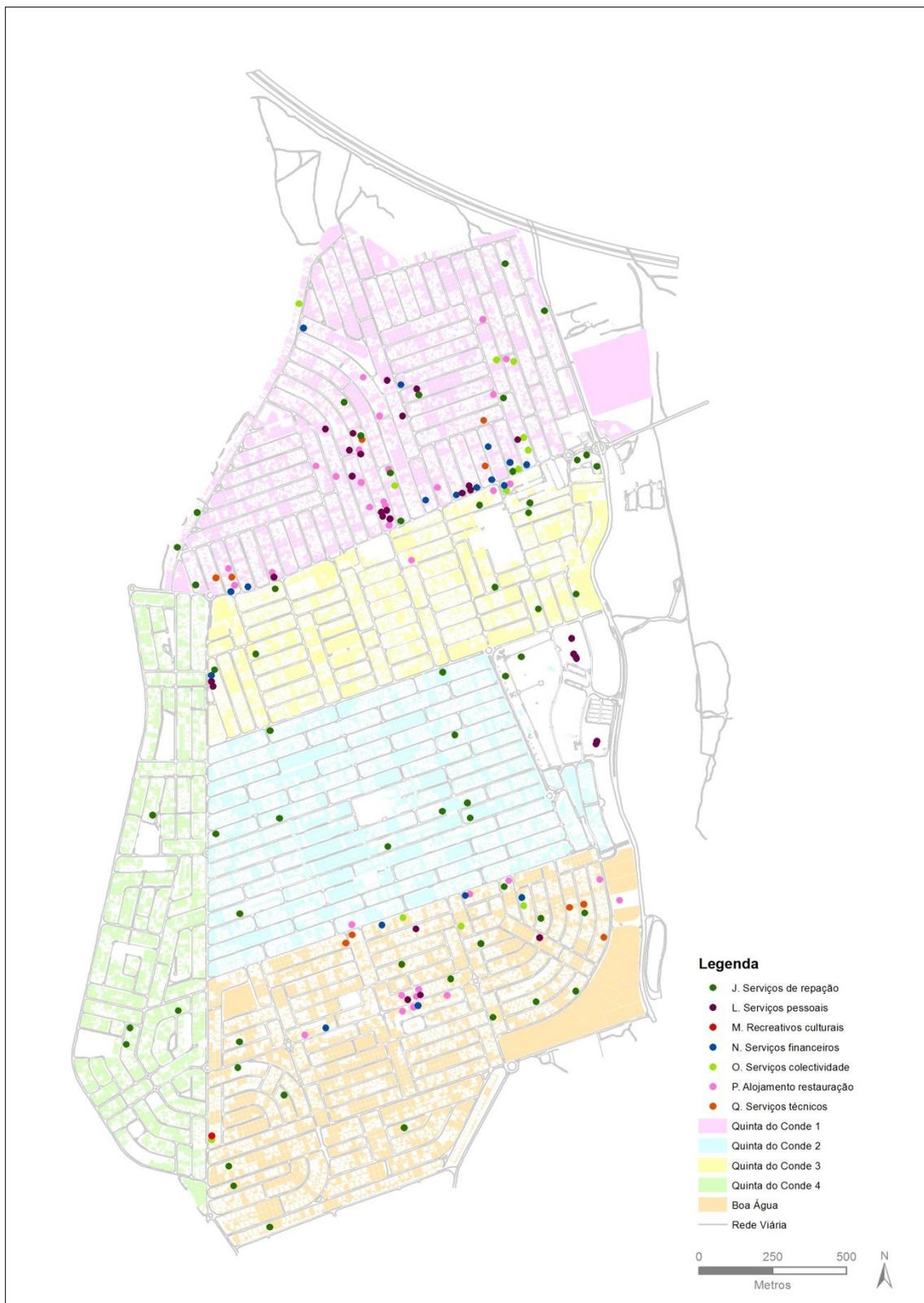


Figura 19 – Distribuição espacial dos serviços de reparação na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

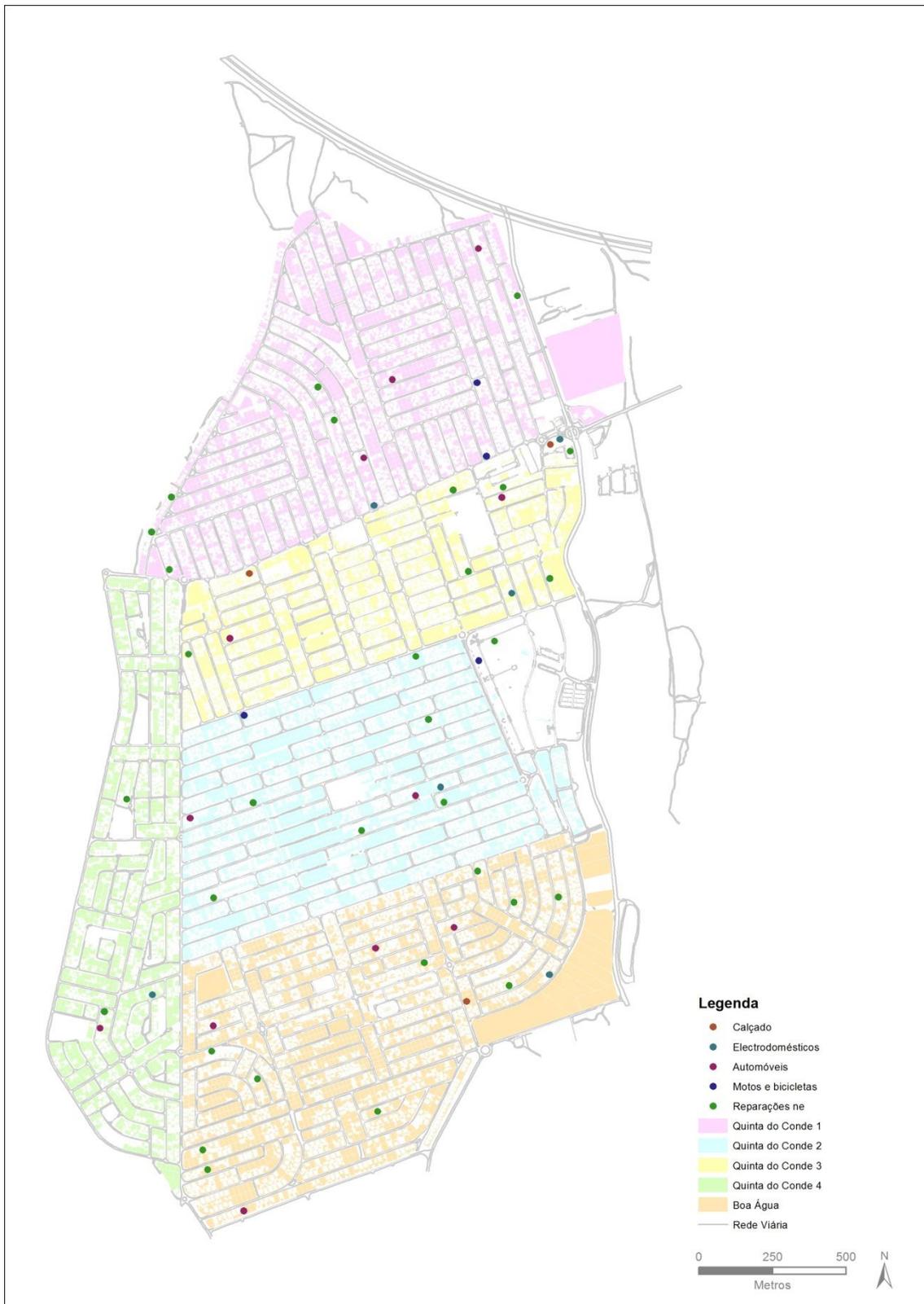


Figura 20 – Distribuição espacial dos serviços pessoais na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

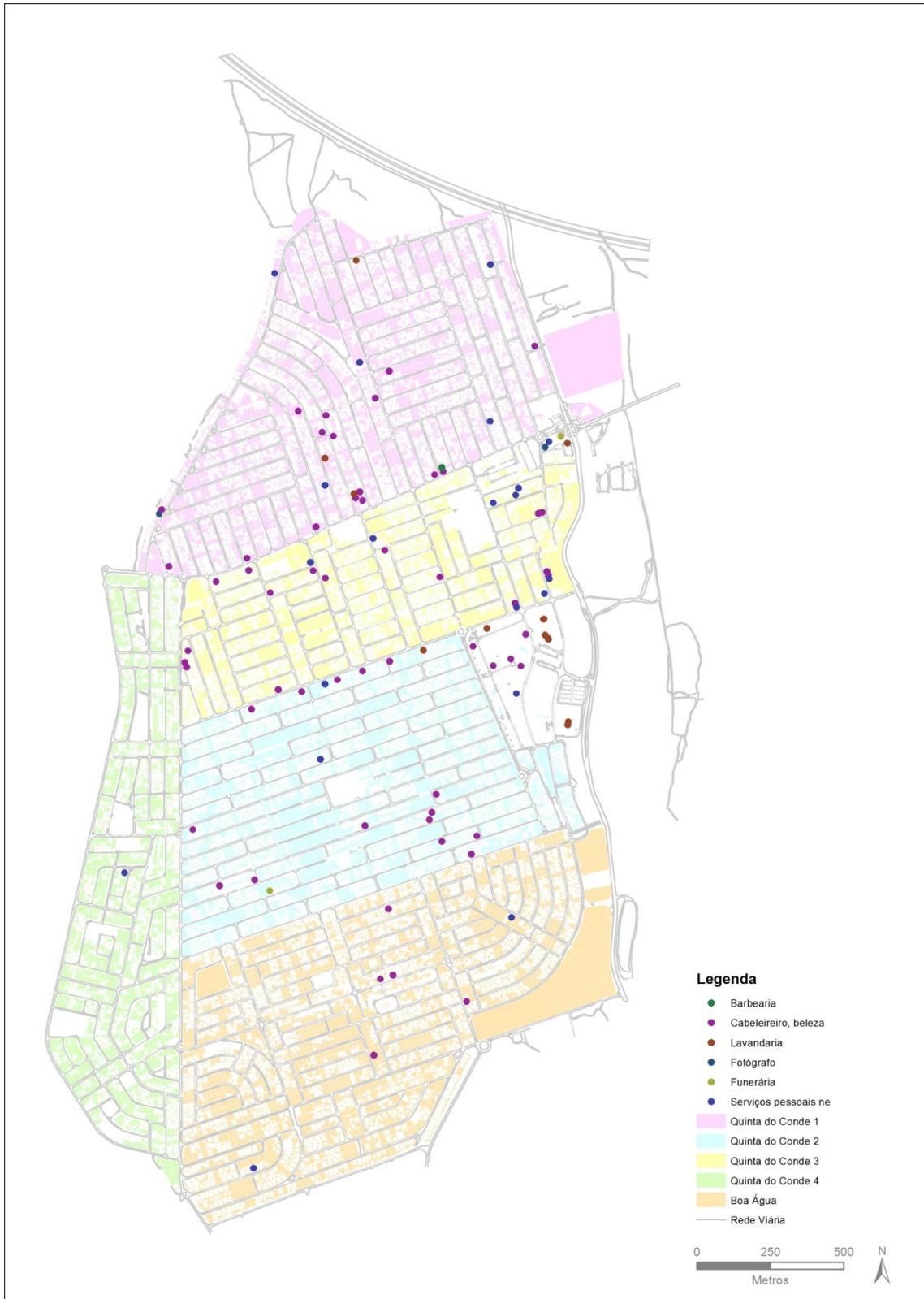


Figura 21 – Distribuição espacial dos serviços recreativos e culturais na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

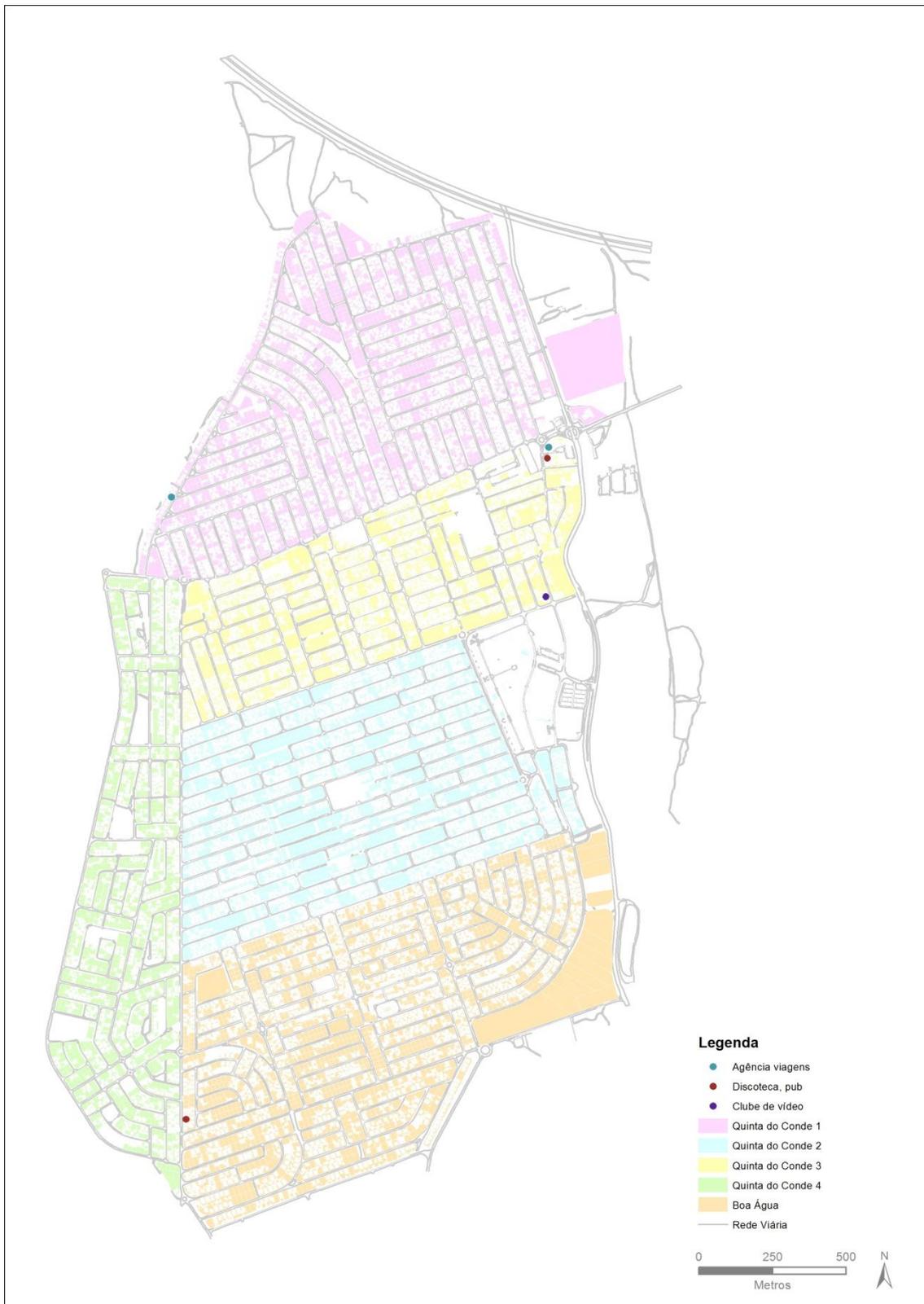


Figura 22 – Distribuição espacial dos serviços financeiros na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

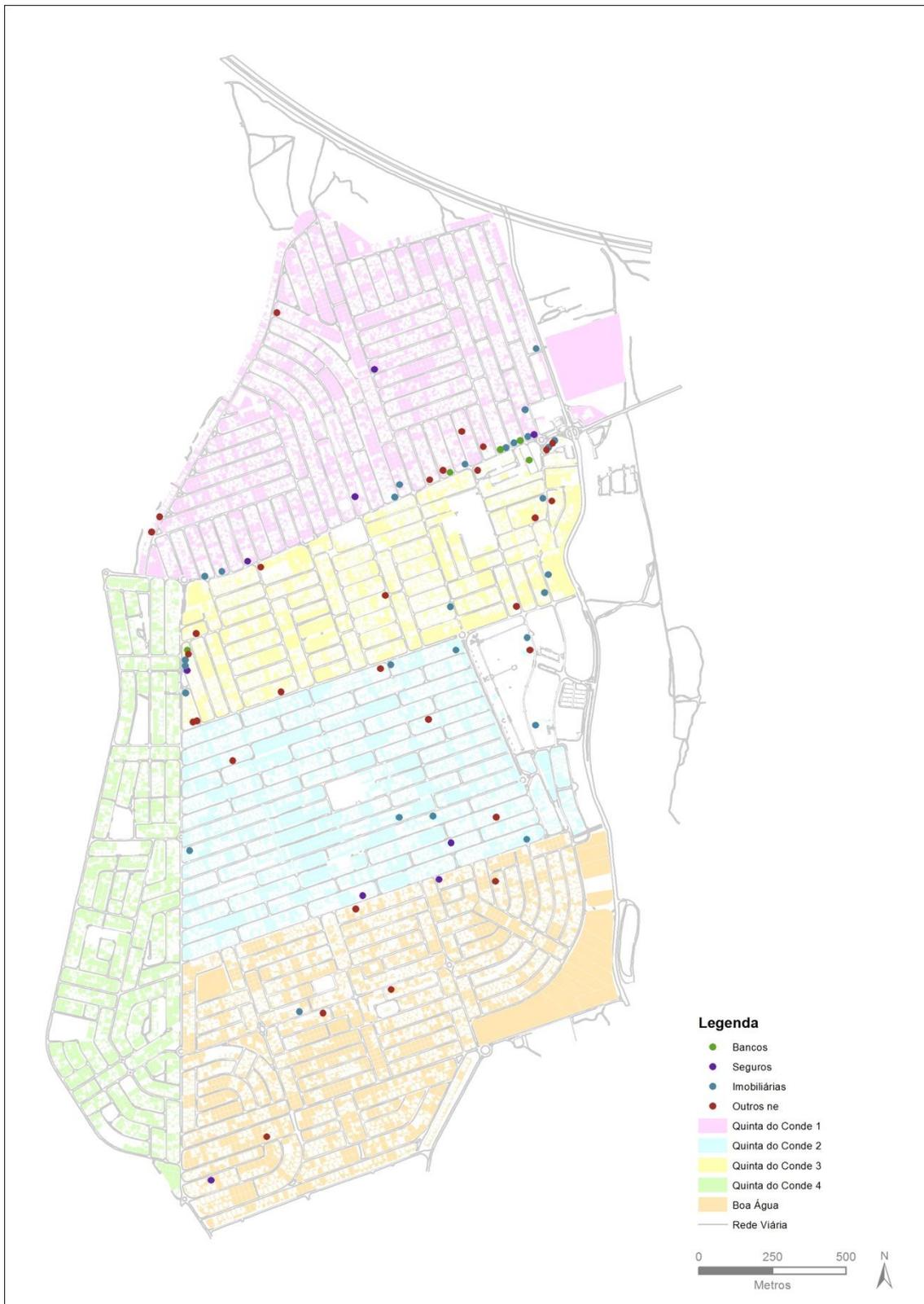


Figura 23 – Distribuição espacial dos serviços de colectividade na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

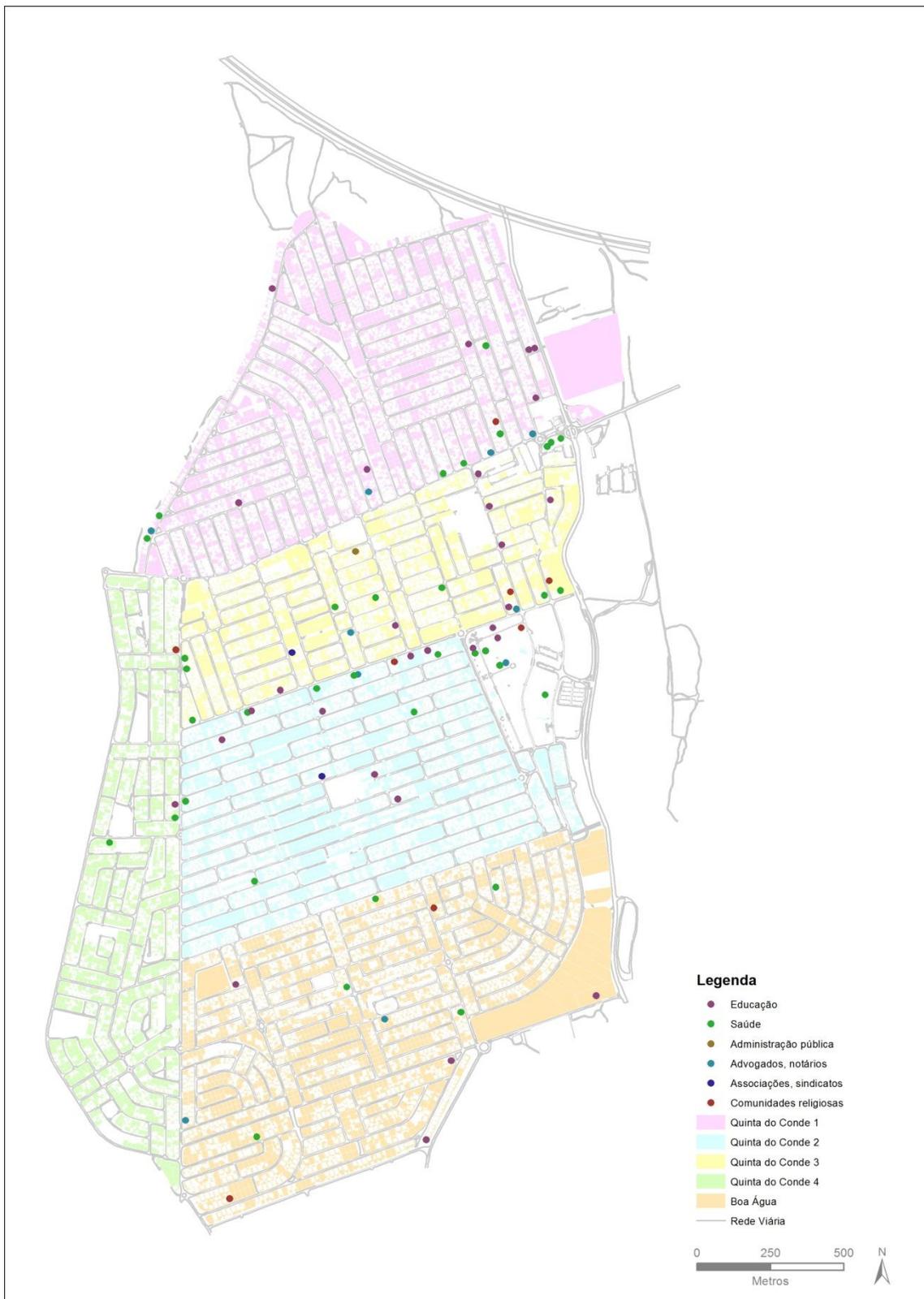


Figura 24 – Distribuição espacial dos serviços de alojamento e restauração na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

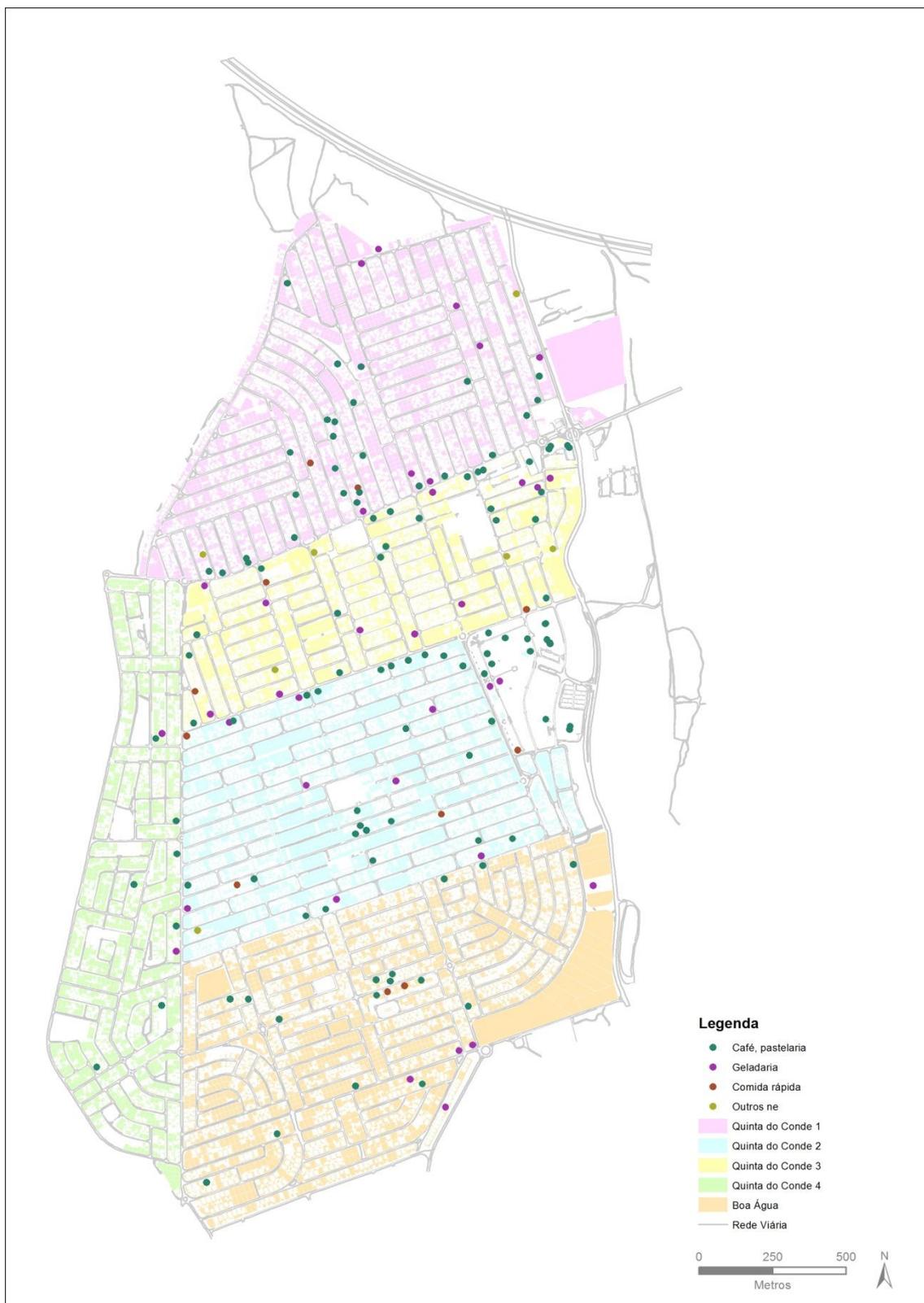


Figura 25 – Distribuição espacial dos serviços técnicos na Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

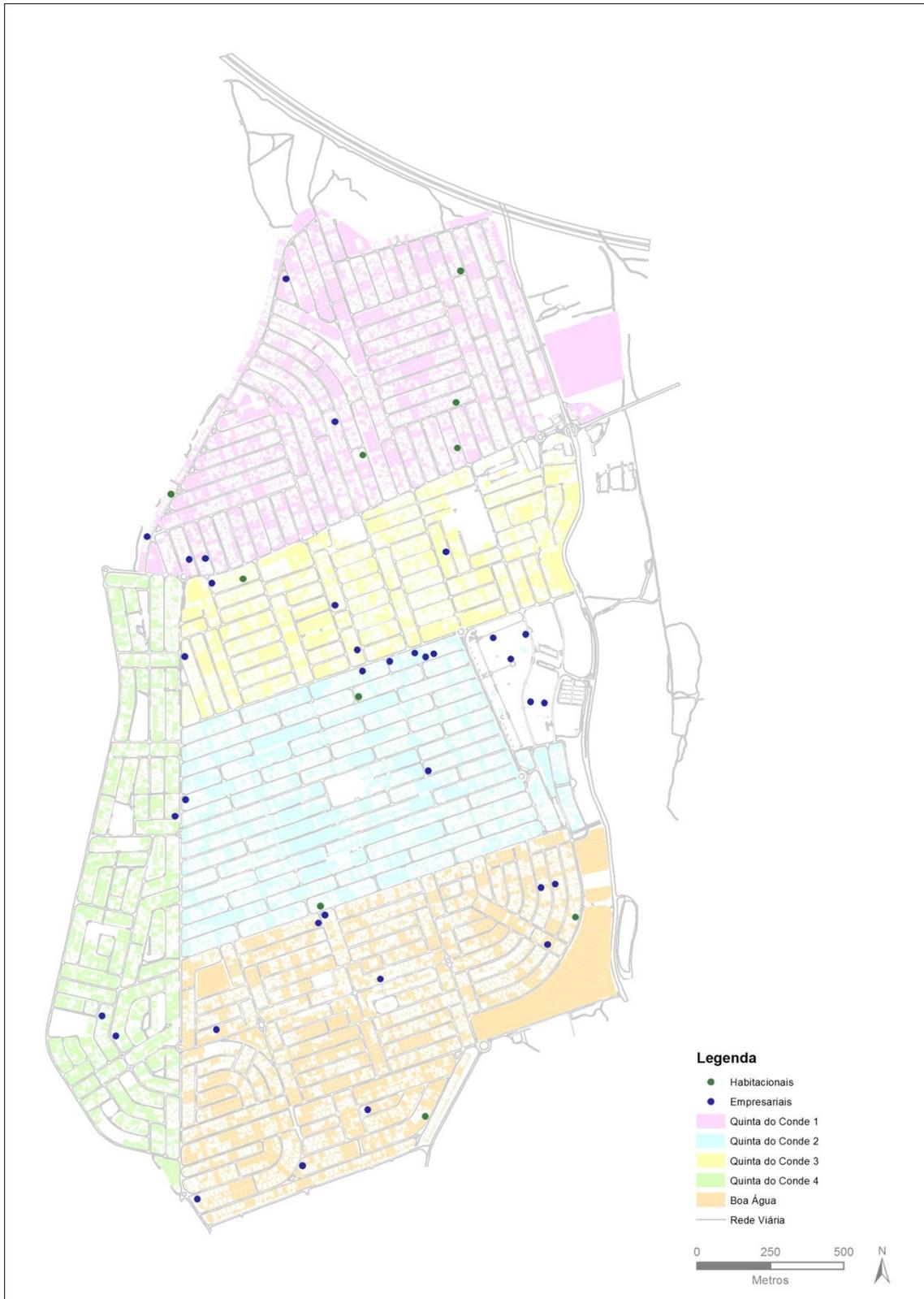


Figura 26 – Inserção urbana dos estabelecimentos de comércio e serviços da Quinta do Conde
Fonte: Levantamento Funcional (Janeiro de 2011)

