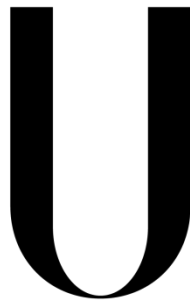


Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA

**Dinâmicas do Desenvolvimento Urbano e Estratégias Espaciais da
Distribuição Alimentar na Área Metropolitana de Lisboa**

Diogo António Gaspar Silva

Dissertação de Tese orientada
pelo Prof. Doutor Herculano Cachinho

Mestrado em Geografia Humana: Globalização, Sociedade e Território

2019

Universidade de Lisboa
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território



**Dinâmicas do Desenvolvimento Urbano e Estratégias Espaciais da
Distribuição Alimentar na Área Metropolitana de Lisboa**

Diogo António Gaspar Silva

Dissertação de Tese orientada
pelo Prof. Doutor Herculano Cachinho

Júri:

Presidente: Professor Doutor Eduardo Manuel Dias Brito Henriques do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa;

Vogais:

- Professora Doutora Teresa Margarida Marcão Barata Salgueiro do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa
- Professor Doutor José Afonso Teixeira da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa
- Professor Doutor Herculano Alberto Pinto Cachinho do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa

2019

Resumo

As profundas mudanças das dinâmicas urbanas nas áreas metropolitanas e a crescente concentração do capital da distribuição alimentar, registadas nas últimas décadas, apelam para uma análise da evolução da relação cidade e comércio. Com a difusão das grandes cadeias de distribuição, essas mudanças caracterizaram-se inicialmente por transições espaciais que, descurando a cidade-centro, privilegiaram modelos de abastecimento descentralizados, decorrentes da suburbanização metropolitana, para, mais recentemente, apostarem em formatos comerciais com padrões espaciais ancorados na proximidade.

Neste contexto, a investigação teve como objetivo central relacionar a evolução da organização espacial da distribuição de dominante alimentar com as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano na Área Metropolitana de Lisboa (AML). Considerando que as transições espaço-temporais se intensificaram com o advento das cadeias de distribuição, que desenvolvem, também nas áreas metropolitanas, vigorosas estratégias de seletividade territorial, adotou-se como caso de estudo a cadeia Sonae MC, líder no mercado nacional da distribuição alimentar, que explora distintos formatos na AML.

Metodologicamente, através da reconstrução das dinâmicas demográficas centro-periferia, analisou-se a evolução espaço-temporal do desenvolvimento urbano na AML. Construíram-se, seguidamente, instrumentos relativos às estratégias espaciais da distribuição alimentar. A partir de métricas espaciais, discutiu-se a reconfiguração do padrão e da morfologia espaciais desenvolvidos pela Sonae MC. Posteriormente, através de medidas de densidade e de proximidade, caracterizaram-se os atributos espaciais privilegiados pelos distintos formatos comerciais explorados pela cadeia. Finalmente, mobilizando a linguagem coremática, elaborou-se um modelo gráfico das relações entre as dinâmicas urbanas e a recomposição das estratégias espaciais da Sonae MC na AML.

Os resultados demonstraram que as estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML decorrem, em parte, das dinâmicas do desenvolvimento urbano. Em períodos de forte crescimento suburbano, a Sonae MC desenvolveu estratégias espaciais descentralizadas, investindo em estabelecimentos de grande dimensão, como os hipermercados e os grandes supermercados, localizados em áreas de elevada acessibilidade. Contudo, mais recentemente, observaram-se tendências de abrandamento da robustez demográfica da periferia metropolitana e de reversão do declínio acentuado da cidade-centro, dinâmica urbana também decalcada pela cadeia, que, pela primeira vez, desenvolveu uma estratégia espacial mais centralizada, resultante do investimento em pequenos estabelecimentos de proximidade em áreas residenciais consolidadas e do progressivo ou

total desinvestimento em formatos de grande dimensão na periferia. As conclusões da investigação permitem afirmar que, para se ajustar às diferentes dinâmicas do desenvolvimento urbano e continuar a crescer, a Sonae MC foi mobilizando o espaço e desenvolvendo novos formatos comerciais como estratégias adaptativas face às novas exigências do mercado.

Palavras-chave:

Desenvolvimento urbano; destruição criativa do ambiente construído; capital espacial; estratégias espaciais da distribuição alimentar; Sonae MC

Abstract

The deep changes in urban dynamics in metropolitan areas and the growing concentration of capital concentration in food distribution sector in the last decades call for an analysis of the evolution of the relationship between city and retail. With the diffusion of large distribution chains, these changes were initially characterized by spatial switchings that, overlooking city-center, favored decentralized supply models, resulting from metropolitan suburbanization, to more recently focus on retail formats based on proximity spatial patterns.

In this context, this research had as a main goal to establish a relation between the evolution of food distribution spatial organization and the dynamics of urban development in the Lisbon Metropolitan Area (AML). Considering that spatial and temporal switchings intensified with the arrival of food distribution chains, which also developed strong territorial selectivity strategies in metropolitan areas, it was used as a case study the chain Sonae MC, which is the current leader of Portuguese food distribution market and which explores different retail formats in AML.

Methodologically, through the reconstruction of center-periphery demographic dynamics, it was possible to understand the spatial and temporal evolution of dynamics of urban development in AML. Subsequently, empirical instruments related to spatial strategies of the food distribution were built. Using spatial metrics, the reconfiguration of the spatial pattern and morphology developed by Sonae MC was analyzed. Later, through density and proximity spatial measurements, the spatial attributes privileged by the different retail formats explored by the chain were characterized. Finally, by mobilizing the chorematic language, a graphic model of the relationship between urban dynamics and the recomposition of Sonae MC's spatial strategies in AML was elaborated.

The results demonstrated that spatial strategies of food distribution are derived, in part, from the urban development dynamics. In periods of strong suburban growth, Sonae MC developed decentralized spatial strategies, investing in large retail formats, such as hypermarkets and big supermarkets, located in areas of high accessibility. However, more recently, there has been a slowing down of the demographic robustness of the metropolitan periphery and a reversal of the sharp decline of the city center. This urban dynamic has also been displaced by the chain, which, for the very first time, developed a more centralized spatial investment in small and proximity retail formats, located in consolidated residential areas. At the same time, Sonae MC has been disinvesting in large retail formats in the periphery. The research findings allow us to state that to adjust to the different dynamics of urban development and to continue to grow, Sonae MC has been mobilizing space and developing new food retail formats in response to the new demands of the market.

Keywords

Urban development; creative destruction of the built environment; spatial capital; spatial strategies of food distribution; Sonae MC

Agradecimentos

“Ninguém escapa ao sonho de voar, de ultrapassar os limites do espaço onde nasceu, de ver novos lugares e novas gentes. Mas saber ver em cada coisa, em cada pessoa, aquele algo que a define como especial, um objeto singular, um amigo, é fundamental. Navegar é preciso, reconhecer o valor das coisas e das pessoas, é mais preciso ainda”

Antoine de Saint-Exupéry

Primeiramente, um agradecimento especial ao Professor Herculano Cachinho pela orientação, incomensurável disponibilidade e humilde capacidade de ter sabido, com a sua maestria metodológica, recentrar a minha energia e encorajar-me no caminho em múltiplas aceções. Ambos sabemos que o produto final é resultado da nossa dedicação conjunta.

O segundo pilar de agradecimentos abrange um conjunto de pessoas cujo valor é inestimável e intraduzível por palavras e que se tendeu a circunscrever especialmente à minha presença assídua no Geomodlab. Ao Professor Ricardo Garcia, pela sua boa disposição, que se propaga por contágio, e pelo encorajamento constante, por todas as conversas e, especialmente, pelo tempo despendido. Aos Professores Jorge Rocha e Paulo Morgado, pela paciência e pelas múltiplas discussões metodológicas que marcaram este trajeto e que muito estimularam o meu interesse pelas técnicas de análise espacial. Estendo ainda o meu agradecimento ao Professor Nuno Marques da Costa que foi igualmente basilar em algumas das questões de operacionalização. Este agradecimento institucional é extensível a uma rede de pessoas valorosas, que, também nos corredores, foram, desinteressadamente, demonstrando interesse.

O terceiro conjunto implica um agradecimento ao Tiago, à Mariana, à Joana e ao Vítor, pelo apoio e pelas conversas que fomos criando há mais de 5 anos, frequentemente para me recentrar na importância multidimensional do uso do tempo. À Mena, da Faculdade de Letras, pela contagiante receção na reprografia e, sobretudo, pelos almoços e conversas que se sucederam. Finalmente, um agradecimento especial é justamente devido à Flávia, que me foi acompanhando atentamente, ouvindo-me nos momentos menos bons que foram polvilhando este percurso. Deixo ainda um agradecimento à Inês Sousa pela motivação, apoio que é intraduzível por escrito.

Finalmente, o quarto pilar envolve o meu universo de maior proximidade, a quem devo um agradecimento muito especial. Aos meus pais e ao meu irmão, por todo o apoio, paciência e por algumas vezes não poderem contar comigo porque havia, frequentemente, atividades que se sobrepunham. Um agradecimento ainda mais forte é destinado à minha mãe por ser a bússola mais afinada que conheço.

Índice de conteúdos

1. Introdução.....	1
2. Urbanização e dinâmicas do desenvolvimento urbano	13
2.1. Tendências globais da urbanização	13
2.2. Interpretações do desenvolvimento urbano	14
2.3. Modelo dos estádios do desenvolvimento urbano: mudanças lineares e ciclos espaciais ..	15
2.4. Estádios do desenvolvimento urbano: conceptualização e atributos	19
2.4.1. Urbanização	19
2.4.2. Suburbanização.....	20
2.4.3. Desurbanização.....	22
2.4.4. Reurbanização.....	25
2.5. Limitações teórico-práticas do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano	27
3. Tendências de transformação do comércio retalhista.....	31
3.1. Transformações na organização da venda a retalho alimentar	31
3.2. Mudanças no perfil do consumidor	33
4. Mudanças na organização espacial dos sistemas de venda a retalho: dos regimes hierárquicos aos pós-hierárquicos	37
4.1. Perspetivas neoclássicas de análise geográfica da organização comercial	38
4.1.1. Princípio da aglomeração espacial.....	38
4.1.2. Teoria da renda fundiária urbana	39
4.1.3. Teoria dos lugares centrais	40
4.2. Centralidade, proximidade e modelos hierárquicos da organização comercial.....	41
4.3. Acessibilidade, diversificação dos ambientes retalhistas e estruturas pós-hierárquicas da organização comercial	46
4.4. Redescoberta da proximidade e diversificação dos ambientes retalhistas: do hipermercado à loja de conveniência.....	51
5. Desenvolvimento urbano e distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa: quadros conceptual e metodológico	57
5.1. Quadro conceptual	57

5.1.1. Dinâmicas do desenvolvimento urbano	59
5.1.2. Destruição criativa do ambiente construído.....	62
5.1.3. Capital espacial	65
5.2. Modelo de análise.....	68
5.3. Metodologia.....	72
5.4. Caso de estudo.....	81
6. Dinâmicas do desenvolvimento urbano e estratégias espaciais da distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa	85
6.1. Dinâmicas do desenvolvimento urbano na Área Metropolitana de Lisboa	85
6.1.1. Expansão urbana na Área Metropolitana de Lisboa (1950-2011)	85
6.1.2. Tendências demográficas e gradiente urbano: uma visão regional	89
6.1.3. Dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano: a cartografia dasimétrica do ciclo de vida urbano na Área Metropolitana de Lisboa	92
6.2. Mudanças espaço-temporais da distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa....	105
6.2.1. Evolução da distribuição alimentar em Portugal nos últimos 40 anos.....	105
6.2.2. Evolução do tecido retalhista alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa	110
6.2.3. Transições espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa	113
6.2.4. Atributos espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa: da acessibilidade à proximidade.....	137
6.3. Dinâmicas do desenvolvimento urbano e estratégias espaciais da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa.....	144
7. Discussão e considerações finais	159
Referências bibliográficas	179
ANEXO 1	199
ANEXO 2	203
ANEXO 3	205
ANEXO 4	209

Índice de figuras

Figura 2.1: modelo dos estádios do desenvolvimento urbano - estádios e fases.....	18
Figura 4.1: princípio da aglomeração espacial e a localização ótima no mercado	38
Figura 4.2: teoria da renda fundiária (<i>trade-off</i>)	39
Figura 4.3: teoria dos lugares centrais.....	41
Figura 4.4: tipologia das áreas comerciais intraurbanas segundo B. Berry (1963)	43
Figura 4.5: inauguração do primeiro supermercado com o conceito de livre-serviço, Praça Duque de Saldanha, 14.10.1961 (400m ²).....	45
Figura 4.6: inauguração do supermercado Pão de Açúcar, Avenida Estados Unidos da América, 01.05.1970 (2000m ²)	45
Figura 4.7: fatores desencadeantes da descentralização espacial do setor retalhista	47
Figura 4.8: síntese das dinâmicas espaciais do setor retalhista nas áreas metropolitanas	55
Figura 5.1: os três pilares das estratégias espaciais da distribuição alimentar.....	68
Figura 5.2: modelo de análise.....	69
Figura 5.3: procedimento metodológico de cobertura territorial (<i>update</i>) dos limites administrativos das freguesias do município de Mafra.....	74
Figura 5.4: área classificada como território artificializado segundo a COS2015: área potencialmente urbanizada	77
Figura 5.5: modelo binário de cartografia dasimétrica	77
Figura 5.6: validação da matriz de atributos primária através de trabalho de campo	78
Figura 5.7: Sonae - organigrama do grupo e do <i>portfólio</i> de negócios	81
Figura 6.1: crescimento médio anual da população residente, por período intercensitário e por componente da aglomeração na AML (1950-2011).....	85
Figura 6.2: diagrama do ciclo de vida do desenvolvimento urbano na AML (1950-2011).....	87
Figura 6.3: crescimento médio anual da população residente, por período intercensitário e por classe de distância à cidade-centro na AML (1950-2011).....	89
Figura 6.4: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1950).....	98
Figura 6.5: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1960).....	98
Figura 6.6: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1970).....	99
Figura 6.7: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1981).....	99
Figura 6.8: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1991).....	100
Figura 6.9: distribuição dasimétrica da população residente na AML (2001).....	100
Figura 6.10: distribuição dasimétrica da população residente na AML (2011).....	101
Figura 6.11: taxa de variação da população residente na AML (1950-1960).....	102

Figura 6.12: taxa de variação da população residente na AML (1960-1970).....	102
Figura 6.13: taxa de variação da população residente na AML (1970-1981).....	103
Figura 6.14: taxa de variação da população residente na AML (1981-1991).....	103
Figura 6.15: taxa de variação da população residente na AML (1991-2001).....	104
Figura 6.16: taxa de variação da população residente na AML (2001-2011).....	104
Figura 6.17: Índice Nielsen Alimentar - evolução do número de lojas de retalho alimentar em Portugal Continental (1976-2015).....	107
Figura 6.18: Índice Nielsen Alimentar - evolução da quota de mercado de lojas de retalho alimentar em Portugal Continental (1976-2015).....	108
Figura 6.19: evolução do número de estabelecimentos de retalho alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018), com divisão em classes apoiada nas ruturas da distribuição.....	110
Figura 6.20: evolução do peso dos diferentes formatos de estabelecimentos da Sonae MC na AML (1987-2018).....	111
Figura 6.21: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-1993).....	115
Figura 6.22: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2004).....	116
Figura 6.23: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2010).....	116
Figura 6.24: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018).....	117
Figura 6.25: distribuição dos pontos centrais de todos os formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	127
Figura 6.26: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos hipermercados Continente da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	128
Figura 6.27: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Modelo da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	129
Figura 6.28: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Bom Dia da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	130
Figura 6.29: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Meu Super da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	131
Figura 6.30: distribuição dos pontos centrais de todos os formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo.....	132

Figura 6.31: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos hipermercados Continente da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo ...	133
Figura 6.32: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Modelo da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo	134
Figura 6.33: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Bom Dia da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo	135
Figura 6.34: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Meu Super da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo	136
Figura 6.35: densidade de Kernel dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML	139
Figura 6.36: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC em relação à rede rodoviária (autoestradas e vias equiparadas) e dos territórios artificializados na AML.....	140
Figura 6.37: evolução temporal dos atributos espaciais dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML.....	143
Figura 6.38: distribuição geográfica dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC, por classe de distância à cidade-centro na AML (1987-2018)	137
Figura 6.39: corema-síntese: dinâmicas territoriais do desenvolvimento urbano e da distribuição alimentar da Sonae MC na AML	137
Figura 6.40: corema-síntese: dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da distribuição alimentar numa área metropolitana	175

Índice de tabelas

Tabela 2.1: atributos demográficos dos estádios do desenvolvimento urbano	18
Tabela 3.1: estratégias espaciais das grandes cadeias de distribuição alimentar	32
Tabela 4.1: evolução dos atributos espaciais dos sistemas comerciais entre 1960 e a atualidade	48
Tabela 4.2: formatos comerciais de dominante alimentar - estratégias e características espaciais ...	54
Tabela 5.1: evolução do número de freguesias por município na AML (1950-2011)	74
Tabela 5.2: classes de ocupação e uso do solo usadas para a classificação de áreas artificializadas ..	76
Tabela 5.3: características dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC.....	83
Tabela 6.1: população residente e densidade populacional, por componente e por ano na AML	86
Tabela 6.2: população residente, densidade populacional e proporção de população residente, por classe de distância à cidade-centro e por ano na AML.....	90
Tabela 6.3: correlação espacial entre a densidade de Kernel dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML.....	138
Tabela 6.4: distância dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC em relação às vias rápidas e aos centros dos tecidos urbanos na AML	141
Tabela 6.5: relação entre o estádio do desenvolvimento urbano e a abertura de estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (casos válidos e inválidos)	152

Lista de abreviaturas

AML – Área Metropolitana de Lisboa

CBD – *Central Business District*

COS – Cartografia de Uso e Ocupação do Solo

SDE – Elipse de desvio padrão

TLC – Teoria dos Lugares Centrais

1. Introdução

Ao longo das últimas décadas, as estratégias espaciais da distribuição alimentar desenvolvidas pelo setor retalhista integrado têm-se alterado profundamente. Estas mutações têm impactado na relação dicotômica entre cidade e comércio com evidentes repercussões espaciais. Essa evolução tem-se caracterizado por uma intensidade particularmente significativa nas regiões economicamente mais desenvolvidas, onde se incluem as áreas metropolitanas, e é um resultado direto das manobras espaciais introduzidas e lideradas pelos grandes grupos de distribuição alimentar, que vieram revolucionar as estruturas comercial e de abastecimento até então estabelecidas. Como tal, os sistemas metropolitanos devem ser entendidos como espaços complexos e dinâmicos, onde a mudança é constante e onde os desafios provocados por essas modificações maior magnitude atingem. Conseqüentemente, as estratégias espaciais formuladas e implementadas pelos segmentos integrados do retalho alimentar privilegiaram, num momento inicial, as áreas metropolitanas enquanto espaços de crescimento e expansão desses grupos, tendo sido desenvolvidos, desde então, critérios de implantação com seletividade territorial. No entanto, nos últimos anos, o padrão e a morfologia da disposição espacial dos estabelecimentos de dominante alimentar das cadeias de distribuição têm-se alterado substancialmente, o que permite indiciar mutações nas estratégias espaciais por elas desenvolvidas.

Embora as discussões sobre as estratégias espaciais do comércio alimentar tenham colhido, durante os anos 1990, um conjunto relevante de contributos, com abordagens inseridas na nova geografia económica, é evidente que, desde então, as dinâmicas espaciais desenvolvidas pelos grupos de distribuição alimentar se alteraram, tornando-se progressivamente mais complexas. Paralelamente, essas transformações nas estratégias territoriais não podem ser dissociadas das dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano do sistema metropolitano, que igualmente se alteraram. A relação dual entre estes dois elementos tem, por isso, ao longo das últimas décadas, registado transformações espaço-temporais importantes, o que implica que a estrutura de um processo possa influenciar a morfologia espacial do outro. Conseqüentemente, é legítimo inferir a existência de uma relação mútua entre a evolução espaço-temporal da forma urbana e o setor da distribuição de dominante alimentar. Assim, até aqui, no espaço metropolitano, num tempo não muito distante, predominava uma estrutura de comércio alimentar que se caracterizava por pequenos comerciantes do segmento retalhista independente que estabeleciam uma relação umbilical com a cidade, permitindo a emancipação e posterior consolidação de lógicas hierárquicas na organização espacial do setor retalhista, fundeadas em atributos espaciais ancorados no valor da proximidade e da centralidade. Por isso, a estrutura do abastecimento era, à escala metropolitana, uma resposta à

estrutura espacial marcadamente monocêntrica, estando a oferta concentrada, sobretudo, na cidade-centro. Porém, a abertura de Portugal ao exterior num contexto de progressiva democratização do sistema político e a subsequente adesão à Comunidade Económica Europeia, com demonstrados impactes no nível socioeconómico das famílias, possibilitaram a entrada e a ascensão de agentes mais dinâmicos cujas manobras corporativas e espaciais vieram abalar, particularmente a partir da década de 1980, a estrutura comercial até então consolidada, através da abertura dos primeiros hipermercados nas franjas pericentrais e suburbanas do sistema metropolitano, privilegiando uma implantação espacial em áreas irrigadas pelos principais eixos rodoviários. A consolidação da designada distribuição moderna iniciou-se, precisamente, a partir deste período e resultou na consagração de um progressivo divórcio entre a cidade e o abastecimento alimentar. Esta transição espacial do abastecimento alimentar tem demonstrado um elevado nível de associação com a progressiva densificação dos aglomerados suburbanos, numa etapa inicial na primeira coroa suburbana e, numa fase posterior, em áreas progressivamente mais distensas no espaço, contribuindo, assim, para a diluição das estruturas comerciais hierárquicas e para a emancipação de estruturas pós-hierárquicas, com uma crescente diversificação dos ambientes retalhistas e das suas lógicas de implantação espacial. Mais recentemente, algumas áreas metropolitanas mais desenvolvidas têm-se posicionado num estágio de desenvolvimento urbano de maior maturação, verificando-se, em muitos desses casos, o decréscimo da pujança da dinâmica demográfica da cintura periférica enquanto, ao mesmo tempo, o encolhimento demográfico das áreas centrais tem demonstrado tendências de reversão. Tem sido particularmente nas áreas metropolitanas norte-americanas e da Europa setentrional e ocidental que essa dinâmica do desenvolvimento urbano mais se tem acentuado. A aparente transição para um novo estágio do desenvolvimento urbano não tem sido, em alguns casos, ignorada pelas cadeias de distribuição alimentar, o que tem permitido iniciar, em diversos contextos geográficos, uma discussão em torno das novas relações de conveniência que se começaram a vislumbrar nas estratégias espaciais dos grandes distribuidores num contexto metropolitano policêntrico, caracterizadas por novos atributos espaciais que recusam as lógicas de implantação veiculadas pelo segmento dos hipermercados. Porém, esta discussão, no contexto português, caracteriza-se ainda por um elevado grau de incipiência, aventando-se enquanto principal explicação o posicionamento das áreas metropolitanas portuguesas numa fase ainda não tão madura no ciclo de vida do desenvolvimento urbano e também no mercado da grande distribuição alimentar.

Este é o contexto em que surge a investigação que aqui apresentamos. Em primeiro lugar, ao longo das últimas décadas, no caso português, as estratégias da distribuição alimentar têm sido caracterizadas por transições espaço-temporais que, até aqui, têm sido pouco discutidas. Por outro lado, desde os anos 1990, os estudos urbanos têm negligenciado a temática associada às estratégias

espaciais da distribuição alimentar. Consequentemente, as abordagens até aqui empreendidas caracterizaram-se por observações empíricas que, atualmente, se afiguram desatualizadas face ao crescente dinamismo do setor retalhista nas últimas décadas, tanto ao nível dos formatos de dominante alimentar, como no que respeita aos seus atributos espaciais. Finalmente, existe ainda um caminho aberto a fim de estabelecer uma relação concreta entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as sucessivas transições espaciais da distribuição alimentar verificadas no sistema metropolitano.

A estrutura conceptual deste estudo está ancorada em três pilares: as dinâmicas do desenvolvimento urbano, a destruição criativa do ambiente construído e o capital espacial. O primeiro pilar da investigação é descrito pelo modelo dos estádios do desenvolvimento urbano desenvolvido por Leo Klaassen *et al.* (1981) e van den Berg *et al.* (1982). Na análise do processo de redistribuição da população residente, a teoria do ciclo de vida urbano tem sido frequentemente adotada para descrever transições entre os diferentes estádios de desenvolvimento urbano. Nesta investigação, partimos da perspetiva regional proposta por Parr (2005), a partir da qual, mantendo-se a relação dialética centro-periferia, é possível detalhar as mudanças espaço-temporais das dinâmicas do desenvolvimento urbano de um sistema metropolitano. Através deste pilar, ancorado na dimensão metafórica que se estabelece entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e um ciclo de vida, será possível, através do comportamento demográfico da cidade-centro e da periferia do sistema metropolitano, identificar tendências de centralização e de descentralização na distribuição da população residente. Este pilar ajudar-nos-á a verificar se as dinâmicas do desenvolvimento urbano têm uma repercussão nas estratégias espaciais da distribuição alimentar. O segundo pilar conceptual é traduzido pelo processo de destruição criativa do ambiente construído desenvolvido por Joseph Schumpeter (1950 [1942]). Partindo da evidência de que o setor retalhista é caracterizado por uma inovação extrema, seja pela introdução de novos meios de fazer negócio, seja pelo aparecimento e disseminação de novos conceitos retalhistas ou ainda pela atualização dos conceitos existentes, tal tem possibilitado a existência de transições espaciais da distribuição alimentar. As grandes cadeias de distribuição alimentar exploram e penetram em espaços específicos, construindo e destruindo sucessivas configurações espaciais através do processo de mudança espacial do capital. Tal como conceptualizado por Tester (2009), a criação de novos segmentos com distintas implantações espaciais deve ser entendida como uma estratégia adaptativa das cadeias de distribuição relativamente às novas realidades do mercado. Assim, este conceito permitir-nos-á descrever a transição espacial do capital retalhista, refletindo a criação de novos espaços de comércio com o objetivo de se adequarem ao mercado sem a manutenção das estruturas anteriores (Schumpeter, 1950 [1942]). Finalmente, o terceiro pilar para analisar as estratégias espaciais da distribuição

alimentar envolve o conceito de capital espacial, conceptualizado por Lévy & Lussault (2003) como um conjunto de recursos acumulados por um ator que lhe permitem tirar vantagem, em função da sua estratégia, de uma componente espacial. Estes autores teorizam o espaço enquanto um espaço moldado e estriado que permite criar uma diferenciação entre os lugares. Anos mais tarde, também Boelens (2010) assumiu que o espaço incorpora e fornece aos atores um conjunto de atributos que enformam a sua ação, permitindo às cadeias de distribuição mobilizarem a textura espacial para definirem as suas estratégias e mobilizarem determinados atributos espaciais como uma forma de capital para enfrentarem os desafios do mercado.

O caso de estudo selecionado para esta investigação foi a cadeia de distribuição Sonae e, mais especificamente, a empresa Sonae MC, que integra o *portfólio* de dominante alimentar do grupo. A escolha deste grupo de distribuição resulta, em primeiro lugar, do facto de se tratar da primeira cadeia de hipermercados a operar no mercado português desde 1985, em resultado da *joint venture* entre a Sonae e o grupo retalhista francês *Promodès*. Além disso, esta cadeia de distribuição tem estabelecido estratégias espaciais de crescimento e expansão localizadas particularmente em áreas metropolitanas, o que permitiu seleccionar a AML enquanto território de análise de acordo com dois critérios: forte componente hierárquica e grande seletividade territorial. Em segundo lugar, a Sonae MC tem sido a cadeia-líder no setor de retalho alimentar em Portugal, facto avaliado através da quota de mercado dos principais grupos de distribuição a operar em Portugal, o que permite inferir que a sua estratégia espacial pode ser representativa dos principais grupos que operam nos mesmos segmentos do retalho alimentar. Em terceiro lugar, a Sonae MC opera no mercado da distribuição alimentar um *portfólio* constituído por vários formatos de estabelecimentos, com diferentes graus de maturidade, com exceção do *discount*. A oferta integra os hipermercados da insígnia Continente e, no segmento dos supermercados, as insígnias Continente Modelo (grandes supermercados), Continente Bom Dia (supermercados de conveniência) e Meu Super (lojas de proximidade em formato *franchising*). Portanto, não foram inclusos na análise os negócios adjacentes da Sonae MC. Estes foram, assim, os principais critérios para a seleção da Sonae MC enquanto caso de estudo.

Os três objetivos terminais que estruturam esta investigação são os seguintes:

- ⌘ **O1.** Analisar a evolução da distribuição espacial da população residente na AML, através da interpretação das tendências de transformação demográfica e de gradiente urbano, para identificar as etapas do processo de desenvolvimento urbano no contexto metropolitano.
- ⌘ **O2.** Discutir os padrões espaciais dos diferentes formatos de dominante alimentar da cadeia Sonae MC na AML, através da representação cartográfica dos estabelecimentos e da aplicação

de medidas de análise espacial, de modo a identificar as mudanças nas estratégias espaciais desenvolvidas pela cadeia de distribuição na AML.

- ⌘ **O3.** Avaliar a relação entre a distribuição espacial dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC e as dinâmicas do desenvolvimento urbano na AML, através da análise crítica da evolução da estratégia espacial da cadeia e das dinâmicas urbanas, para aferir a existência de associação entre os dois processos.

De acordo com estes objetivos, formulou-se um conjunto de hipóteses relativas às estratégias espaciais da distribuição alimentar que irão ser testadas durante a investigação. Decidimos distinguir uma hipótese geral e três hipóteses secundárias que irão concorrer para o desenvolvimento da primeira.

- ⌘ **HG.** A relação entre a cidade e o comércio alimentar tem-se transformado no espaço e no tempo, transitando de uma relação umbilical para relações de progressivo divórcio e de conveniência, mutações que decorrem, em grande medida, das transformações nas dinâmicas do desenvolvimento urbano.

Durante as últimas décadas, tem-se assistido a um aumento significativo do nível de concentração da venda a retalho alimentar em virtude do crescimento de grandes cadeias de distribuição que pretendem criar um espaço competitivo, o que tem justificado que as estratégias espaciais e o investimento em determinados segmentos de mercado se tenham transformado. Deste modo, os modelos iniciais de localização da atividade comercial envolveram uma construção teórica que definia uma relação linear entre a localização, a frequência e a raridade dos bens, aclarando uma relação hierárquica entre o nível do centro e a raridade dos produtos. Assim, numa primeira fase, estabelecia-se uma relação umbilical entre o comércio e o centro das cidades. Com a expansão periférica das áreas metropolitanas, vão surgindo novos territórios que retiram ao centro das cidades a sua hegemonia enquanto foco de comércio e consumo. Esta descentralização da atividade comercial alimentar foi amplificada pelo surgimento das grandes cadeias de distribuição que desenvolveram novos conceitos comerciais a partir dos anos 1980 e que revolucionaram a periferia suburbana, designadamente através dos hipermercados, dos centros comerciais ou das médias e grandes superfícies especializadas. Consequentemente, assistiu-se a um progressivo divórcio entre a atividade comercial e a cidade propriamente dita, uma vez que se configurou um modelo urbano multipolar que veio transformar o abastecimento alimentar e não-alimentar das famílias portuguesas (Barata-Salgueiro, 1989, 1996; Barata-Salgueiro & Cachinho, 2009; Teixeira, 1996). Numa última etapa de descentralização da venda a retalho alimentar, Pacione (2005) afirma que o comércio eletrónico

permitiu uma profunda transformação na organização espacial, pelo que se configuram atributos espaciais associados à a-espacialidade (Weber, 1964). Mais recentemente, outros autores, como Cachinho (2010), Herbert *et al.* (2018) ou Wood & McCarthy (2014), têm identificado um conjunto de sintomas de morbilidade e de saturação do sistema de consumo de massas, ancorado nas grandes superfícies alimentares como o hipermercado, apelando a um retorno ao tempo lento, uma vez que os crescentes constrangimentos espaço-temporais dos consumidores têm demonstrado que a proximidade continua a ser uma tendência importante das compras alimentares, o que tem justificado o reinvestimento em novos conceitos de distribuição alimentar, de pequena e média dimensão, em determinados aglomerados urbanos (Bromley & Thomas, 1993a; Gasnier & Guillemot, 2011; Meneely *et al.*, 2009). Assim, argumentamos que a organização espacial da venda a retalho alimentar transitou de dinâmicas associadas à centralidade e à proximidade para dinâmicas embutidas de atributos como a acessibilidade e a facilidade de estacionamento e, numa fase mais recente, associadas a novos atributos de proximidade e relações de conveniência em aglomerados densos ou de circulação pedonal, como descrito por Gardner & Sheppard (1989). Considerando que existe uma relação de dependência entre a cidade e o comércio, como defende Henri Pirenne (1946 [1925]), argumentamos que as transformações na organização espacial da distribuição alimentar decorrem do nível de urbanização e da dimensão dos aglomerados urbanos, ou seja, das dinâmicas evolutivas do desenvolvimento urbano, no espaço e no tempo (Klaassen *et al.*, 1981; Fernandes *et al.*, 2000; Öner, 2014). Finalmente, a hipótese geral pressupõe que as cadeias de distribuição mobilizam e acionam os atributos espaciais existentes para a formulação das suas estratégias espaciais, promovendo mudanças na organização espacial e nos conceitos de estabelecimentos alimentares existentes, que são abandonados ou nos quais progressivamente se desinveste.

Para testar cabalmente a hipótese geral enunciada, formularam-se três hipóteses secundárias:

- § **H1.** O modelo dos estádios do desenvolvimento urbano permite reconstruir a vida de um sistema metropolitano, traduzindo-se em momentos de centralização e de descentralização que seguem etapas sucessivas de urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização.

Esta assunção veicula o primeiro referencial teórico da investigação a fim de compreender as estratégias espaciais da distribuição alimentar. O que se afirma, neste contexto, é que o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano permite reconstruir, no espaço e no tempo, as dinâmicas urbanas da AML, possibilitando identificar, na sua estruturação, distintas fases de centralização e de

descentralização. Esta perspetiva interpretativa implica relações de causalidade entre o passado, o presente e o futuro, uma vez que a reconstrução da vida urbana de um sistema metropolitano envolve mudanças constantes, sucessivas e lineares. Por isso, segundo Klaassen *et al.* (1981) e van den Berg *et al.* (1982), a melhor dimensão analógica para compreender o desenvolvimento urbano de um sistema metropolitano é caracterizado pela existência de um ciclo espacial. Esse ciclo contempla parâmetros que descrevem tendências de centralização e de descentralização que permitem distinguir, no espaço e no tempo, um sistema que emerge e declina e no qual os parâmetros de cada estágio de desenvolvimento devem ser inequívocos. Como tal, para reconstruirmos a vida urbana da AML, baseamo-nos no pressuposto de Rodrigue *et al.* (1997), que implica que um determinado sistema deve comportar-se com estabilidade relativa no tempo e no espaço. Deste modo, tal como apontou Birch (1971) nos seus primeiros trabalhos, as características de cada estágio do desenvolvimento urbano devem ser bem-definidas e empiricamente testáveis. Essas características paramétricas envolvem, enquanto dimensão analítica, três categorias: a área central, a área periférica e a aglomeração, sendo em função do seu comportamento demográfico, quer na direção, quer na magnitude, que se identificam os diferentes estágios do desenvolvimento urbano: urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização. Assim, afigura-se relevante introduzir a conceptualização de Parr (2005), em que o sistema metropolitano é analisado de forma dual, permitindo distinguir a *C-Zone* (área central) e a *S-Zone* (área suburbana), cujos comportamentos demográficos permitem analisar e discutir a expansão ou encolhimento urbano de um sistema metropolitano e das suas componentes. Consequentemente, à semelhança de Klaassen *et al.* (1981), argumentamos que as dinâmicas do desenvolvimento urbano ajudam a explicar a distribuição geográfica das atividades económicas, pelo que consideramos que um dos pilares da formulação e implementação das estratégias espaciais pelas cadeias de distribuição alimentar é moldado por essas dinâmicas.

- ⊗ **H2.** O aparecimento de novos conceitos de estabelecimentos resulta de uma estratégia adaptativa desenvolvida pelas cadeias de distribuição a fim de responder aos desafios do mercado, desinvestindo ou abandonando determinados formatos em detrimento de outros.

O processo de destruição criativa do ambiente construído tem sido mobilizado enquanto conceito explicativo para explorar os processos de transformação das paisagens retalhistas e dos sistemas comerciais, sendo comumente analisado enquanto um processo que traduz a formulação e, em muitos casos, a implementação de estratégias adaptativas por parte das cadeias de distribuição, argumento discutido por Herbert *et al.* (2018) no caso da distribuição alimentar francesa e que mobilizamos para esta investigação. O conceito de *spatial switchings*, que encontramos em Wrigley & Lowe (2002) e por nós traduzido por transições espaciais, surge recorrentemente ao longo da

investigação para clarificar a discussão em torno das sucessivas vagas de transformações na organização espacial da distribuição alimentar (Cachinho, 2005, 2011; Teixeira, 1996, 2002), particularmente na secção em que discutiremos a evolução das estratégias locativas dos diversos segmentos de distribuição alimentar, transitando de momentos de centralização para momentos de descentralização e configurando aquilo que Wrigley & Lowe (2002) apelidam de geografia inconstante. Este conceito, embora surja de forma implícita na generalidade dos estudos, está presente e, por isso, é conceptualmente necessário para a estruturação desta hipótese. Porém, a organização espaço-temporal do sistema de distribuição alimentar tem assumido um carácter profundamente descritivo na generalidade da produção científica. Deste modo, afigura-se relevante introduzir o conceito explicativo de destruição criativa do ambiente construído, tal como teorizado por Joseph Schumpeter (1950 [1942]), e posicioná-lo na rede conceptual e estratégica das empresas de distribuição alimentar, como discutem Erkip *et al.* (2014) ou Herbert *et al.* (2018). Este conceito pode ser interpretado de acordo com Tester (2009), quando existem sintomas de morbilidade nos sistemas e a partir dos quais existe necessidade de desenvolver novas fórmulas para substituir as anteriores. Portanto, as transições espaciais decorrem da natureza da destruição criativa em que o capital circula numa mesma paisagem, permanentemente construindo e reconstruindo o ambiente construído (Schumpeter, 1950 [1942]; Harvey, 1981). Tal como argumentam Barata-Salgueiro (1996) ou Rousseau (2008), as cadeias de distribuição não se coadunam com uma estratégia passiva no tempo e no espaço e, portanto, geram processos dinâmicos de transformações e renovações constantes. Essa evidência é igualmente destacada por Schumpeter (1950 [1942]) ao alegar que as empresas inovam para manterem a sua posição no mercado. Consequentemente, o nosso objetivo será identificar e cartografar as transformações no sistema retalhista de uma cadeia de distribuição alimentar e procurar verificar se existem mudanças nas estratégias espaciais dessa cadeia a fim desta se adaptar às novas realidades do mercado. Para tal, equacionamos que, além de meras transições espaciais e temporais no aparelho comercial alimentar, estas transições enformam estratégias adaptativas das empresas para contrariar sintomas de morbilidade no sistema comercial.

- ⊗ **H3.** O espaço, através dos seus atributos, revela-se um actante que condiciona a localização dos diferentes formatos de distribuição alimentar, uma vez que este, sob a forma de capital, é estrategicamente mobilizado pelas cadeias de distribuição nas suas estratégias espaciais.

Até recentemente, alguns autores têm mobilizado as teorias da economia clássica para explicar as transformações na distribuição espacial das atividades económicas, assumindo que o espaço é neutro e liso, não desempenhando qualquer papel de agenciamento. Também algumas perspetivas sociológicas, onde encontramos Bourdieu (1987), têm atribuído particular importância a

outros tipos de capital, como o económico, o social e o cultural, desvalorizando a componente espacial. Lévy (2014) defendeu, porém, que a dimensão espacial dos mundos sociais deve incorporar os atributos espaciais para compreender os fenómenos. Por isso, mais recentemente, tem-se vindo a discutir que o espaço geográfico tende a ser um agente explicativo relevante para a organização espacial e sociológica das atividades quotidianas e económicas, sendo, através da sua textura, um importante agente de diferenciação (Lefebvre, 1991 [1974]; Jansson, 2007). Por isso, além do papel dos atores, que remonta às perspetivas comportamentalistas, a organização do sistema comercial depende de outros elementos, entre os quais o espaço, que, através dos seus atributos, exerce uma ação de mediação. Consequentemente, o espaço, embora possa não determinar o processo de localização, segundo Cachinho (2005), pode fornecer aos atores um conjunto de condições para que estes atuem, funcionando, portanto, como um actante relevante para a reprodução do sistema comercial alimentar (Rérat & Lees, 2010). Assim, considerando a distinção de Deleuze & Guattari (2008), o espaço não é neutro ou liso, mas é estriado, gerando diferenciações entre os diferentes territórios, cujos atributos são equacionados pelas cadeias de distribuição. Deste modo, assumimos que o espaço é estrategicamente mobilizado e acionado, sob a forma de capital, pelas cadeias de distribuição de modo a ultrapassar os desafios do mercado.

A abordagem da investigação centra-se nos conceitos descritivos de dinâmicas do desenvolvimento urbano, destruição criativa do ambiente construído e capital espacial, que enformam os três pilares a partir dos quais se analisarão as estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML. Numa primeira etapa da investigação, reconstruíram-se, através dos recenseamentos da população, as dinâmicas do desenvolvimento urbano do sistema metropolitano, detalhando-se a evolução demográfica espaço-temporal das componentes da aglomeração, o que permitiu, por um lado, analisar a expansão urbana da AML e as grandes tendências de transformação demográfica e de gradiente urbano e, por outro lado, enquadrar a evolução espaço-temporal do sistema metropolitano no modelo dos estádios do desenvolvimento urbano. Numa segunda etapa, procedeu-se ao levantamento dos estabelecimentos de dominante alimentar da empresa Sonae MC a operar na AML, identificando-se a data de inauguração desses estabelecimentos. A partir desta informação, mobilizando técnicas e medidas de análise espacial, cartografaram-se as transições espaciais descritas pelos diversos formatos de lojas da Sonae MC no território metropolitano, tendo sido deste modo possível analisar as transformações do padrão espacial, da geometria e da morfologia da distribuição alimentar na AML. Na terceira etapa da investigação, analisaram-se, através de técnicas e de medidas de densidade e de proximidade, os atributos espaciais a que cada insígnia de dominante alimentar se associa, o que permitiu, por um lado, identificar as características de localização e de distribuição espacial veiculadas pelos diversos estabelecimentos que compõem o

portfólio da empresa Sonae MC e, por outro, discutir as mudanças temporais dos atributos espaciais mobilizados por esta cadeia de distribuição na sua estratégia espacial. Finalmente, a última etapa da investigação apoiou-se na linguagem coremática para discutir criticamente a relação que se estabelece entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da distribuição alimentar.

Esta dissertação estruturar-se-á do seguinte modo. Começaremos por contextualizar as tendências globais da urbanização, avançando-se para uma breve resenha histórica das interpretações sobre o desenvolvimento urbano. De seguida, apresentar-se-á o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano, que estrutura o primeiro pilar da investigação. Nesta secção, abordar-se-ão os princípios conceptuais dos estádios do desenvolvimento urbano concebidos originalmente. Na subsecção seguinte, identificar-se-ão as limitações teórico-práticas à utilização do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano em exercícios empíricos mais recentes. A terceira secção apresentará muito brevemente as principais tendências de transformação do comércio retalhista ancorada em dois pilares. Em primeiro lugar, na organização da venda a retalho e, em segundo lugar, no perfil do consumidor, que, conjuntamente, fundamentam as grandes mudanças espaciais na venda a retalho alimentar. De seguida, ir-se-ão explanar as principais perspetivas teóricas que contribuem para compreender a organização espacial da atividade comercial. Ainda no quarto capítulo, abordar-se-á a transição do comércio retalhista independente, espacialmente ancorado na centralidade e na proximidade, para o comércio retalhista integrado, explorado pelas grandes cadeias de distribuição, que privilegiaram, num primeiro momento, a acessibilidade e a facilidade de estacionamento e, mais recentemente, a proximidade física, anunciando um retorno à cidade-centro. O quarto capítulo sistematiza, assim, as principais mudanças do retalho alimentar, responsáveis pela transição de uma estrutura espacial hierárquica para uma estrutura pós-hierárquica e a diversificação do ambiente retalhista alimentar.

Os capítulos seguintes centrar-se-ão na abordagem empírica ao caso de estudo da investigação. O quinto capítulo é, por isso, dedicado à apresentação e explanação do quadro e rede conceptual, identificando-se e desenvolvendo-se, através do modelo de análise, os conceitos descritivos que irão estruturar a abordagem que empreenderemos. A penúltima subsecção do quinto capítulo é dedicada à apresentação dos métodos e técnicas mobilizadas para medir cada um dos pilares basilares da investigação. Finalmente, encerra-se esse capítulo com a apresentação do caso de estudo, sendo apresentada a cadeia de distribuição e o *portfólio* de formatos de dominante alimentar por ela explorados. Posteriormente, apresentar-se-ão os resultados da análise empírica conduzida, aos quais se dedicarão as três subsecções do capítulo 6. A primeira debruçar-se-á sobre as dinâmicas do desenvolvimento urbano na AML. Numa segunda fase, dar-se-á particular destaque à análise das

mudanças espaço-temporais da distribuição alimentar no contexto metropolitano, identificando-se as transições do investimento da cadeia de distribuição e a recomposição dos atributos espaciais da oferta de dominante alimentar. A terceira subsecção destinar-se-á à discussão da relação entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da cadeia de distribuição alimentar em estudo. Finalmente, o último capítulo da dissertação focar-se-á na validação das hipóteses anteriormente apresentadas e na discussão dos resultados da investigação, seguindo-se uma síntese das conclusões e das principais limitações operacionais que permitirão identificar pontes para futuras investigações.

2. Urbanização e dinâmicas do desenvolvimento urbano

2.1. Tendências globais da urbanização

Ao longo das últimas seis décadas, uma proporção progressivamente maior da população mundial tem vindo a concentrar-se em espaços considerados urbanos, particularmente em cidades. Esta evidência legitima reconhecer que o processo de urbanização se tem tornado uma tendência global (Nações Unidas, 2015, 2018), porém tem registado velocidades assimétricas (Sassen, 2012 [1994]; Wolff, 2018). Por um lado, as regiões economicamente mais avançadas, onde se incluem a Europa ocidental e setentrional e os EUA, parecem ter atingido o auge das tendências de concentração da população nas grandes cidades até 1950 e atualmente estão a enfrentar processos de redistribuição da população e, em alguns casos, de um certo repovoamento das áreas centrais que experienciaram, até então, uma tendência de declínio demográfico (Audirac *et al.*, 2012; Champion, 2001; Martinez-Fernandez *et al.*, 2012; Morelli *et al.*, 2014; Mogridge & Parr, 1997; Pacione, 2005; Reckien & Martinez-Fernandez, 2011). Por outro lado, é nos países em desenvolvimento onde se registam as maiores taxas de crescimento urbano, sendo neles onde têm emergido as próximas cidades globais (Sassen, 1991), evidência recentemente destacada pelas Nações Unidas (2015, 2018). Em qualquer das velocidades, o crescimento urbano, entendido por Pacione (2005) como o aumento da população residente em cidades e a conseqüente dilatação física da forma urbana, tem contribuído para a multiplicação de lugares considerados urbanos por duas vias: aumento natural da população urbana ou, como destacou Fielding (1994), pelo crescimento do saldo de movimentos internos provenientes das áreas rurais em direção às áreas urbanas. Mais recentemente, outros autores têm atribuído às migrações internacionais um contributo significativo para explicar o crescimento urbano (Buzar *et al.*, 2007).

Neste contexto, o processo de urbanização é bidirecional. Considerando as evidências em alguns contextos metropolitanos após 1970, é legítimo considerar que o nível de urbanização não é ininterruptamente crescente. Se atendermos às tendências apresentadas por Pacione (2005) ou Wolff (2018), o nível de urbanização em alguns países desenvolvidos tem vindo a declinar em virtude de processos de redistribuição da população residente, associada à expansão periférica ou ao declínio absoluto de residentes nas grandes cidades. Este facto indicia que o processo de urbanização envolve um conjunto de etapas evolutivas, o que permite clarificar distintas dinâmicas de desenvolvimento urbano.

2.2. Interpretações do desenvolvimento urbano

Reconhecendo que o processo de urbanização não é unidirecional, foram emergindo várias interpretações que assumem que o desenvolvimento urbano deve ser analisado enquanto um processo que se move de tendências de crescimento para tendências de declínio (Fol & Cunningham-Sabot, 2010; Lang, 2000), processo que, segundo Beauregard (2003), é inseparável da história das cidades. Nesta linha teórica inscreve-se a interpretação de Mumford (1961) que revela que as cidades e as sociedades transitam entre fases de crescimento, estagnação, declínio e, em casos mais extremos, de desaparecimento. Esta interpretação funda-se numa visão orgânica alicerçada nos princípios da Escola Ecológica de Chicago e, particularmente, nos estudos de Hoyt (1939). Outra interpretação do desenvolvimento urbano foi desenvolvida por Gutkind (1962) em *The Twilight of Cities*, que afirma que o declínio urbano se deve à crescente mobilidade e ao crescimento da civilização tecnológica.

Porém, foi apenas nos anos 1970 quando se lançaram as bases teóricas que permitiram sustentar as teorias do desenvolvimento urbano. Segundo Birch (1971), os teóricos urbanos podem mobilizar duas lentes para discutir o crescimento urbano. Por um lado, utilizando uma lente macro-sistémica, focando-se no fenómeno do crescimento urbano e na mudança que determinadas forças promovem para esse desenvolvimento, e, por outro lado, através de uma lente micro, orientada por processos que resultam de ações individuais.

Birch (1971) contribuiu substancialmente para formular uma teoria de estádios de crescimento urbano que permitiu relacionar os fluxos de indivíduos com o desenvolvimento urbano, minimizando as lacunas empíricas sobre as dinâmicas evolucionistas dos sistemas urbanos, apesar dos desenvolvimentos introduzidos por Hoover & Vernon (1959) em *Anatomy of a Metropolis*. O trabalho de Birch (1971) permitiu quantificar os estádios definidos por Hoover & Vernon (1959) e, pela primeira vez, demonstrar a existência de uma tendência de transição de um determinado bairro de um estágio de desenvolvimento para outro. Com esta evidência, era expectável que os bairros mais antigos se concentrassem nas áreas centrais, enquanto os bairros de meia-idade se localizavam nas áreas periféricas próximas do centro e os bairros mais recentes em territórios ainda mais distantes da área central. Apesar da elevada probabilidade em concretizar a teoria proposta por Hoover & Vernon (1959), Birch (1971) não conseguiu identificar os fatores que conduziram à transição entre estádios, colocando dúvidas se tal evolução urbana estaria relacionada com mudanças sociais, abordagens que só posteriormente viriam a ser discutidas.

Tal discussão adensa-se substancialmente na década de 1980 com um conjunto de estudos que almejavam, perante os progressos da década anterior, modelar a dinâmica evolucionista do

desenvolvimento urbano e das regiões urbanas funcionais. O primeiro modelo foi, segundo Champion (1986), concebido por Peter Hall (1971). Após a demonstração empírica de Hall & Hay (1980), que legitimaram a regularidade das fases do desenvolvimento urbano na Europa, foram Klaassen *et al.* (1981) e, posteriormente, van den Berg *et al.* (1982) que, revisitando o modelo de Hall (1971), avançaram com uma hipótese empiricamente testada em 189 cidades em 14 países, advogando que o desenvolvimento urbano transita entre quatro estádios sucessivos com características de centralização e de descentralização: urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização.

2.3. Modelo dos estádios do desenvolvimento urbano: mudanças lineares e ciclos espaciais

Segundo Klaassen *et al.* (1981), até aos anos 1930, as teorias económicas eram demasiado estáticas, ignorando a dimensão espacial na compreensão dos fatores explicativos da distribuição da população e das atividades económicas. Segundo estes autores, as teorias económicas deveriam incorporar uma dimensão temporal e espacial, sendo, assim, possível explicar que a ocorrência de transformações resulta de eventos passados e presentes, esboçando-se uma ideia de causalidade entre sistemas. A partir de então, as teorias de localização económica incorporaram, progressivamente, os condicionamentos espaciais.

Considerando a importância progressiva do espaço nas teorias económicas, este deve ser igualmente considerado nos processos de desenvolvimento urbano, expressos em etapas de concentração e de desconcentração. Em *Dynamics of Urban Development*, Klaassen *et al.* (1981) reiteraram uma perspectiva de interpretação ancorada em relações de causalidade entre o passado, o presente e o futuro. Assim, as estruturas urbanas estão em constante mudança, uma vez que o passado condiciona as expectativas futuras, podendo alterar uma tendência linear. Por isso, é legítimo considerar que o modelo do desenvolvimento urbano é caracterizado por ciclos de vida que envolvem etapas de expansão e de declínio com repercussões espaciais.

Neste contexto, Rodrigue *et al.* (1997) consideram que a interpretação dos ciclos espaciais permite definir um enquadramento conceptual para analisar as reestruturações no desenvolvimento urbano. A assunção de existência de um ciclo de vida envolve um período contínuo no espaço e no tempo durante o qual um sistema emerge e declina. Consequentemente, durante um ciclo, um conjunto de condições relativamente estáveis e previsíveis devem ser verificadas enquanto numa fase de transição os parâmetros do ciclo em declínio ainda são efetivos e os parâmetros do ciclo em ascensão não estão totalmente estabelecidos. Assim, enquanto os atributos de um determinado

parâmetro, ou, segundo a terminologia de Klaassen *et al.* (1981), de um determinado estágio de desenvolvimento estão a ser alteradas e, paralelamente, se consolidam outras que alteram o estágio anterior, tal significa o avanço para uma etapa transitória ou para um período de crise, de instabilidade e de imprevisibilidade. Por isso, durante esse período, as ligações entre os estádios e nos estádios propriamente ditos estão em mudança, envolvendo a transição para um estágio de desenvolvimento distinto do anterior. Consequentemente, segundo Rodrigue *et al.* (1997), um ciclo de vida baseia-se na noção de que um sistema, uma vez em funcionamento, se comporta com uma estabilidade relativa das suas dinâmicas no tempo e no espaço. Este ciclo mantém-se até que as contradições entre os parâmetros que permitiram a sua ascensão e as forças da mudança não sejam demasiado divergentes, podendo-se, ou não, repetir essa dinâmica. Por isso, de acordo com Birch (1971), a relação analítica de cada estágio deve ser bem-definida e as suas características devem ser distintas e empiricamente testáveis. Para Klaassen *et al.* (1981), o ciclo espacial parece ser o termo mais adequado para ilustrar este processo dinâmico, uma vez que os desenvolvimentos passados ajudam a determinar as tendências futuras.

Esse reconhecimento parece, assim, legitimar o ponto de partida da teoria do desenvolvimento urbano que, de acordo com os autores, não pode estar dissociada do desenvolvimento económico. Neste enquadramento, Klaassen *et al.* (1981) são categóricos na hipótese que defendem: o desenvolvimento urbano é concebido enquanto um ciclo de vida em que a distribuição da população e das unidades de produção variam espacial e temporalmente. Segundo os mesmos autores, as aglomerações mais avançadas economicamente são também as que se encontram em estádios mais avançados no ciclo de desenvolvimento urbano. Nesta linha, Cheshire (1995) concluiu que a progressão de tendências de centralização para tendências de descentralização, entre 1951 e 1981, ocorreram do norte para o sul europeu, confirmando empiricamente a heterogeneidade de trajetórias urbanas e económicas na Europa ocidental discutidas por Kroll & Kabisch (2012) e mais recentemente por Wolff (2018).

As tendências de transformação espaciais do desenvolvimento urbano envolvem, enquanto dimensão analítica, três categorias: o centro, isto é, a área central que configura o primeiro elemento da aglomeração; a periferia, que constitui o segundo elemento da aglomeração, sendo definida pela proporção de movimentos pendulares realizados entre a periferia e a área central; e a aglomeração, que envolve as duas componentes e que, num sentido lato, pode ser entendida como uma região urbana funcional ou, segundo a conceptualização de Parr (2005), uma cidade-região. Segundo Morigridge & Parr (1997) e Parr (2005), o processo de desenvolvimento urbano deve ser analisado numa perspetiva regional, permitindo, assim, identificar um ciclo espacial que combina as dinâmicas centro-periferia, relação que proporciona uma “justificação convincente para o progresso das regiões

urbanas, desde a juventude inovadora à senilidade industrial”¹ (Hall, 1988: 16) e que permite enquadrar um sistema urbano em fases de crescimento e de declínio (Champion, 2001). Deste modo, é defendido que um ciclo envolve um funcionamento pautado por uma estabilidade relativa dos parâmetros dinâmicos do centro e da periferia no espaço e no tempo.

Uma outra característica conceptualizada por Klaassen *et al.* (1981) envolve um modelo de interpretação do desenvolvimento urbano que integra, por um lado, mudanças na direção e, por outro, na taxa de variação. Assim, aclaram-se dois tipos de transformações que devem ser consideradas na interpretação do desenvolvimento urbano: as absolutas, que integram mudanças nas direções da variação nas duas componentes (centro e periferia), ou relativas, quando as mudanças ocorrem na mesma direção, mas com magnitudes distintas (Champion, 2001).

A combinação destas duas premissas permite construir um modelo que considera quatro estádios e que, segundo Klaassen *et al.* (1981), constitui uma teoria embrionária para discutir as transformações que ocorreram nas estruturas espaciais ao longo do tempo e ainda para aclarar as consequências que essas mudanças desempenham no tamanho total das aglomerações. Consequentemente, cada estádio de desenvolvimento urbano é subdividido em duas fases que distinguem as suas mudanças absolutas e relativas (Figura 2.1 e Tabela 2.1).

Assim, à semelhança do modelo concebido por Hall (1971), o desenvolvimento urbano inicia-se por um período de centralização e de concentração da população residente e das atividades económicas nas áreas centrais, transitando progressivamente para períodos de descentralização relativa e depois absoluta que culminam no terceiro estádio de desenvolvimento urbano, em que a aglomeração enfrenta uma fase de declínio. A adaptação deste modelo por Klaassen *et al.* (1981) envolve uma adenda ao incorporar uma etapa de reconcentração, que poderá implicar a existência de um segundo ciclo que se iniciará novamente com um período de centralização e de concentração da população residente nas áreas centrais, findando, assim, o período de descentralização e de desconcentração da população residente. Mais especificamente, e embora Hall (1971: 118-119) se refira a uma tendência crescente de “descentralização em declínio”², Klaassen *et al.* (1981) justificam a introdução de um quarto e último estádio, com evidências empíricas verificadas em diversos contextos urbanos europeus, especificamente em países onde o desenvolvimento económico ancorado na industrialização foi mais precoce.

¹ Tradução nossa.

² Tradução nossa.

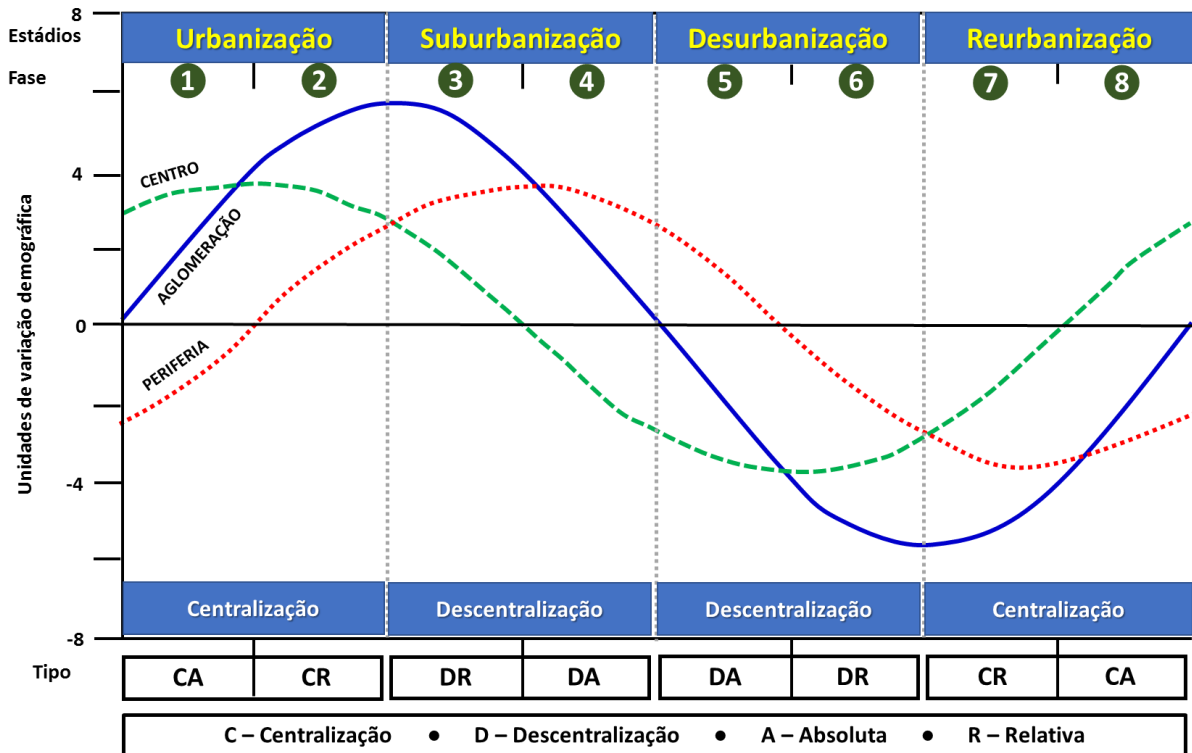


Figura 2.1: modelo dos estádios do desenvolvimento urbano - estádios e fases
 Fonte: adaptado de Klaassen *et al.* (1981)

Tabela 2.1: atributos demográficos dos estádios do desenvolvimento urbano

Estádio de desenvolvimento	Fase	Centro	Periferia
Urbanização	①	++	-
	②	++	+
Suburbanização	③	+	++
	④	-	++
Desurbanização	⑤	--	+
	⑥	--	-
Reurbanização	⑦	-	--
	⑧	+	--

Nota: + crescimento positivo; ++ crescimento muito positivo;
 - crescimento negativo; -- crescimento muito negativo

Fonte: adaptado de Champion (2001)

2.4. Estádios do desenvolvimento urbano: conceptualização e atributos

2.4.1. Urbanização

Champion (2001) discute o conceito de urbanização em duas aceções. Se alguns concebem a urbanização como um processo físico, associado ao crescimento da área afeta ao uso urbano, outros veem a mesma como um processo social em que os indivíduos adotam atitudes e comportamentos considerados urbanos. Porém, Wirth (1938) prefere designar esta última perspectiva de urbanismo como modo de vida, que define um processo social e não espacial caracterizado por mudanças complexas nas relações comportamentais que ocorrem na sociedade em consequência da consolidação de modelos sociais marcadamente urbanos. Eldridge (1942) define urbanização enquanto um processo de concentração da população em duas vias distintas. Por um lado, pela multiplicação de pontos de concentração e, por outro lado, pelo aumento da dimensão dessas mesmas concentrações. Esta conceção parece legitimar que o crescimento urbano se caracteriza por um processo espacial e demográfico pautado pela concentração da população em aglomerados com determinadas características de dimensão, de densidade e de heterogeneidade e envolve, conseqüentemente, uma mutação no padrão do povoamento, nas atividades económicas e na sociedade, assente em valores urbanos.

Porém, na perspectiva do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano, como esclarece Champion (2001), o conceito de urbanização deve ser discutido numa outra aceção. Como referimos, o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano pressupõe que o sistema urbano apresenta um ciclo de vida espacial que transita, ao longo do tempo, de fases de crescimento para fases de estabilidade e de declínio. Enquanto primeiro estágio do desenvolvimento urbano, a urbanização deve ser entendida como uma tendência de concentração espacial da população residente com crescimentos rápidos na área central e, paralelamente, decréscimos na periferia. Segundo Klaassen *et al.* (1981), este estágio de desenvolvimento urbano não pode ser lido sem considerar os processos de desenvolvimento industrial que geram um elevado potencial de atração pelas áreas centrais. Nyström (1992) concorda que o estágio de urbanização se consolida com a transição de uma sociedade agrícola para uma sociedade industrial, momento a partir do qual, também segundo Pacione (2005), se registam fortes tendências de urbanização.

Esta conceptualização, que resulta da urbanização diferencial entre as áreas centrais e as áreas periféricas, parece indicar a reduzida elasticidade dos residentes e os constrangimentos associados à inexistente ou ineficiente rede de transportes. Conseqüentemente, os elevados custos da pendularidade promovem a concentração da população e das atividades económicas, designadamente dos setores secundário e, mais tarde, terciário, nas áreas centrais. Deste modo,

consolida-se o aumento do poder institucional e financeiro da metrópole que concentra em si a maioria das atividades económicas, assim como a função residencial, potenciando, deste modo, as externalidades positivas que decorrem das economias de escala e de aglomeração. Como sublinha Barata-Salgueiro (1997), a formação da AML caracterizou-se, numa fase inicial, por uma estrutura fortemente centralizada, na qual a cidade de Lisboa polarizava grande parte do emprego nos serviços e mesmo na indústria, coincidindo com um processo de concentração demográfica e económica.

Este estágio do desenvolvimento urbano revela, porém, duas tendências de centralização distintas que decorrem das transformações demográficas registadas no centro, na periferia e na aglomeração. Por um lado, a centralização absoluta implica que a área central apresente níveis de variação demográfica positivos enquanto a área periférica se encontra em declínio, resultando num crescimento positivo da aglomeração. Por outro lado, a centralização relativa implica que a direção do crescimento ocorre na mesma direção, porém com magnitudes distintas. Considerando a conceção deste estágio de desenvolvimento por Klaassen *et al.* (1981), quer o centro quer a periferia apresentam crescimentos positivos, porém a taxa de variação demográfica na primeira é mais positiva do que na última. A periferia começa a registar crescimentos positivos, porém com uma magnitude mais reduzida do que aqueles que se verificam nas áreas centrais (Pacione, 2005).

2.4.2. Suburbanização

Segundo Bourne (1996), a representação suburbana que se tem veiculado é a de que esta funciona numa lógica de dependência relativamente às áreas centrais, sendo áreas integradas num sistema urbano monocêntrico com funções exclusivamente residenciais e com défice de infraestruturas e de amenidades (Mills, 1992; Harner *et al.*, 2009). Contudo, mais recentemente, esta condição suburbana tem-se esbatido precisamente pela proliferação de novas polaridades na cintura periférica, progressivamente mais estilizada (Graham & Marvin, 2001), com uma diversidade de funções que ultrapassa a residencial e que inclui corredores de venda a retalho e tecnológicos, nós comerciais e escritórios de elevada densidade, tal como descrevem Bourne (1996) e Barata-Salgueiro (2006). Esta nova condição conduziu, como conclui Champion (2001), a uma revolução nas paisagens suburbanas (Audirac *et al.*, 2012).

Este estágio do desenvolvimento urbano estruturou-se ainda no final do século XIX no contexto anglo-saxónico e a partir dos anos 1950 na Europa ocidental. Como aclaram Cheshire (1995) e Champion (2001), este estágio está umbilicalmente relacionado com o desenvolvimento dos transportes, particularmente da mobilidade automóvel, que detonou o processo de expansão urbana com notáveis impactos na forma urbana. Esta nova etapa do desenvolvimento, que possibilitou a

transição de tendências de concentração para tendências de desconcentração residencial e de fragmentação do espaço urbano, consumou a estruturação das áreas metropolitanas, consolidando-se uma lógica de interdependência na estrutura centro-periferia. Bourne (1996) já havia consolidado esta perspectiva, afirmando que o crescimento suburbano e a transição para um novo estágio de desenvolvimento não podem estar desconectados da tendência de declínio das áreas centrais, sendo o processo de suburbanização uma das causas do declínio demográfico dessas áreas (Haase *et al.*, 2016; Reckien & Martinez-Fernandez, 2011). Por isso, Champion (2001) e O'Sullivan (2003) reiteram que o processo de suburbanização foi potenciado enquanto escape às externalidades negativas das áreas centrais (Audirac *et al.*, 2012; Power, 2001). Essa evidência foi ilustrada através da estrutura empresarial holandesa (Klaassen *et al.*, 1981), pois a não-permanência de certas empresas nas áreas centrais surgiu associada à falta de espaço para expansão e reorganização empresarial, assim como de acessibilidades rodoviárias ineficientes. Barata-Salgueiro (1997) identificou alterações na região metropolitana de Lisboa que decorreram de processos de desconcentração residencial e do emprego, o que se traduziu no desenvolvimento de novas polaridades. Segundo a autora, a terciarização da área central impossibilitou que esta tivesse capacidade de resposta face à nova procura por habitação.

Segundo Klaassen *et al.* (1981), a partir do momento em que as áreas periféricas crescem mais rapidamente do que as áreas centrais, devemos falar em suburbanização. Este estágio do desenvolvimento urbano compreende primeiramente uma fase de descentralização relativa, caracterizada por crescimentos positivos quer nas áreas centrais quer nas áreas periféricas, mas com magnitudes superiores nas últimas. A expansão para os territórios imediatamente envolventes à área central é potenciada pelos progressos técnico-científicos no setor dos transportes e comunicações que possibilitam um crescimento do número de pequenas cidades periféricas que se encontram, porém, próximas dos serviços oferecidos pelas áreas centrais (Klaassen *et al.*, 1981; Parr, 2005). Além disso, o crescimento suburbano decorre ainda das deseconomias de escala e de aglomeração nas áreas centrais (Alves, 2005; Fol & Cunningham-Sabot, 2010; Reckien & Martinez-Fernandez, 2011), fatores que concorrem para a consolidação de etapas de descentralização absoluta, em que as áreas centrais registam crescimentos negativos perante o crescimento da cintura periférica, processo que Beauregard (2006) apelida de urbanização parasítica, uma vez que põe em causa a vitalidade das áreas centrais. Morigridge & Parr (1997) apontam ainda o aumento da produtividade e a melhoria do rendimento das famílias como fatores relevantes para o advento da suburbanização, o que possibilitou que os movimentos pendulares centro-periferia se tornassem menos proibitivos, conduzindo ao aumento médio das distâncias-tempo percorridas.

Como concluíram Klaassen *et al.* (1981) no contexto holandês, a suburbanização foi potenciada pela preferência por habitação espaçosa e com jardim, inexistente nas áreas centrais.

Buzar *et al.* (2007) revelam ainda que um número significativo de imigrantes que residiam na área central de Bolonha almejavam, num futuro próximo, deslocar-se para áreas mais periféricas, apontando-se como principais fatores o desejo de viver num apartamento maior, a necessidade de um melhor ambiente social, evitar a poluição atmosférica das áreas centrais ou a intenção de adquirir casa própria. Rérat (2012) concluiu ainda que esta tendência de deslocalização ocorre em consonância com o curso de vida individual³, uma vez que as famílias com filhos e as famílias de maior estatuto socioeconómico preferem residir em habitações espaçosas nas áreas suburbanas enquanto as famílias sem filhos e os idosos tendem a residir nas áreas centrais (Reckien & Martinez-Fernandez, 2011).

Este novo estágio de desenvolvimento permitiu a consolidação de novos modelos de urbanização que culminaram em formas de urbanismo estilhaçado (Graham & Marvin, 2001), designadamente as *edge cities* (Garreau, 1991) ou as *exopolis* (Soja, 1994), que concentram funções sobretudo residenciais e que se encontram localizadas junto dos principais nós de comunicação num evidente primado da acessibilidade.

Neste contexto de expansão suburbana, a forma urbana afigura-se incerta, uma vez que a relação hierárquica centro-periferia se desmorona e transita para uma perspetiva em que as cidades não são átomos, mas sim moléculas que se posicionam em lógicas mais amplas, designadamente em escalas metropolitanas, sendo compreendidas enquanto cidades-região. Parr (2005) ilustrou esta evidência através da cidade-região enquanto um espaço dual: a zona central (*C-zone*) e a zona envolvente (*S-zone*). Apesar de mutuamente exclusivas, estas duas áreas recusam a relação de dependência centro-periferia, comum na cidade industrial, introduzindo relações de interdependência e de complementaridade entre elas a nível comercial, de fluxos laborais e de capitais num contexto pós-industrial. Além desta terminologia, uma das formas de analisar a cidade-região é enquanto região urbana funcional, conceptualizada por Berry (1968), sendo ambos conceitos alternativos ao de área metropolitana.

2.4.3. Desurbanização

Fielding (1994) considera que, nos anos 1970, transitamos de uma tendência de concentração para fases de desconcentração populacional, onde se insere a contraurbanização⁴. Segundo Fielding (1994), a contraurbanização descreve um padrão de redistribuição populacional em que as populações dos grandes aglomerados estagnam ou entram em declínio devido às perdas líquidas resultantes da migração enquanto os aglomerados mais pequenos veem as suas populações

³ Para uma discussão profunda do conceito, ver Elder & O'Rand (1995).

⁴ Contraurbanização é entendida, neste contexto, enquanto um sinónimo de desurbanização (Fielding, 1982, 1994).

aumentar graças aos ganhos líquidos resultantes desses movimentos. Considerado por Ambrose (1974) uma revolução silenciosa, este novo estágio do desenvolvimento urbano permitiu reduzir a velocidade do despovoamento das áreas rurais, justificada por “uma desesperante pobreza rural” (Fielding, 1994: 296) associada ao setor agrícola e que contribuiu para a urbanização das grandes cidades.

O terceiro estágio do desenvolvimento urbano parece, em primeiro lugar, avançar em áreas mais próximas dos centros metropolitanos, mas, nas décadas de 1960 e 1970, parece expandir-se para territórios mais distantes. Fielding (1994) não perspectiva este fenômeno como um simples processo de suburbanização, sendo evidente uma tendência de descentralização que ultrapassa os limites das áreas de pendulação no final dos anos 1960. Porém, Champion (2001) questiona até que ponto a contraurbanização é um fenômeno qualitativamente distinto da suburbanização ou se não será uma extensão deste. Independentemente do caso, Fielding (1994) concluiu que as povoações de menor dimensão em França, entre 1975 e 1982, começaram a crescer mais significativamente do que as áreas de maior dimensão demográfica, que entraram em declínio. Champion (1986) conduziu um estudo no contexto britânico e concluiu, na mesma linha de van den Berg *et al.* (1982), que as regiões urbanas funcionais economicamente mais avançadas foram as primeiras a registrar uma tendência de descentralização para lugares de nível hierárquico inferior e, em alguns casos, ultrapassando os limites da velha aglomeração (Barata-Salgueiro, 2006). Também Klaassen *et al.* (1981) referem que todos os países da Europa ocidental assistiram a uma transferência urbano-rural do emprego no setor transformador nos anos 1970, a que se seguiu a descentralização populacional. Esta evidência foi ainda consolidada no estudo de Champion (2001) que concluiu que, na segunda metade do século XX, as tendências de concentração urbana diminuíram consideravelmente. Mais especificamente, entre 1965 e 1990, 15 dos 19 países em estudo registaram uma quebra significativa de residentes em cidades com mais de 1 milhão de habitantes, o que se explica pela redistribuição da população em áreas de nível hierárquico inferior. As evidências empíricas de Frey (1990) e Nucci & Long (1996) destacam, no mesmo período, o forte crescimento das áreas metropolitanas anglo-saxónicas de pequena e média dimensão enquanto as maiores se encontravam em declínio demográfico, evidência também verificada por Klaassen *et al.* (1981).

Klaassen *et al.* (1981) concebem o terceiro estágio do desenvolvimento urbano quando o crescimento da área central é mais negativo do que o da periferia, embora o balanço global implique o declínio da região urbana. A descentralização absoluta implica que a perda da área central exceda os ganhos da periferia, enquanto a desurbanização relativa implica que as duas componentes da aglomeração apresentem crescimentos demográficos negativos, sendo estes mais significativos nas áreas centrais. Segundo os mesmos autores, aquando da realização do estudo, a quebra das dinâmicas

de concentração que caracterizava as regiões urbanas mais avançadas economicamente entre os anos 1970 e 1990 era um fenómeno recente. Em primeiro lugar, destacam-se os sucessivos progressos tecnológicos especialmente no domínio das comunicações, que contribuíram para a redução das vantagens associadas à concentração e aglomeração espacial, potenciando a redução dos custos dos movimentos pendulares (Cheshire, 1995; Parr, 2005). Tais progressos vieram, segundo Melvin Weber (1964), alterar a ideia de lugar e de comunidade, revelando que a acessibilidade se refletiu numa menor necessidade de coabitação para manter as comunidades sociais. Deste modo, os aglomerados urbanos não são espaços unitários, uma vez que os indivíduos podem pertencer a várias comunidades de interesse independentemente do lugar onde residem. Assim, afirma-se que a minimização das diferenças entre os estilos de vida urbanos e rurais decorre de uma condição de a-espacialidade que, através das vias rápidas e das comunicações móveis, embora se possa viver num espaço rural, os estilos de vida e os comportamentos sociais podem ser profundamente urbanos (Fielding, 1994; Kroll & Kabisch, 2012). Deste modo, consolida-se um novo tipo de rede social designada de *full time intimate community*, em que a condição de hipermobilidade⁵, caracterizada pela conectividade permanente, possibilita que se possa comunicar com outros indivíduos sem quaisquer constrangimentos espaço-temporais (Castells, 2002; Castells *et al.*, 2007).

Para Weber (1964), a condição de a-espacialidade decorre igualmente do aumento dos rendimentos familiares que permitiu que as comunicações a longa distância fossem possíveis. Pascal (1987), com uma perspetiva mais fatalista, afirma que a evolução urbana é estruturada pela entropia⁶, por uma permanente desordem, causada pelas transformações tecnológicas que conduzem à desintegração da estrutura hierárquica dos sistemas urbanos, suprimindo o efeito de fricção das distâncias e consolidando a discussão em torno da inutilidade das deslocações (Virilio, 1997). Grosso modo, a teoria que estrutura esta dinâmica espacial está associada a uma nova maleabilidade do espaço e do tempo, caracterizada por uma aceleração geral (Rosa & Scheuerman, 2009).

O estágio de desurbanização é também explicado por transformações socioculturais, tendo-se emancipado uma consciência ecológica generalizada que exalta os valores e as preferências familiares em residir em cidades de menor dimensão. Neste aspeto, Klaassen *et al.* (1981) realçam, no contexto holandês, que a maioria da opinião pública indicou uma preferência de residência em espaços de menor dimensão e de baixa densidade com amenidades ambientais mais valorizadas, que atestam um sentimento crescente de antiurbanismo (Coppack, 1988), fatores igualmente referenciados por Cheshire (1995) e por Mogridge & Parr (1997) no caso de Londres.

⁵ Para uma discussão dos impactos da hipermobilidade nas redes sociais e nas comunidades, ver Urry (2003).

⁶ Para uma discussão do conceito de entropia e da sua aplicação aos estudos urbanos, ver Wilson (2013 [1970]).

Klaassen *et al.* (1981) realçam, em terceiro lugar, os impactos de algumas políticas urbanas que potenciaram a expansão urbana em detrimento de um paradigma valorizador da cidade compacta. Fielding (1994) acrescenta ainda um outro fator associado às decisões de investimento das atividades económicas, consolidando a perspetiva de que o desenvolvimento urbano se relaciona com o desenvolvimento económico das regiões urbanas:

“a contraurbanização assumiu-se, pelo menos durante algum tempo, como a “solução espacial” que permitiu às grandes empresas aumentarem a rentabilidade e os índices de crescimento, tão importantes face à crescente concorrência internacional” (Fielding, 1994: 308)

Pacione (2005), enfatizando as variações em função do contexto local, complementa os fatores anteriores revelando que a progressiva deslocalização industrial para a periferia, também referida por Nyström (1992), e a progressiva terciarização das áreas metropolitanas parecem ter consolidado esta tendência de crescimento que transcende os limites da região urbana.

2.4.4. Reurbanização

A noção de reurbanização permanece, para muitos, pouco explícita, justificando a existência de uma certa confusão conceptual (Buzar *et al.*, 2007). Para Rérat (2012), a conceptualização de reurbanização tem-se estruturado enquanto: (i) período de renascimento demográfico das cidades depois de um período de declínio; (ii) conceito integrado no modelo do desenvolvimento urbano, implicando um repovoamento da área central e, simultaneamente, uma redução das perdas ou mesmo crescimento demográfico da periferia; (iii) fenómeno mais qualitativo do que quantitativo, analisado pela diversidade de população e pelas opções residenciais de certos grupos; e (iv) sinónimo de regeneração urbana, nem sempre implicando o crescimento demográfico da área central.

Segundo Rérat (2012), um dos aspetos positivos do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano é que este sugere a hipótese de inversão da tendência de descentralização, podendo, assim, ressurgir um período de crescimento da área central que pode originar um segundo ciclo de desenvolvimento urbano. Considerando as tipologias de Pacione (2005) e de Wolff (2018), desde 1970, a tendência urbana das economias mais desenvolvidas caracterizou-se pela desconcentração e pelo declínio demográfico das áreas metropolitanas, e, segundo Soja (1995), por uma reestruturação da forma urbana através da *edge city* e do pós-subúrbio. Porém, de acordo com Buzar *et al.* (2007) e Haase *et al.* (2010), nas últimas décadas, as regiões mais avançadas têm registado um conjunto de dinâmicas demográficas, sociais e culturais que estão a transformar os centros das cidades, diversificando as suas paisagens e criando formas urbanas fragmentadas. Esta evidência

concorre para a expectativa de Lever (1993) que, apesar de reconhecer que predominam tendências de contraurbanização, afirma que nas cidades pós-industriais tendem a emergir processos de reurbanização.

O termo reurbanização foi, pela primeira vez, mobilizado entre o final dos anos 1970 e o início dos anos 1980, para designar um futuro alternativo ao declínio das áreas centrais durante o processo de desurbanização (van den Berg *et al.*, 1982) ou de “desurbanização descontrolada”⁷ (Klaassen *et al.*, 1981: 37). Nesse período, a reurbanização foi então analisada como um possível quarto estágio para as dinâmicas do desenvolvimento urbano. Porém, mais recentemente, o conceito tem sido mobilizado com aspectos mais analíticos, ancorados na segunda transição demográfica, para explicar as transformações na estrutura familiar e habitacional das áreas centrais, que têm induzido uma tendência de renascimento dessas áreas (Haase *et al.*, 2010). Segundo Soja (2001), as mudanças pós-modernas nos domínios económico, social e institucional nos últimos 30 anos têm impactado na estrutura socioespacial das grandes áreas metropolitanas do mundo desenvolvido. Assiste-se a um desmantelamento da estrutura familiar nuclear, à diminuição da dimensão média das famílias e ao seu aumento em número absoluto (Kobrin, 1976), com repercussões no mercado de habitação (Randolph, 1991). As transformações das áreas centrais não podem ainda estar dissociadas das migrações internacionais, sem as quais o seu encolhimento teria sido ainda maior (Audirac *et al.*, 2012; Buzar *et al.*, 2007), ou, ainda, do processo de globalização e de consolidação de um regime de acumulação flexível (Lash & Urry, 1994). Harvey (2000) refere que a resposta das empresas ao declínio dos lucros tem sido a realocação das suas unidades, permitindo a rápida circulação do capital em espaços urbanos abandonados, e uma nobilitação das áreas centrais através do investimento, sobretudo imobiliário, em espaços com capital humano e infraestruturas de qualidade (Bacqué & Fol, 1997; Barata-Salgueiro, 1997, 2006; Haase *et al.*, 2016; Shurmer-Smith & Burtenshaw, 1994), ao mesmo tempo que arrasam os lugares do tempo lento.

Porém, a conceção de reurbanização desenvolvida por Klaassen *et al.* (1981) omite parte desta complexidade, envolvendo um simples processo de repovoamento das áreas centrais. Apesar do grau de incerteza quanto à existência deste estágio de desenvolvimento, os autores reconhecem que, em algumas cidades, as perdas demográficas são menos significativas no centro do que na periferia, configurando simplesmente uma fase de centralização relativa, ou, quando as áreas centrais registam crescimentos demográficos enquanto a periferia experiencia uma tendência de declínio, o que configura uma fase de centralização absoluta. Contudo, até que esse comportamento não

⁷ Tradução nossa.

possibilite o crescimento total da aglomeração, experienciamos um estágio de reurbanização (Champion, 2001).

Klaassen *et al.* (1981) defendem que, quando uma determinada aglomeração enfrenta uma dinâmica de desurbanização, devem iniciar-se esforços de reabilitação e regeneração urbanas, promovendo as amenidades nas áreas centrais que possibilitam o renascimento urbano. Contudo, segundo Pacione (2005), apesar de se terem generalizado os sinais de redução do encolhimento demográfico nas grandes áreas metropolitanas, acompanhada por uma recuperação demográfica nas áreas centrais, não existe, no contexto britânico, uma evidência de que as áreas suburbanas estejam a perder população para as áreas centrais. Deste modo, a noção de descentralização defendida por Soja (2001), caracterizada por processos de suburbanização e contraurbanização, parece ser a macrotendência da urbanização pós-industrial. Porém, Cheshire (1995) e Wolff (2018) revelaram que, sobretudo nos países da Europa do Norte, se iniciou uma tendência de reversão da descentralização e que, já nos anos 1980, se verificou uma taxa significativa de reurbanização.

Esta nova dinâmica do desenvolvimento urbano tem sido analisada de forma dicotómica. Por um lado, pode ser interpretada como um movimento *back to the city* (Breheny, 1987), porém Haase *et al.* (2010) preferem designá-lo de movimento *stay within the city*. Esta última aceção tem consolidado a reurbanização enquanto um fenómeno não temporário, uma vez que a preferência dos residentes das áreas centrais não envolve uma probabilidade elevada de deslocalizarem a sua residência para a periferia, assim como se verifica com um número crescente de indivíduos com mais de 50 anos de idade que escolhem residir nas áreas centrais devido à sua centralidade, amenidades e serviços (Rérat & Lees, 2010). Haase *et al.* (2010) apontam ainda as consequências da segunda transição demográfica⁸ na estrutura familiar, o que consolida a procura de habitação menos espaçosa. As evidências estatísticas demonstraram que várias áreas têm experienciado características de reurbanização contínuas, designadamente o constante saldo migratório positivo, a diminuição do tamanho médio das famílias e o seu aumento em número absoluto e ainda uma crescente proporção de jovens.

2.5. Limitações teórico-práticas do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano

Apesar deste modelo ser interessante para analisar as dinâmicas do desenvolvimento urbano, ancorado no comportamento demográfico do centro, da periferia e da aglomeração, e de

⁸ Algumas características da segunda transição demográfica foram apontadas. Para uma leitura mais global, ver Lesthaeghe (1991).

sugerir que a tendência de encolhimento urbano das áreas centrais é reversível, têm-se compaginado um conjunto de críticas multidimensionais à sua concepção e aplicação.

Em primeiro lugar, as que mais se têm consolidado envolvem a crítica ao estudo das regiões urbanas segundo modelos ecológicos e organicistas que implicam uma sucessão inexorável de fases de juventude para fases de exaustão ou de saturação. Roberts (1991) critica o modelo e a sua imprecisão conceptual e evolucionista em duas aceções. Por um lado, pela sua filosofia científica, alegando que o modelo e a sua utilização têm originado inconsistências conceptuais, e, por outro lado, pela sua aplicação, que tem vindo a satisfazer os interesses de grupos específicos, sobretudo associados a projetos de reabilitação urbana (Barata-Salgueiro, 2006). Deste modo, o ciclo de vida é entendido como uma ficção heurística que tem vindo a consolidar-se enquanto teoria e, portanto, a construir-se gradualmente com a assunção de que tem um carácter independente (Roberts, 1991; Nyström, 1992). Como concluem Morelli *et al.* (2014), no contexto da Área Metropolitana de Atenas, a evolução do desenvolvimento urbano registou uma transição direta de um estágio de suburbanização para um estágio de reurbanização, tal como sucedeu em Roma (Salvati & Carlucci, 2016). Por isso, segundo Nyström (1992), os conceitos expressos no modelo podem ser mobilizados para tecer descrições parciais dos processos de desenvolvimento urbano, mas não de forma consistente, pois as mudanças entre estádios não são tão inevitáveis como o modelo sugere, dependendo de outras estruturas explicativas, como a localização das empresas, dos empregos ou da implementação de determinadas políticas públicas. Esta ineficiência foi originalmente reconhecida por Klaassen *et al.* (1981). Mais especificamente, as críticas em torno do estágio de reurbanização têm-se multiplicado. Além de vários autores, como Roberts (1991), considerarem a reurbanização uma consequência dos impactos de determinadas políticas públicas e não de uma evolução natural, outros defendem que a ascensão deste estágio de desenvolvimento implicaria o fim do *urban sprawl*. Porém, existem poucas evidências associadas ao declínio das áreas suburbanas (Champion, 2001; Soja, 1995, 2001). Este facto explica a cautela de Klaassen *et al.* (1981) ao afirmarem que a existência de um segundo ciclo espacial não é empiricamente significativa. Porém, estudos recentes têm observado processos de reurbanização em algumas cidades europeias, apesar de reconhecerem que o modelo do desenvolvimento urbano é insuficiente para explicar tal evolução, pois considera as cidades inseridas em regiões urbanas que funcionam num sistema fechado (Rérat, 2012).

Em segundo lugar, consolidam-se críticas ligadas aos mecanismos do modelo. A teoria relaciona os movimentos da população entre o centro e a periferia, permitindo compreender o crescimento de cada componente da aglomeração. Porém, segundo Rérat (2012), apesar do modelo identificar as externalidades negativas que justificam o encolhimento urbano ancorado em tendências

de descentralização, não é claro de que modo tais externalidades explicam o crescimento das áreas suburbanas e o declínio das áreas centrais ao longo do tempo.

Em terceiro lugar, o modelo do desenvolvimento urbano apresenta incongruências ao nível da escala, uma vez que a região urbana funcional distingue, isoladamente, as dinâmicas da área central e da periferia. Segundo Rérat (2012), na escala metropolitana, não é correto afirmar que os subúrbios sejam homogêneos em densidade, tipologia residencial ou estrutura demográfica (Audirac *et al.*, 2012). Este facto tende a dificultar a distinção entre os estádios de suburbanização e de desurbanização, uma vez que não há uma diferença hierárquica e temporal da expansão urbana que atinge as áreas suburbanas de forma diferenciada em determinados contextos. Estas incongruências observaram-se na magnitude das variações demográficas em determinados contextos. Por exemplo, Rérat (2012) demonstrou que, apesar das áreas centrais suíças terem atingido um nível demográfico mínimo em 1999, estas ganharam população recentemente e, ao mesmo tempo, a periferia registou dinâmicas positivas. Deste modo, a consolidação de dinâmicas de reurbanização não significou o fim da suburbanização, sendo necessário complementar a leitura com características associadas à segunda transição demográfica. Por conseguinte, a quarta dimensão crítica envolve o carácter estritamente demográfico do modelo.

3. Tendências de transformação do comércio retalhista

Ao longo das últimas décadas, a venda a retalho tem enfrentado alterações profundas a um ritmo progressivamente mais rápido e complexo, mudanças que decorrem da transição de um estágio industrial para um estágio pós-industrial (Bromley & Thomas, 1993a; Harvey, 1989). Tais transformações compreendem, além da entrada de Portugal para a Comunidade Económica Europeia, dois pilares: a organização da distribuição retalhista e os novos perfis dos consumidores.

3.1. Transformações na organização da venda a retalho alimentar

Segundo Bromley & Thomas (1993a), nos anos 1980, o setor da venda a retalho alimentar sofreu um forte processo de concentração de capital, resultado da ascensão de um pequeno número de empresas cujos níveis de lucro, de emprego, de quota de mercado e de influência política começaram a rivalizar com outros setores da economia (Wrigley & Lowe, 2002; Pacione, 2005). Por exemplo, entre 1982 e 1990, a quota de mercado dos 5 principais grupos retalhistas alimentares subiu de 25 para 61% no Reino Unido. Em Portugal, entre 1991 e 1994, segundo Teixeira (1996), os 5 principais grupos elevaram a quota de mercado de 30 para 41%. Em 2007, esses grupos representavam 64% da quota de mercado de distribuição alimentar (APED, 2009), valor que ascendeu, em 2017, a 80% (Informa D&B, 2018).

O progressivo crescimento das grandes cadeias de distribuição e o respetivo nível de concentração do capital decorre, segundo Burt & Dawson (1994) e Wrigley & Lowe (2002), de fusões e aquisições ou por crescimento orgânico, ancorado no desenvolvimento de programas expansionistas de novos pontos de venda, possibilitando, através dessas estratégias, aumentar a quota de mercado nacional e até internacional (Tabela 3.1). Cachinho (1994) afirma que, no caso da cidade de Lisboa, embora ainda predomine a endémica pequena empresa familiar (Barata-Salgueiro, 1996; Barata-Salgueiro *et al.*, 2002; Fernandes *et al.*, 2000; Rousseau, 2008), a participação de grandes empresas no retalho alimentar é crescente, não só através de associações ou fusões, como também através do pontencial oferecido pelas operações em regime de *franchising*.

As transformações na estrutura organizacional do retalho decorrem, em primeiro lugar, da revolução comercial protagonizada pelo livre-serviço (Barata-Salgueiro, 1989, 1996; Gardner & Sheppard, 1989; Mérenne-Schoumaker, 1983) e consequentes economias de escala, que possibilitaram o crescimento em área dos pontos de venda e que colocaram em causa a sustentabilidade dos comerciantes independentes devido ao aumento do número de grandes

superfícies alimentares (Bromley & Thomas, 1993a; Rousseau, 2008; Öner & Larsson, 2014; Wrigley & Lowe, 2002), o que possibilitou, além do aumento da escala das operações, reduzir os custos com o pessoal e reorientar as estratégias de *marketing* (Barata-Salgueiro, 1989; Rousseau, 2008).

Tabela 3.1: estratégias espaciais das grandes cadeias de distribuição alimentar

		Mercados	
		Existentes	Novos
Produtos	Existentes	<ul style="list-style-type: none"> • Domínio do mercado de produtos 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansão geográfica nacional
		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da quota de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansão interna e diversificação da loja
	Novos	<ul style="list-style-type: none"> • Introdução ou desenvolvimento da gama de produtos ou serviços 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada em novos mercados de produtos ou serviços

Fonte: adaptado de Burt & Dawson (1994)

Este processo de concentração do capital não está desconectado da progressiva flexibilização do aparelho regulatório do Estado, uma vez que as empresas em ascensão alteraram as relações entre os distribuidores e os produtores. Estas novas relações entre produtores e distribuidores potenciaram o processo de concentração do capital num pequeno número de empresas, sendo a introdução das marcas de distribuidor um exemplo disso. Por isso, como argumentam Barata-Salgueiro (1989) e Cachinho (2005), o rendimento das superfícies alimentares não se baseia apenas no lucro obtido com a atividade comercial, mas também na atividade financeira associada, o que implica, por exemplo, exigir produtos de maior qualidade e com melhor *design* e ainda extensos prazos de pagamento aos produtores, exclusivamente subcontratados para produzirem as marcas de distribuidor, introduzidas no mercado português em 1984. Tal relação conduziu ao declínio de múltiplas marcas de produtor, consolidando a quota de mercado das marcas de distribuidor e a sua reputação, além de fidelizar os clientes (Gardner & Sheppard, 1989; Rousseau, 2008; Wrigley & Lowe, 2002). Estas novas relações eliminaram, em alguns casos, a complexidade dos circuitos de distribuição (Rousseau, 2008) e possibilitaram que os distribuidores tivessem um papel fundamental na ligação entre produção e consumo, limitando a ação do setor grossista e dos próprios produtores, uma vez que são os distribuidores que controlam o acesso a partir do qual os produtos chegam às prateleiras das superfícies alimentares. Assim, como realçam Dawson (1995) e Rousseau (2008), o distribuidor é, a partir dos anos 1970, o rei dos circuitos de distribuição, cabendo-lhe a ele negociar com os produtores os desejos dos consumidores.

Além da crescente concentração e internacionalização do capital retalhista, as novas técnicas de logística e de distribuição são outra tendência pesada das transformações na organização e distribuição retalhista (Burt & Dawson, 1994). A gestão logística melhorou significativamente desde

o fornecedor, através do *back-office*, passando pelo momento de inventariação dos produtos, até chegar ao consumidor, através do *front-office* (Teixeira, 1996).

No início dos anos 1970, os retalhistas recebiam os produtos diretamente dos produtores. Visando potenciar a disponibilidade de *stock* e aumentar o controlo sobre os produtos, os retalhistas começaram a centralizar, nos anos 1980, os procedimentos logísticos através de grandes armazéns de distribuição regional. Havendo uma permanente ligação entre o produtor e o retalhista, através da monitorização dos indicadores de procura e de oferta, a gestão dos *stocks* é facilitada, permitindo o planeamento da produção e da distribuição no sistema *just-in-time* (Barata-Salgueiro, 1996) com três benefícios de flexibilização da atividade retalhista. Segundo Wrigley & Lowe (2002), o primeiro benefício prende-se com a gestão dos níveis de *stock* nas lojas; o segundo envolve a melhoria da qualidade dos produtos; e, finalmente, verificam-se aumentos na produtividade, uma vez que existe uma redução no tempo entre produção, entrega e compra. Além desta transformação, a leitura ótica, a etiquetagem dos produtos, as compras através de cartões magnetizados e, principalmente, a primeira grande revolução no setor retalhista protagonizada pelo livre-serviço constituem transformações importantes no sistema logístico e de vendas (Barata-Salgueiro, 1996). Também a consolidação do comércio eletrónico, no final dos anos 1990, possibilitou que as grandes cadeias se tenham movido para esses canais eletrónicos, apesar de Fernie (1995) ter classificado de prematuro o desaparecimento da dimensão física dos pontos de venda, pois considerava o e-comércio um complemento aos negócios físicos existentes. Outros anteciparam a reduzida necessidade de se deslocar à loja devido ao crescimento das entregas ao domicílio (Wrigley & Lowe, 2002).

Perante estas transformações na estrutura organizacional do setor retalhista, a mudança no tipo de estabelecimentos e as mudanças dos seus padrões de localização são uma consequência natural das operações retalhistas. A crescente concentração da quota de mercado resultou no aumento da importância das grandes superfícies e da diversificação dos formatos de lojas, tendo impactado ainda na reorganização das estruturas locativas dos estabelecimentos alimentares (Barata-Salgueiro *et al.*, 2002; Cachinho, 1994), que abordaremos mais adiante.

3.2. Mudanças no perfil do consumidor

Vários autores têm discutido os principais traços das mudanças sociais ocorridas nas últimas décadas. Se, por um lado, a terciarização do mercado de trabalho⁹ e o aumento da mobilidade urbana,

⁹ Também designada de sociedade dos serviços (Barata-Salgueiro, 1996)

juntamente com a compressão espaço-tempo, descrevem uma nova era que se tem emancipado¹⁰, a emergência da sociedade do consumo e da estética tem caracterizado o novo paradigma social em ascensão desde os anos 1970. Embora diversos autores tenham discutido os processos de flexibilização societária em termos económicos (Lash & Urry, 1994), com a crescente terciarização da sociedade e do emprego e com a consolidação de um regime económico mais flexível, outros têm discutido o impacto dessas mudanças numa aceção social e cultural (Bauman, 2005; Bauman *et al.*, 2015; Lipovetsky, 2016 [1983]) e, mais especificamente, na evolução do capitalismo de consumo em três momentos.

Segundo Lipovetsky (2007: 27), a primeira fase, entre 1880 e o início da II Guerra Mundial, caracteriza-se pela produção e *marketing* de massas, período em que “as técnicas de fabrico contínuo permitiram igualmente produzir bens standardizados”, sob o nome de uma marca, e passaram, a preços muito reduzidos, a ser distribuídos à escala nacional, o que permitiu a invenção de um comércio de massa impulsionado pelos grandes armazéns. A segunda fase, designada de sociedade de consumo de massa, emancipa-se no final da II Guerra Mundial e estende-se até aos anos 1980 e caracteriza-se pela sociedade da abundância, em que o aumento da produtividade e dos rendimentos médios das famílias permitiram o consumo massivo, veiculado pela difusão do livre-serviço, dos supermercados e dos hipermercados (Burt & Dawson, 1994; Herbert *et al.*, 2018). Finalmente, a terceira fase nasceu nos anos 1980 e estende-se até à atualidade e caracteriza-se pela consolidação de um consumo emocional e experiencial, construído em função das finalidades, gostos e critérios individuais, processo que Lipovetsky (2007) designa de hiperconsumo. Nesta fase, o valor experimental e identitário ultrapassa o utilitário (Barata-Salgueiro, 1996; Baudrillard, 1991 [1981]) e a distinção (Bourdieu, 2007 [1979]) ou identificação social (Veblen, 1998 [1899]) é acionada através dos objetos adquiridos. Também nesta fase se atinge o auge do fetichismo simbólico das marcas (Rousseau, 2008; Lipovetsky, 2010 [1987]). É neste momento que, segundo Cachinho (2006), o sujeito moderno se afigura um *consumactor* em que o consumidor é simultaneamente um ator e um espetador no grande espetáculo em que o palco é a sociedade capitalista de consumo.

Neste contexto de flexibilização nos domínios económico e sociocultural tem sido possível compreender as mudanças no padrão da procura nas últimas décadas (Barata-Salgueiro, 1996). Em primeiro lugar, desenham-se um conjunto de transformações demográficas que decorrem dos impactos da segunda transição demográfica nas economias ocidentais. Além da redução das taxas de crescimento demográfico e do tamanho médio das famílias, consolida-se uma nova estrutura familiar

¹⁰ Era igualmente denominada de pós-modernidade (Harvey, 1989), modernidade tardia (Giddens, 1991), modernização reflexiva (Beck, Giddens & Lash, 1994), modernidade líquida (Bauman, 2000), segunda modernidade (Beck, 2006 [2004]) ou hipermodernidade (Lipovetsky & Charles, 2011 [2004]), caracterizada por uma sociedade de informação e em rede (Castells, 1996) e pela globalização (Bauman, 1998a; Beck, 2000).

que se afasta do modelo nuclear, decorrente do progressivo isolamento social dos indivíduos, e que possibilitou o aumento de famílias de uma só pessoa (Haase *et al.*, 2010; Kroll & Kabisch, 2012; Lesthaeghe, 1991). Porém, parece ser a longevidade, medida através do aumento da esperança média de vida, que, no campo sociodemográfico, mais contribuiu para as novas estratégias retalhistas, nomeadamente em termos de formato e de localização espacial (Barata-Salgueiro *et al.*, 2002; Burt & Dawson, 1994; Cachinho, 1994; Meneely *et al.*, 2009). Complementam ainda estas transformações demográficas no perfil do consumidor a distribuição da população residente através de intensos processos de suburbanização e contraurbanização (Kellerman, 1985) que, em alguns casos, têm sido minimizados e revertidos por processos de gentrificação no espaço urbano (Burt & Dawson, 1994).

Seguidamente, adensaram-se as transformações socioeconómicas que decorrem da transição de uma sociedade industrial para uma sociedade pós-industrial. Além do setor terciário se ter tornado o principal empregador nas economias desenvolvidas (Alves, 2005), também é o setor dos serviços o responsável pelo aumento do poder de compra da generalidade das famílias, o que estimulou a procura de produtos mais sofisticados e perecíveis (Barata-Salgueiro, 1996). Neste domínio, múltiplos autores destacam a participação da mulher no mercado de trabalho como um pilar essencial para o aumento do poder de compra das famílias (Barata-Salgueiro *et al.*, 2002; Fernandes *et al.*, 2000). O aumento generalizado do poder de compra potenciou a designada revolução do frio doméstico, através da aquisição de novos e sofisticados sistemas de refrigeração¹¹ que possibilitaram a realização de compras em maiores quantidades e de forma menos frequente e a consolidação de novos padrões de consumo (Amcoff, 2016; Barata-Salgueiro, 1989; Dawson, 1995). A redução da frequência de ida às compras é ainda explicada, no plano socioeconómico e comportamental, pela aquisição de automóvel familiar (Amcoff, 2016), o que permitiu responder às novas tendências de redistribuição descentralizada da população residente (Bromley & Thomas, 1993a; Dawson, 1995), conduzindo ao declínio das áreas centrais enquanto principal destino de compras (Kellerman, 1985; Mills, 1992). Porém, no plano socioeconómico, Burt & Dawson (1994) e Cachinho (1994) alertam que as transformações na estrutura produtiva, com a crescente flexibilidade do regime laboral, consolidaram uma progressiva polarização socioeconómica, o que possibilitou o desenvolvimento de novos segmentos de mercado, principalmente do *discount*¹², que decorre da proliferação do número de indivíduos sem capacidade económica num contexto de sociedade de consumo¹³.

¹¹ *Distribuição Hoje*, maio de 2004.

¹² Esta classificação abrange um estabelecimento, normalmente um supermercado, com um operador com sortido limitado, preços baixos e com um reduzido serviço ao consumidor, localizado em áreas residenciais densas (Pratas & Brito, 2019).

¹³ Bauman (1998b) apelida este novo tipo de consumidor de “novo pobre”, perfil que tem contribuído para a afirmação de formatos de estabelecimento de desconto da distribuição alimentar (Dawson, 1995; Wrigley & Lowe, 2002).

Finalmente, a literatura é unânime em propor um conjunto de mudanças socioculturais ou comportamentais que decorrem da distinção e progressiva flexibilização entre a esfera da produção e do lazer, contribuindo, por exemplo, para o aumento do número de dias de férias ou de descanso semanal (Barata-Salgueiro, 1996; Cachinho, 2010; Miles, 2010). Estas transformações revelaram uma maior consciência da importância do uso do tempo (Meissonnier, 2002), sobretudo feminino que tem agora de conciliar as obrigações familiares e profissionais. Estes constrangimentos espaço-temporais¹⁴, decorrentes da aceleração do ritmo de vida e da hiper mobilidade (Southerton, 2003), enformam uma crescente necessidade das compras se concentrarem em estabelecimentos com horários compatíveis com a nova condição feminina numa lógica de tempo rápido (Amcoff, 2016; Barata-Salgueiro, 1989; Bromley & Thomas, 1993a; Cachinho, 2010), indissociável dos novos ritmos sociais (Bauman, 2005; Dawson, 1995; Öner, 2017) e que vê no supermercado o primeiro estabelecimento a dispor de milhares de produtos alimentares e não-alimentares (Gardner & Sheppard, 1989). Finalmente, as mudanças nas atitudes dos consumidores e das suas expectativas apontam para uma crescente procura do conforto e rapidez no ato das compras, progressivamente dissociada das lógicas espaciais hierárquicas e cada vez mais orientadas para modelos de abastecimento *one-stop-shopping*, ou seja, ambientes retalhistas dirigidos para os indivíduos mais motorizados (Bromley & Thomas, 1993b; Dawson, 1995; Kellerman, 1985). Além disso, o consumidor afigura-se hoje mais escolarizado e, portanto, exigente face à qualidade dos produtos numa clara apologia dos estilos de vida saudáveis inerentes ao indivíduo pós-moderno, que transformou os seus hábitos alimentares (Gardner & Sheppard, 1989; Lipovetsky, 2016 [1983])¹⁵. Nos novos perfis dos consumidores, mais recentemente, Herbert *et al.* (2018) destacam as transformações multifacetadas com o desenvolvimento das novas tecnologias, de novos canais e experiências de compras, que permitiram economizar o tempo em atividades quotidianas de reduzido valor social (Cachinho, 2010)¹⁶, e uma crescente preocupação com os valores ecológicos e éticos no consumo (Cachinho, 2006; Lipovetsky, 2007), além das tendências associadas à conveniência e à proximidade na prática de consumo e na vivência intraurbana (Dawson, 1995; Guàrdia *et al.*, 2010).

¹⁴ Estes constrangimentos resultam da sobreposição de múltiplas camadas de tempo em diversos domínios, decorrentes de transformações no campo laboral, doméstico, de lazer e de consumo, sendo a sincronização das agendas diárias particularmente difícil no quotidiano das mulheres (Southerton, 2003).

¹⁵ Esta evidência é particularmente expressiva no caso dos consumidores de idade mais avançada, apelidados de *Cool Oldies*, e também nos novos hábitos alimentares dos portugueses, designadamente com o crescimento das vendas dos produtos biológicos (*Distribuição Hoje*, janeiro de 2005 e outubro de 2005).

¹⁶ O ritmo de crescimento do e-comércio em Portugal é muito acelerado, tendo crescido mais de 25% entre 2012 e 2013, embora o número de *repeaters* seja reduzido (*Distribuição Hoje*, fevereiro de 2013).

4. Mudanças na organização espacial dos sistemas de venda a retalho: dos regimes hierárquicos aos pós-hierárquicos

As transformações organizacionais da distribuição e a complexidade multidimensional do perfil do consumidor têm impactado na oferta retalhista alimentar e na sua expressão territorial. Wrigley & Lowe (2002), numa análise dos padrões de localização da atividade comercial em espaço urbano, definem-nos como sendo parte de uma geografia inconstante, caracterizada por transições espaciais do capital retalhista. Dawson (1995) argumenta que o distribuidor monitoriza e responde rapidamente às mudanças do mercado da distribuição alimentar, desenvolvendo ou adaptando os distintos formatos da cadeia de distribuição (Cachinho, 2014). Assim, a inovação está intrinsecamente associada ao retalho, ora despoletada por atores relacionados com o setor ora enquanto resposta às mudanças sociais (Guimarães, 2019).

Deste modo, deve-se compreender como é que o capital retalhista explora e penetra ativamente em espaços multiescalares, sendo relevante verificar que este introduz alterações no espaço para satisfazer as suas necessidades num determinado momento. Wrigley & Lowe (2002) analisam essas transformações espaciais através da lente da destruição criativa cunhada por Schumpeter (1950 [1942]), permitindo compreender a natureza das transições espaciais do capital no ambiente construído. Por exemplo, a realocação do retalho alimentar das áreas centrais para as áreas suburbanas resultou na desvalorização dos ambientes retalhistas dos centros das cidades, que, mais recentemente, foram revalorizados através de políticas de revitalização tendo em vista a aposta no turismo e na regeneração urbana (D'Alessandro & Salaris, 2011; Jayne, 2006). Esta conceptualização permite, por isso, verificar que, além de inconstantes no espaço, as estratégias das cadeias de distribuição são também inconstantes no tempo.

Segundo Barata-Salgueiro (1996), as transformações territoriais associadas à sociedade pós-industrial englobam uma tendência espacial de desconcentração regional que decorre de processos de territorialidade diferenciada que contribuem para o crescimento de certas áreas e para o declínio de outras. Num plano geral, estas transformações descodificam a rugosidade do espaço geográfico, uma vez que os critérios clássicos de centralidade geométrica e de proximidade foram substituídos, num primeiro momento, por critérios como a facilidade de acesso e de estacionamento (Beaujeu-Garnier & Débolez, 1977), permitindo destronar as estruturas hierárquicas da organização espacial da atividade comercial (Brown, 1992; Cachinho, 2011). Independentemente das novas relações centro-periferia e dos seus atributos espaciais, é consensual que a localização se mantém enquanto mantra principal para o sucesso do setor retalhista (Fox *et al.*, 2007; Jones & Simmons, 1990).

4.1. Perspetivas neoclássicas de análise geográfica da organização comercial

As conceções neoclássicas ajudam-nos a descrever os modelos hierárquicos de organização comercial, destacando-se os princípios de Hotelling (1929), a teoria da renda fundiária (Alonso, 1960) e a teoria dos lugares centrais (Christaller, 1933; Berry & Garrison, 1958). Estas perspetivas atribuem um papel relevante às questões relacionadas com a distância e com a localização da atividade comercial no espaço urbano (Öner & Larsson, 2014).

4.1.1. Princípio da aglomeração espacial

Nas conceptualizações neoclássicas destaca-se o princípio de Hotelling (1929), sistematizado na Figura 4.1. De acordo com este princípio, os estabelecimentos comerciais tendem a localizar-se próximos uns dos outros e, sobretudo, numa área central. Ilustrado através do cenário de dois vendedores de gelados numa praia, Hotelling defende que a distribuição espacial das atividades comerciais tende a revelar fortes tendências de concentração e de aglomeração num mercado onde a procura é idêntica e os custos de transporte são constantes. Nesse contexto, dois vendedores de um mesmo produto tenderão a localizar-se no meio do mercado com preços de venda iguais. Este princípio evidencia a tendência de aglomeração espacial que os estabelecimentos retalhistas configuram, localizando-se mais próximos uns dos outros, uma vez que a proximidade física entre eles minimiza a incerteza para os comerciantes e, também, para os consumidores (Brown, 1992).

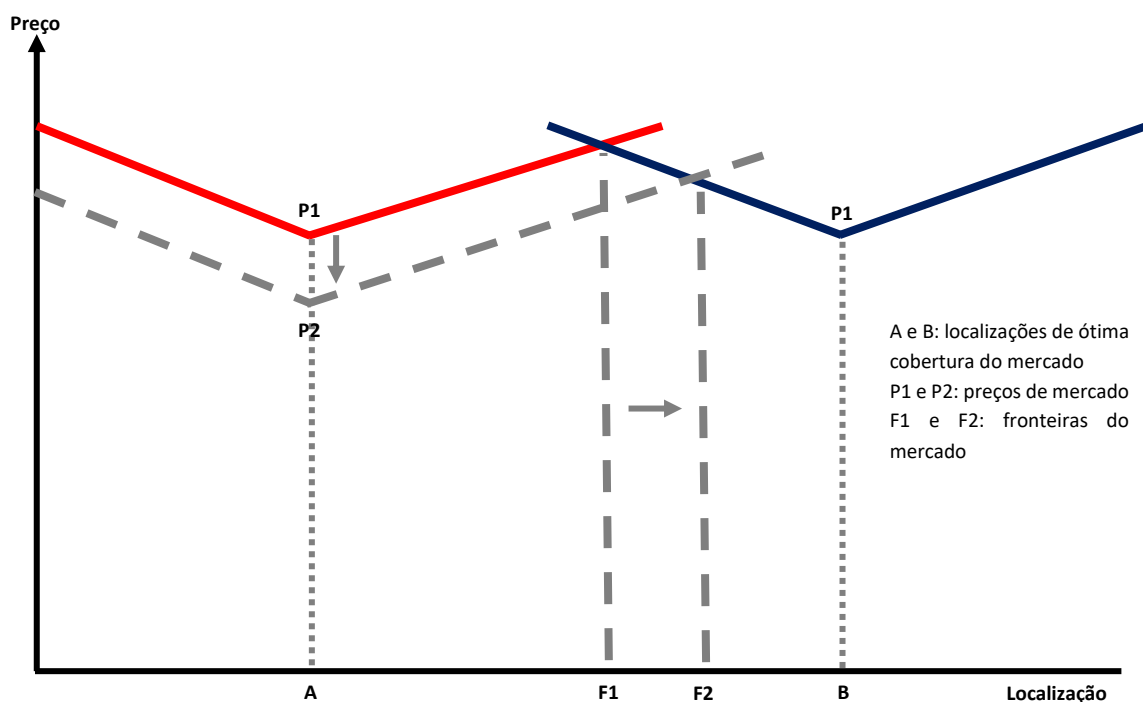


Figura 4.1: princípio da aglomeração espacial e a localização ótima no mercado

Fonte: adaptado de Rodrigue, Comtois & Slack (2017)

Porém, a evolução registada pela atividade comercial, conforme aponta Teixeira (1996), não se compadece com a manutenção dos pressupostos do modelo original. Por um lado, os estabelecimentos que vendem os produtos mais banais, como as mercearias, tenderiam a apresentar um padrão mais disperso. Por outro lado, a reduzida flexibilidade do modelo não se compadece com a realidade atual, em que várias empresas atuam num mesmo território. Este princípio traduz a importância das externalidades positivas das economias de aglomeração decorrentes da concentração espacial.

4.1.2. Teoria da renda fundiária urbana

Alonso (1960) propôs uma teoria que se baseia na concorrência entre usos numa apologia pela localização mais acessível no centro das cidades, culminando no desenvolvimento e alocação de diferentes setores da cidade a distintas atividades económicas. De acordo com a teoria, as atividades com níveis de especialização e de raridade mais elevados localizam-se no centro e as funções de nível hierárquico inferior assumem maior expressão territorial na periferia (Figura 4.2).

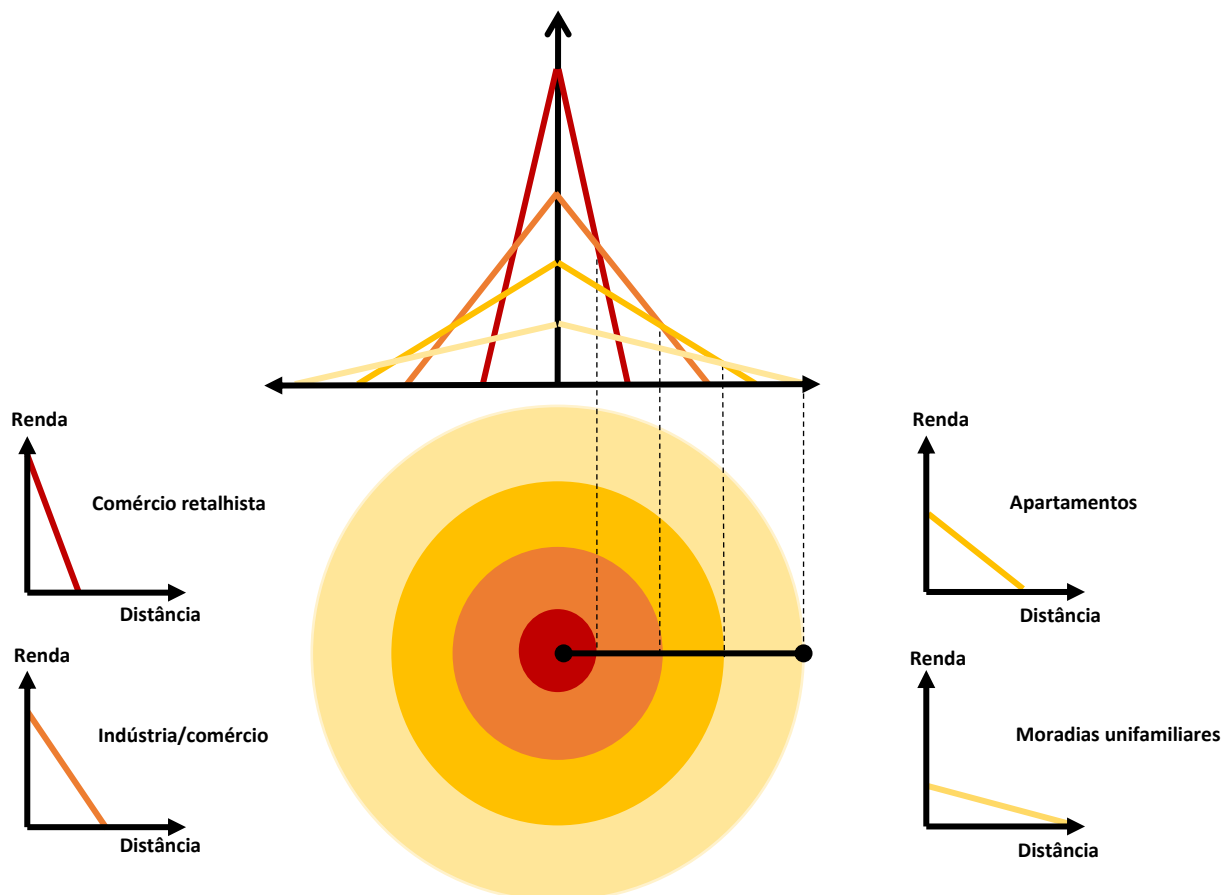


Figura 4.2: teoria da renda fundiária (*trade-off*)
Fonte: adaptado de Pacione (2005)

Esta teoria tem subjacente a ideia de uma cidade monocêntrica em que a acessibilidade é máxima no centro e declina regularmente em todas as direções. Os modelos da renda fundiária implicam que o preço do solo varia em função da distância e que a licitação dos terrenos seja feita através de licitação concorrencial entre usos com diferente capacidade de pagamento, localizando-se nas áreas centrais as funções com maior capacidade de pagar o valor da centralidade, sendo, segundo Alonso (1960, 1964), o comércio a atividade que pode pagar as localizações mais próximas do centro. Este valor decorre da importância da centralidade e das áreas acessíveis, uma vez que estão associadas à existência de um maior mercado potencial.

O modelo do uso do solo urbano ajuda-nos igualmente a compreender que as atividades com maiores exigências em termos de espaço, como os grandes armazéns retalhistas, os centros comerciais regionais ou os hipermercados, tendem a localizar-se na periferia, tal como as atividades industriais, resultado dos valores fundiários mais reduzidos.

4.1.3. Teoria dos lugares centrais

As bases da Teoria dos Lugares Centrais (TLC) remontam a Christaller (1933) e Lösch (1941), que atribuem particular importância ao conceito de espaço através da centralidade e das funções associadas ao espaço central (Figura 4.3). A hierarquia dos lugares é construída a partir do centro, cuja oferta (bens ou serviços) varia em função da distância ou do custo máximo que um consumidor aceita percorrer para adquirir esse bem ou serviço (elasticidade), e ao limiar da procura, ou seja, ao volume mínimo de clientes para que o serviço possa oferecer lucro ao produtor. Através da utilização desta teoria, Teixeira (1996) considera que esta se revela basilar para identificar hierarquias e relações de dependência que ajudam a compreender a organização funcional do espaço urbano, em geral, e da atividade comercial, em particular.

Assim, os níveis hierárquicos dos aglomerados dependem do número e do tipo de funções. Consequentemente, os bens ou serviços mais raros tendem a localizar-se nas áreas mais centrais e os bens e serviços mais banais apresentam uma distribuição territorial mais dispersa e são predominantemente oferecidos em centros de nível hierárquico inferior. A teoria está ancorada num conjunto de pressupostos que implicam a existência de um espaço isotrópico, em que se identificam condições de mercado que são uniformes, sejam em termos de condições de entrada no mercado, de distribuição dos comerciantes, de vendas e de preços. Além destes, o consumidor deve deslocar-se ao centro mais próximo, adquirindo apenas um único bem ou serviço, sendo, portanto, um consumidor que tem um conhecimento perfeito do ambiente comercial e das alternativas de compras (Brown, 1993; Rodrigues *et al.*, 2002).

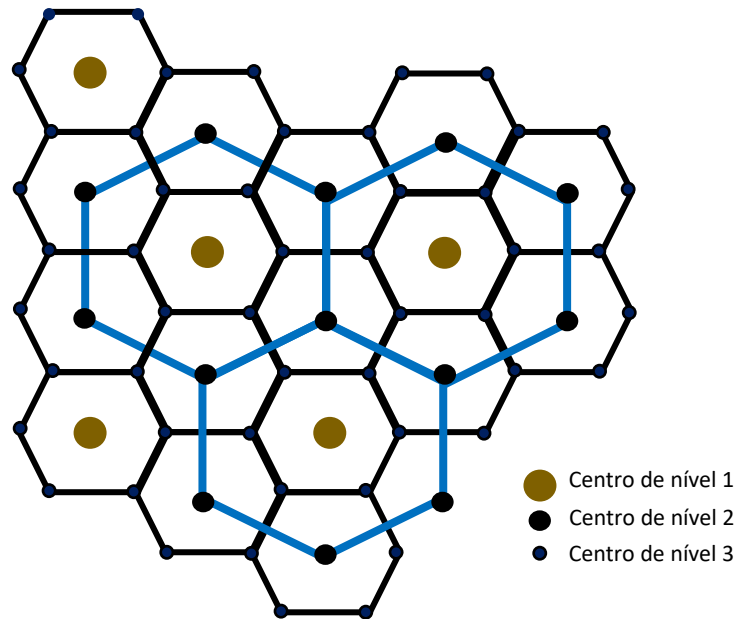


Figura 4.3: teoria dos lugares centrais
 Fonte: adaptado de Pacione (2005)

Porém, como realçam Brown (1992) e Teixeira (1996), grande parte dos consumidores contemporâneos não se desloca ao centro mais próximo apenas com a intenção de comprar um único produto, pelo que os centros de nível inferior têm progressivamente menor procura também nos produtos mais banais, sendo esses produtos adquiridos nos centros de nível hierárquico superior, independentemente do seu nível de raridade. Por exemplo, a existência de vários produtos num mesmo centro, independentemente do seu nível de raridade, tendem a colocar em causa a TLC, uma vez que o reforço das tendências oligopolísticas dificulta o seu papel explicativo¹⁷, além da crescente importância das compras agrupadas (*multi purpose shopping trips*), com uma periodicidade quinzenal ou mensal. Estas transformações na organização espacial do comércio e da distribuição alimentar serão discutidas nas próximas subsecções.

4.2. Centralidade, proximidade e modelos hierárquicos da organização comercial

As teorias neoclássicas permitiram o desenvolvimento de um conjunto de tipologias que procuram descrever a organização espacial do retalho, tomando em consideração a localização dos estabelecimentos, a morfologia das áreas comerciais e o *mix* comercial. Os estudos tendem a valorizar os princípios de funcionamento do mercado tendo como referencial teórico a TLC e os modelos da

¹⁷ Para uma discussão mais profunda das críticas à TLC, ver Beguin (1992). Estas críticas e a racionalidade económica do consumidor no enquadramento das perspetivas neoclássicas permitiram a emancipação de um conjunto de perspetivas comportamentalistas que se preocuparam com o processo de tomada de decisão dos consumidores por diferentes áreas comerciais (Brown, 1992; Mérenne-Schoumaker, 1987).

renda fundiária, envolvendo análises sobre as áreas de mercado e a hierarquia de lugares, como exemplifica o trabalho seminal de Gaspar (1972).

Proudford (1937) foi o primeiro a propor um modelo de organização comercial intraurbana no qual se distinguem cinco tipos de concentrações comerciais¹⁸ pela forma como as atividades económicas e o alcance do agrupamento são dispostos. Neste estudo, como todos aqueles que se filiam nas taxonomias hierárquicas, o *Central Business District* (CBD) é o principal centro e é aquele que apresenta uma maior capacidade de atração, que extravasa os limites da cidade, enquanto os pequenos agrupamentos de lojas, de nível hierárquico inferior, abastecem, em produtos de primeira necessidade, um número reduzido de famílias que residem na proximidade desses estabelecimentos (Barata-Salgueiro, 1996; Cachinho, 2011).

Criticado pelo elevado grau de subjetividade, estudos de maior objetividade e rigor sobre a organização intraurbana da atividade comercial surgem apenas nos anos 1960, com Carol (1962)¹⁹ ou Berry (1963), onde se mantém uma preferência notória pelos princípios da TLC e, portanto, onde o CBD se afigura como centro predileto para as compras, uma vez que múltiplos produtos se encontravam próximos uns dos outros, favorecendo as tendências de aglomeração e, conseqüentemente, facilitando o *cross-shopping* (Bromley & Thomas, 1993b; Brown, 1992).

É, sem dúvida, com o trabalho seminal de Berry (1963) que, através de técnicas estatísticas multivariadas, aplicando a TLC, foi possível identificar três tipos de concentrações na organização espacial das áreas comerciais intraurbanas: os centros, as faixas e as áreas especializadas. Novamente, nesta tipologia, os centros são escalonados em níveis hierárquicos a partir da maior ou menor raridade das funções centrais existentes e do seu raio de atração. Analisando a cidade de Chicago, Berry (1963) identificou quatro níveis de centros com um nível hierárquico inferior ao CBD e que revelam a menor raridade das funções existentes, assim como a sua menor área de influência: o regional, o subregional, o bairro e a esquina (Figura 4.4).

Em 1966, Garner propõe o modelo zonal concêntrico que atribui importância ao desejo dos comerciantes se localizarem o mais perto possível do ponto mais central da concentração das atividades económicas. Davies (1972) apresentou um modelo complexo da organização comercial que se inspira nos modelos da escola ecológica e que se resume a uma adaptação da tipologia de Berry (1963).

¹⁸ Para Proudford (1937), os tipos de concentrações comerciais são: (i) a área de negócios central (CBD); (ii) os centros de negócios periféricos (*outlying business district*); (iii) as grandes artérias comerciais (*principal business street*); (iv) a rua comercial de bairro (*neighborhood business street*); e (v) pequenos agrupamentos de lojas (*isolated store cluster*).

¹⁹ Carol (1962) distingue quatro tipologias de centros hierárquicos: (i) o CBD, que serve toda a cidade; (ii) o centro regional de negócios/centro comunitário, entre 90 e 100 mil habitantes e que oferece bens de nível médio; (iii) o centro comercial de bairro, que serve entre 5 e 10 mil habitantes e oferece bens de nível inferior; e (iv) centro de negócios local.

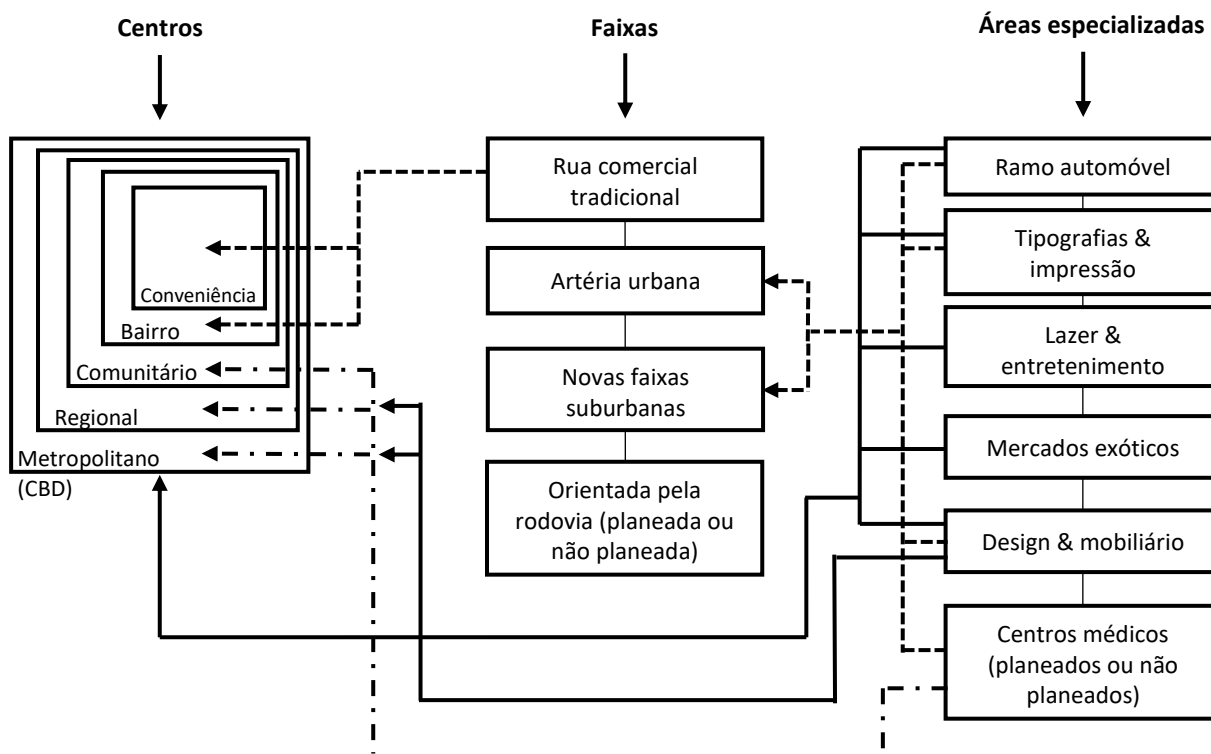


Figura 4.4: tipologia das áreas comerciais intraurbanas segundo B. Berry (1963)
Fonte: adaptado de Berry (1963)

Estes modelos hierárquicos sintetizam-se na máxima de Carter (1981 [1972]: 198) em que o CBD é interpretado como o centro a partir do qual o resto da cidade e da região é estruturada, seguindo uma estrutura hierárquica²⁰, definida a partir da atividade desenvolvida, da atração das lojas e da área de mercado (Cachinho, 2011). Deste modo, como conclui Amcoff (2016), os modelos iniciais de localização da atividade comercial, inspirados na TLC, implicam uma relação linear entre a localização, a frequência da aquisição e a raridade do produto. Assim, os bens mais raros concentram-se numa localização central enquanto os bens de aquisição mais frequente se banalizam e se pulverizam em localizações mais dispersas. Este argumento advoga a existência de estruturas hierárquicas, pelo que, nas cidades de nível hierárquico inferior, concentra-se a oferta que visa satisfazer as necessidades imediatas dos residentes e, nas cidades de nível hierárquico superior, as lojas especializadas. Consequentemente, como descreve Barata-Salgueiro (1996), a aplicação destes princípios fez emergir, por um lado, uma dicotomia centro-periferia e, por outro, a seleção hierárquica dos vários centros, uma vez que, com o desenvolvimento urbano, a área central se torna mais valiosa e concentra as funções mais raras, afastando para os centros secundários o comércio mais banal.

Estes modelos atribuem, assim, uma elevada importância à centralidade, pois a maior parte dos bens e serviços concentra-se numa área de nível hierárquico superior. Nesta fase, conforme

²⁰ Tradução nossa.

referem Wrigley & Lowe (2002), o desenvolvimento das áreas suburbanas é reduzido ou inexistente, o que justifica que a oferta comercial adote uma lógica ancorada em atributos espaciais como a proximidade e a centralidade. Por isso, segundo Cachinho (2011), esses atributos sempre revelaram uma importância elevada para a explicação neoclássica da organização espacial da cidade e do retalho.

Esta lógica espacial é precisamente explorada por Wrigley & Lowe (2002). Até aos anos 1960, o sistema comercial retalhista das cidades britânicas seguia uma lógica hierárquica, caracterizada pela importância do CBD, onde se concentrava a maior parte dos bens e serviços. A mesma realidade permitia descrever a organização espacial do comércio na cidade de Lisboa até aos anos 1980, hegemonicamente comandada pela Baixa (Fernandes *et al.*, 2000). Alves (2010), com um estudo mais histórico, concluiu, por exemplo, que, entre 1878 e 1911, o número de lojas em Lisboa aumentou consideravelmente, estando a maioria delas concentradas nas freguesias mais centrais da cidade, alargando-se, ao longo do tempo, para os principais eixos de expansão urbanística, análise que viria a ser verificada também por Teixeira (1996). Nesse estudo o maior crescimento no número de mercearias, por exemplo, concentrava-se nas freguesias pericentrais da cidade.

Neste contexto, apesar do crescimento de novos formatos com diversas localizações espaciais, Cachinho (1992) e Barata-Salgueiro (1996) concluem, tal como Gaspar *et al.* (1977) anos antes, que os produtos alimentares se adquirem com grande frequência perto da residência. A oferta existente, composta sobretudo por retalhistas independentes, está ancorada na proximidade que regula os limiares de eficiência dos pontos de venda. O aparelho comercial tradicional é composto por pequenos estabelecimentos com um número reduzido de produtos e tende a privilegiar a venda ao balcão através do contacto direto e personalizado com o cliente. Os estabelecimentos tradicionais estão normalmente associados a pequenas empresas familiares com estratégias de gestão passivas e com baixos níveis de modernização e de concentração económica (Barata-Salgueiro *et al.*, 2002).

Esta estrutura, pulverizada e atomizada, tem sido uma característica endémica do aparelho comercial português. Porém, com o aparecimento de novas formas de comércio, numa primeira fase com o supermercado e posteriormente com o hipermercado, esta estrutura foi fortemente abalada pela penetração das grandes cadeias de distribuição e pela aposta técnica no livre-serviço, não só na redução do número de estabelecimentos, como também no volume de vendas (Colla, 2003; Mérenne-Schoumaker, 1983; Teixeira, 1996).

A par das mercearias e dos puros-alimentares, com uma relação umbilical com o centro da cidade, Cachinho (1994) realça que o aparecimento do universo das grandes superfícies, designadamente os primeiros supermercados enquanto primeira forma moderna de comércio, tende a seguir a mesma lógica espacial, implantando-se na área central de Lisboa e nos seus eixos de

expansão, particularmente nas áreas mais densamente povoadas. Em Lisboa, não surpreende, portanto, que o primeiro supermercado em regime *self-service* tenha sido inaugurado em 1961 no Saldanha²¹ (Figura 4.5) e que este formato de distribuição se tenha expandido rapidamente para uma maior diversidade de localizações nas décadas seguintes (Figura 4.6) e, particularmente, com o interesse das cadeias de distribuição nos bairros residenciais suburbanos (Barata-Salgueiro, 1989, 1996). A revolução comercial estruturou-se, numa fase inicial, através da introdução e progressiva banalização da técnica do livre-serviço nos sistemas logísticos e de vendas dos primeiros supermercados de proximidade. Segundo Cachinho (1992), essa inovação, que possibilitou que os consumidores tivessem acesso direto às mercadorias expostas, veio abalar a estrutura frágil do comércio independente, culminando no encerramento de diversos estabelecimentos que não puderam ou souberam integrar-se nos novos paradigmas comerciais.



Figura 4.5: inauguração do primeiro supermercado com o conceito de livre-serviço, Praça Duque de Saldanha, 14.10.1961 (400m²).

Fonte: Diário de Lisboa, 13.10.1961



Figura 4.6: inauguração do supermercado Pão de Açúcar, Avenida Estados Unidos da América, 01.05.1970 (2000m²)

Fonte: Arquivo Municipal de Lisboa, 1970

Em síntese, as vantagens iniciais do CBD derivam da conjugação da aglomeração e da acessibilidade, sendo a melhor localização para servir a população da cidade e da região. Porém, estas vantagens não são ininterruptas, uma vez que, quando o lugar central atinge uma dimensão considerável e ocupa uma superfície extensa, as economias de aglomeração enfraquecem e torna-se incómodo para os residentes dos territórios periféricos deslocarem-se ao centro (Alves, 2005; Amcoff, 2016). Consequentemente, certas atividades migram para centros secundários, iniciando-se a descentralização da oferta alimentar, potenciada ainda pelo desenvolvimento de novos formatos com atributos espaciais distintos daqueles que caracterizavam a estrutura hierárquica da organização comercial, minimizando-se a importância da proximidade e da centralidade. Assim, as formas modernas de distribuição permitiram a transição de um sistema assente numa estrutura hierárquica para um sistema mais autónomo e diversificado e mais independente da estrutura urbana.

²¹ Teixeira (1996) indica que, no final de 1961, existiam sete estabelecimentos em regime *self-service* a operar em Portugal, estando seis deles localizados na cidade de Lisboa, tendo-se tal realidade mantido sem grandes oscilações até ao final dos anos 1960.

4.3. Acessibilidade, diversificação dos ambientes retalhistas e estruturas pós-hierárquicas da organização comercial

Segundo Cachinho (1994, 2005), a crescente penetração das cadeias de distribuição, desde os anos 1980, constituiu uma alavanca na reestruturação do setor do retalho alimentar. Por um lado, a introdução de novos formatos de estabelecimentos de maior dimensão, possível através da difusão do livre-serviço em que o cliente executa parte do trabalho do vendedor, possibilitou a modernização do tecido comercial e a formulação de novos hábitos de consumo e de abastecimento. Neste período, realça-se a proliferação do universo das grandes superfícies alimentares, com destaque para os supermercados que começam a implantar-se, numa fase inicial, nas áreas centrais das cidades. Posteriormente, a partir dos anos 1980, o hipermercado revolucionou, pela sua dimensão, exposição e área de armazenamento, o setor retalhista e os modelos de abastecimento alimentar, impulsionando lógicas locativas em áreas facilmente acessíveis e com estacionamento e, ao mesmo tempo, impactando na redução do volume de vendas das mercearias e dos puros-alimentares (Colla, 2003). Por outro lado, Cachinho (1994, 2005) relembra que a exurgência de novos formatos de distribuição alimentar exigiu uma reorganização espacial dos lugares de compra, respondendo aos problemas de abastecimento que o segmento retalhista independente não conseguia suprir, particularmente nas áreas suburbanas.

Por isso, segundo Teixeira (1996), a transformação que ocorreu nas hierarquias urbanas modernas decorreu de mutações no lado da procura, resultante de transformações na distribuição da população e da densidade populacional, bem como das diferenças de rendimento, e no lado da oferta, com as mutações na distribuição alimentar, designadamente as tecnologias incorporadas na atividade comercial e a sua forma de organização espacial e logística. Além disso, a evolução dos transportes, sobretudo da mobilidade automóvel, e a democratização do frigorífico ou do micro-ondas ajudaram a explicar a transferência vertical e ascendente das funções ao nível da hierarquia.

Consequentemente, com a proliferação dos primeiros hipermercados, tendencialmente localizados em áreas pericentrais ou suburbanas irrigadas com vias rápidas e onde existiam problemas de abastecimento alimentar, as estruturas espaciais hierárquicas, hegemonicamente comandadas pelo CBD, declinam e afirmam-se novos polos comerciais (Guy, 2007; Teller, 2008; Wrigley & Lowe, 2002) que constituem uma revolução na periferia e que têm atenuado a tendência de pulverização e atomização do setor retalhista desde os anos 1970 (Cachinho, 1992). Assim, até aos anos 1960, o abastecimento das famílias na cidade de Lisboa encontrava-se praticamente confinado à Baixa, assistindo-se, a partir de então, a uma progressiva descentralização da atividade comercial que, numa primeira fase, assume uma lógica intraurbana de proximidade através do supermercado e que, nos

anos 1980, com o aparecimento das grandes cadeias de distribuição, progressiva suburbanização e exurbanização da população e das atividades económicas ancorada no aumento da motorização e com a crescente participação da mulher no mercado de trabalho, privilegia uma lógica de acessibilidade e de modelos *one-stop-shopping* ao nível inter-regional, ancorado no hipermercado (Balsas, 1999; Bromley & Thomas, 1993a; Chioldelli & Moroni, 2015; Wrigley & Lowe, 2002). Como sistematiza Dawson (1995) no caso escocês, nos anos 1980, transitou-se do retalho alimentar de proximidade para o retalho de destino, pois as cadeias de distribuição acreditavam que a potencialidade do mercado era mais facilmente explorada no segmento dos hipermercados, dos centros comerciais e dos *retail parks* (Figura 4.7).

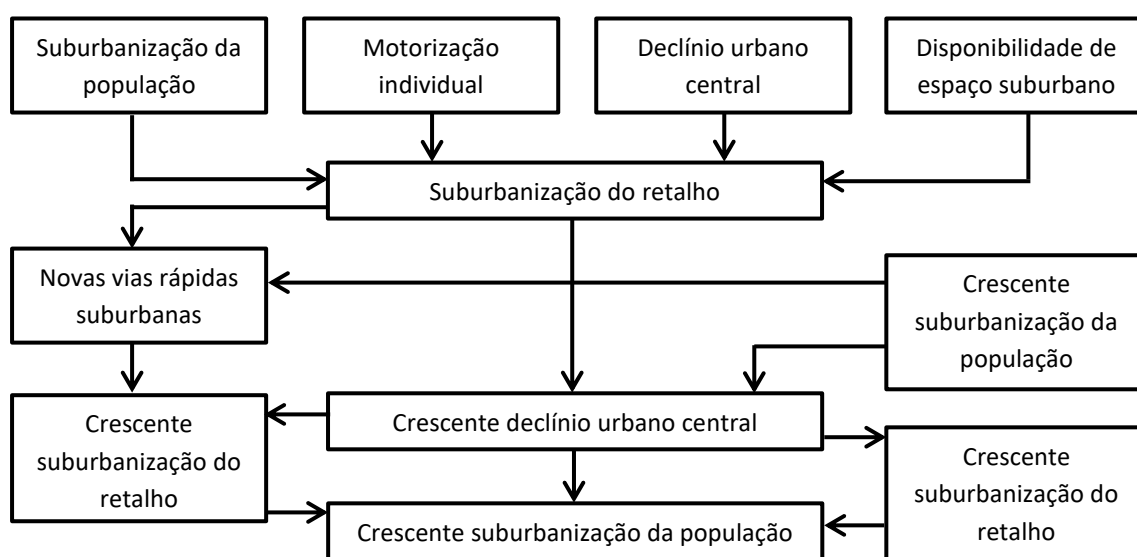


Figura 4.7: fatores desencadeantes da descentralização espacial do setor retalhista
 Fonte: adaptado de Kellerman (1985)

Neste contexto, o desenvolvimento de novos segmentos, como o dos hipermercados²², veio desafiar a estrutura hierárquica do abastecimento alimentar das famílias, uma vez que, independentemente da raridade dos produtos, todos podem ser encontrados num mesmo local, rompendo com a lógica de que a raridade dos produtos varia em função do nível hierárquico do centro urbano (Bromley & Thomas, 1993a; Cachinho, 2011). Com este novo segmento de mercado alimentar, inúmeros bens passam a ser adquiridos a grandes distâncias numa organização em rede, formada por múltiplos centros situados ao longo das principais vias rápidas que, numa primeira fase, se complementam e, posteriormente, concorrem entre si (Cachinho, 2005; Fernandes *et al.*, 2000).

²² Não sendo objetivo central do trabalho, ressaltamos que, segundo Teixeira (1996), a proliferação dos supermercados e, a partir de 1985, dos hipermercados não pode ser descontextualizada das mudanças sociopolíticas que ocorreram em Portugal a partir do final dos anos 1970 e durante os anos 1980 com a adesão à Comunidade Económica Europeia. Tais mudanças estruturais, como já apresentamos, impactaram no número de estabelecimentos e respetiva quota de mercado.

Os modelos hierárquicos da estrutura comercial intraurbana não são, segundo Brown (1992), adequados para explicar a recomposição da oferta nas últimas décadas, com o surgimento dos hipermercados, dos centros comerciais ou dos *category killers*, na medida em que se deixou de estabelecer uma relação linear entre a frequência de uso, o abastecimento e a centralidade/proximidade (Tabela 4.1). Cachinho (2005) complementa esta perspetiva, afirmando que os princípios de localização hierárquica são incapazes de explicar a nova ordem retalhista devido à globalização dos mercados, ao protagonismo das grandes cadeias de distribuição, à desterritorialização das marcas e das insígnias e à difusão de novos estilos de vida, indissociáveis do tempo rápido do automóvel e dos novos constrangimentos espaço-temporais dos consumidores (Cachinho, 2010; Mérenne-Schoumaker, 1987; Southerton, 2003). Por isso, segundo Cachinho (2011), a transição para uma análise ancorada em modelos pós-hierárquicos é necessária, devendo-se considerar fatores como os mecanismos de diversificação dos formatos (Dawson, 1988), a suburbanização da população (Casparis, 1967; Kellerman, 1995; Mills, 1992; O'Brien & Harris, 1991), a importância das políticas públicas (Guy, 2007) e o progressivo esbatimento da dicotomia compras-lazer (Miles, 2010; Moss, 2007; Wrigley & Lowe, 1996).

A emancipação do consumo enquanto atividade social é retratada em múltiplos estudos, destacando-se Cachinho (2006) que afirma que a proporção das motivações de ida ao hipermercado ou ao centro comercial associadas ao abastecimento alimentar são cada vez mais reduzidas, enquanto o passeio e miragem de montras ou idas ao cinema excedem os 70% (Cachinho, 1991), isto é, atividades associadas ao divertimento e às experiências que têm potenciado a formação de enclaves cénicos nas áreas suburbanas acessíveis e transformado esses segmentos de mercado em espaços-destino (Dawson, 1995; Lipovetsky, 2007; Öner, 2017).

Tabela 4.1: evolução dos atributos espaciais dos sistemas comerciais entre 1960 e a atualidade

Atributos	Modernidade (até 1960s)	Pós-modernidade (1970-1980s)	Hipermodernidade (pós 1990s)
Tipologia comercial	Lojas tradicionais de pequenos comerciantes	Novos conceitos desenvolvidos pelas cadeias de distribuição	Diversidade dos conceitos desenvolvidos pelas cadeias de distribuição
Organização espacial	Estrutura hierárquica, dominada pela cidade-centro e baseada em atributos de centralidade e proximidade	Dialética centro-periferia, baseada na acessibilidade, circulação e estacionamento	Estrutura pós-hierárquica, baseada em espaços e lugares virtuais e hiperreais

Fonte: adaptado de Barata-Salgueiro & Cachinho (2009)

O primado de atributos espaciais como a acessibilidade e o estacionamento para a localização dos novos estabelecimentos de dominante alimentar não pode ser interpretado sem considerar o progressivo declínio das economias de centralização (Alves, 2005; Balsas, 1999) e das tendências de reconfiguração espacial das áreas metropolitanas (Casparis, 1967). Segundo Bromley & Thomas (1993b), o principal determinante da variação dos comportamentos de consumo de produtos alimentares decorre do investimento prioritário em infraestruturas orientadas para a mobilidade motorizada (Frieden & Sagalyn, 1989), pelo que a inexistência de automóvel, combinada com baixos rendimentos ou debilidades físicas, se associa a elementos de desvantagem social, que fazem aumentar a dependência de alguns indivíduos das áreas centrais e dos estabelecimentos de proximidade, como relembram Guimarães (2018a) ou Meneely *et al.* (2009)²³. Segundo Amcoff (2016), a abertura de grandes superfícies alimentares em localizações periféricas contribuiu para o encerramento dos estabelecimentos e da quota de mercado dos formatos de proximidade nas áreas centrais, limitando o abastecimento dos residentes menos móveis (Bromley & Thomas, 1993b; Kowinski, 1985). Teixeira (1996) e Colla (2003) ilustraram essa evidência, reconhecendo que a concentração da distribuição alimentar se consolidou duplamente, através da diminuição do volume de vendas dos estabelecimentos independentes (mercearias e puros-alimentares) e da crescente importância dos livre-serviços, supermercados e hipermercados²⁴.

As áreas centrais, além de terem assistido a um declínio do seu dinamismo, também se tornaram menos acessíveis. A suburbanização e posterior exurbanização dos serviços e, mais especificamente, do retalho alimentar nas áreas periféricas das áreas metropolitanas mais desenvolvidas decorrem, segundo Alves (2005), da escolha deliberada de novos setores na periferia, associados a espaços construídos de raiz, com boas e sofisticadas acessibilidades rodoviárias e com bom enquadramento paisagístico, atributos que são mobilizados pelas cadeias de distribuição para desenvolverem as suas estratégias espaciais com investimentos em novos formatos.

Contrapondo com o congestionamento ou a inexistência de estacionamento nos centros urbanos densos, ou, segundo Burt & Dawson (1994), da inexistência de grandes superfícies por falta de espaço nas áreas centrais, a periferia encontra-se irrigada com vias rápidas e com estruturas comerciais multidimensionais e isoladas, direcionadas para o consumidor motorizado (Cachinho, 2011), o que explica a transição espacial do capital retalhista das áreas centrais para as áreas suburbanas (Wrigley & Lowe, 2002). Assim, Ascher (1998) considera legítimo afirmar que, enquanto o centro se periferiza, a periferia, pelo contrário, adquire cada vez mais atributos de centralidade, por exemplo, no abastecimento alimentar das famílias.

²³ Este grupo de consumidores tem despertado a atenção dos retalhistas, que procuram facilitar o seu ato de compra, apostando em formatos e conceitos de proximidade e de conveniência (*Distribuição Hoje*, maio de 2006).

²⁴ Entre 1986 e 1994, segundo Teixeira (1996), a quota de mercado das formas de distribuição modernas aumentou de 35,8 para 74,3% enquanto as mercearias (pequenas e grandes) registaram declínios de 50,9 para 22,5%.

A descentralização do capital retalhista estruturou-se em várias fases, tendo sido o setor alimentar aquele que experienciou as mudanças mais significativas (Amcoff, 2016; Fernie, 1995). Segundo Hallsworth (1994), a primeira fase, ocorrida nos anos 1960 e 1970, caracteriza-se pelo aparecimento de grandes superfícies, como os hipermercados, em áreas pericentrais ou suburbanas. Entre os anos 1970 e meados dos anos 1980, o Reino Unido experienciou uma descentralização das atividades não-alimentares devido ao aparecimento de grandes armazéns e de grandes superfícies especializadas, como lojas de brinquedos, mobiliário, decoração e bricolage, que funcionam como lojas-destino na periferia metropolitana (Dawson, 1995). Hallsworth (1994) propõe o aparecimento da terceira fase em meados dos anos 1980, com a consolidação de centros comerciais regionais. Fernie (1995) complementa estas fases com uma relação combinada entre a atividade turística e de lazer com o comércio que tem impulsionado, por exemplo, os *retail parks* e os complexos aeroportuários, que constituem, assim, a quarta onda de descentralização do retalho desde meados dos anos 1980. Pacione (2005) consolida estas fases com a quinta vaga, ilustrada pela emergência dos *outlets*, onde os produtores vendem diretamente os produtos aos consumidores. Finalmente, a sexta fase coincide com o início do novo milénio e resulta da democratização dos ambientes de compras virtuais, designadamente o telecomércio ou o *homeshopping* (Cachinho, 2011), que, segundo vários autores, tem contribuído para múltiplas transformações nos estabelecimentos físicos e para o declínio de alguns segmentos retalhistas (Bourlakis *et al.*, 2009; Briel, 2018; Verhoef *et al.*, 2015). Ainda assim, como concluíram Pratas & Brito (2019), na venda a retalho alimentar, a compra virtual caracteriza-se por uma fraca representação, sendo, contudo, um pouco mais expressiva no segmento dos hipermercados, sobretudo na compra virtual e *mobile* de produtos não-alimentares.

Em Portugal, Teixeira (2002) e Cachinho (2005) argumentam que a descentralização comercial se estruturou em dois grandes momentos. Por um lado, entre 1980 e 1995, em que se estabeleceu uma relação de complementaridade entre a oferta no centro da cidade, excedentária no comércio de especialidade e em bens e serviços raros, e da periferia, através de novos formatos que passam a fornecer à população citadina bens de grande consumo e de dominante alimentar e para a qual contribuiu a abertura dos hipermercados e dos centros comerciais regionais com elevadas áreas de influência em locais periféricos dotados de boas acessibilidades²⁵. Segundo Cachinho (1992) e Bromley & Thomas (1993a), os hipermercados, invenção francesa que combina os conceitos de

²⁵ Barata-Salgueiro (1996) distingue três vagas associadas aos hipermercados: (i) nos anos 1970, com a expansão das primeiras cadeias de distribuição e expansão do conceito de hipermercado além das mudanças em termos económicos e nos estilos de vida que designou de hipermercados de primeira geração ou proto-hipermercados; (ii) entre 1985 e 1990, com o surgimento de grandes grupos empresariais e o aumento dos rendimentos das famílias, proliferaram os hipermercados de segunda geração, instalando-se na primeira coroa suburbana ou na coroa exterior da cidade; e (iii) nos anos 1990, localizados na área periurbana, conjugando a integração do lazer e do abastecimento alimentar em que o hipermercado é integrado no centro comercial.

supermercado alimentar e de *discount store* não-alimentar (Colla, 2003; Rousseau, 2008), impactaram no volume e na periodicidade de abastecimento das famílias, privilegiando a compra de elevadas quantidades de produtos com uma frequência semanal ou quinzenal a preços baixos. O *bulk-shopping* só é possível para os consumidores motorizados e é particularmente vantajoso para as famílias de grande dimensão que se posicionam numa situação intermédia no ciclo de vida (Casparis, 1967; Teixeira, 1996). Combinando esse estatuto, aproveitam a facilidade de acesso e de estacionamento, as horas de funcionamento alargadas, a oportunidade para realizar grandes compras devido à competitividade dos preços e à qualidade e variedade do sortido, a que, segundo Cachinho (2005), acrescem ainda a segurança, a rapidez e a flexibilidade do livre-serviço. Estes atributos fazem dos hipermercados grandes concorrentes dos estabelecimentos independentes no abastecimento das famílias. Por isso, as mercearias, os talhos ou as peixarias ou, como recordam Guàrdia *et al.* (2010), os mercados municipais, onde os consumidores se dirigiam frequentemente, transformaram-se em espaços complementares do abastecimento alimentar²⁶, sendo usados para resolver problemas do momento em que o valor da proximidade se torna mais precioso que o preço, a diversidade e a qualidade do sortido dos hipermercados (Fernandes *et al.*, 2000). Desde 1990, num segundo momento, o centro da cidade tem enfrentado a competição direta da nova oferta ancorada em grandes centros comerciais, que consolidaram o modelo urbano multipolar e de organização pós-hierárquica do retalho (Guy, 2007; Ozuduru *et al.*, 2013; Wrigley & Dolega, 2011). A oferta dos grandes centros comerciais ou das grandes superfícies especializadas, além do hipermercado, concorre diretamente com os bens e serviços especializados e raros das áreas centrais (Dawson, 1995). Nestes novos espaços localizados na periferia, o consumidor encontra uma grande diversidade de bens e serviços num único espaço, desde os mais banais até aos mais raros, concentrando, no tempo e no espaço, as suas compras.

4.4. Redescoberta da proximidade e diversificação dos ambientes retalhistas: do hipermercado à loja de conveniência

Apesar das reduzidas evidências empíricas, o reflexo da crise económica e a saturação do modelo consumista ancorado nas grandes superfícies²⁷, sobretudo do hipermercado, e a apologia do retorno ao tempo lento, assim como a afirmação de valores de sustentabilidade e de consumo consciente têm possibilitado a revalorização e regeneração das áreas centrais. A redescoberta da

²⁶ Teixeira (1996) reconhece que a perda de importância destes formatos decorre da diversificação das novas formas de comércio, como o supermercado e o hipermercado, da alteração do perfil do consumidor e da desadequação do modelo de gestão dos estabelecimentos do segmento independente.

²⁷ Para uma leitura sobre as estratégias recentes de resiliência dos centros comerciais, ver Guimarães (2018b).

proximidade parece estar a quebrar um tempo de interregno do retalho alimentar nas áreas metropolitanas mais desenvolvidas (Herbert *et al.*, 2018), nomeadamente através de projetos de urbanismo comercial (Jayne, 2006; Rousseau, 2008; Öner & Larsson, 2014), de políticas de pedestrianização das áreas centrais, mas também através do investimento das grandes cadeias de distribuição alimentar em novos conceitos de proximidade, tríade que procura responder à espiral de declínio nas áreas centrais, amplificada pelas sucessivas vagas de descentralização retalhista (D'Alessandro & Salaris, 2011; Jayne, 2006). Porém, outros autores foram mais prudentes em estabelecer uma relação entre o retorno da população às áreas centrais e o declínio das estratégias de descentralização espacial da distribuição alimentar (Kellerman, 1985; McGreal & Kupke, 2014).

A recente redescoberta da proximidade pelas cadeias de distribuição decorre, por um lado, da evidência de que tal atributo espacial continua a ser uma tendência importante do abastecimento alimentar (Bromley & Thomas, 1993a), como ilustram Gasnier & Guillemot (2011) e Öner & Larsson (2014) através do reaparecimento de lojas de pequena e média dimensão no coração dos bairros, e, por outro lado, da progressiva apologia do tempo lento resultante da aceleração dos ritmos de vida (Cachinho, 2010; Southerton, 2003). Estes factos realçam o argumento de Mérenne-Schoumaker (1987), que afirma que o consumidor age de acordo com as suas características socioeconómicas e espaciais e em função das imagens que tem dos estabelecimentos.

A par destes fatores, Teixeira (1996) verificou, no contexto da AML, que, apesar da tendência de massificação dos hábitos de consumo, amplamente favorecida pela proliferação das grandes superfícies de dominante alimentar e pelo êxito consagrado do modelo do hipermercado, há uma aparente saturação deste modelo de abastecimento, antevendo-se a introdução de novos conceitos em que as opções de compra são mais diversificadas, dirigidas e segmentadas a determinados consumidores (Birkin *et al.*, 2002; Dawson, 2002; Meneely *et al.*, 2009). Estas propostas do lado da oferta assumem, segundo Gardner & Sheppard (1989), nas lojas de conveniência um bom exemplo. Este novo conceito²⁸, que reconceptualiza a pequena loja tradicional de bairro, adapta-se precisamente aos indivíduos mais ocupados e também ao segmento de consumidores mais idosos, que, por constrangimentos espaço-temporais, não consegue deslocar-se a um grande supermercado ou a um hipermercado, ressuscitando o conceito da pequena loja de bairro com a conveniência dos horários de funcionamento alargados e com uma clara aposta no segmento dos produtos frescos²⁹ (Meneely *et al.*, 2009; Southerton, 2003). Consequentemente, este novo formato de dominante

²⁸ Dawson (1995) refere que as lojas de conveniência irão crescer em importância, associando-as a um formato de proximidade. Este conceito abrange, para o autor, as áreas de serviço de abastecimento de combustível, a reconversão de mercearias locais e, mais recentemente, a aposta em novos formatos de supermercado pelas cadeias de distribuição.

²⁹ O crescimento deste novo formato e conceito da venda a retalho alimentar foi alvo de discussão na revista da especialidade *Distribuição Hoje* (julho/agosto de 2005).

alimentar tende a localizar-se em áreas urbanas de elevada densidade, privilegiando o tráfego pedonal ou automóvel, desde que existam condições para uma paragem curta para a realização de compras rápidas (Dawson, 1995; Ozuduru *et al.*, 2013).

A saturação do modelo de massificação ancorado no hipermercado é igualmente discutida por Herbert *et al.* (2018), que consideram que a atratividade de uma loja localizada a 5 minutos da residência é maior do que uma localizada a 15 minutos. Segundo Meissonnier (2002), os consumidores não querem despender mais tempo em deslocações para áreas de abastecimento periféricas, como os hipermercados. Consequentemente, os consumidores demonstram uma tendência de redescoberta do interesse pelos pequenos estabelecimentos de proximidade localizados no seu bairro (Birkin *et al.*, 2002; Dawson, 1995; 2002; Leboulenger, 2012; Rérat & Lees, 2010). Um estudo de Lemoine & Duchemin (2010) é elucidativo da saturação do modelo de consumo ancorado no hipermercado. Se, em 2002, 66% dos franceses preferiram realizar as suas compras na proximidade da residência ou nos locais onde se encontravam num determinado momento, esse valor ascendeu a 78% em 2009. Paralelamente, o comércio de itinerário, isto é, o comércio realizado nas áreas por onde os indivíduos circulam pedonalmente, aumentou de 44 para 66% entre 2004 e 2009.

Apesar do aparente declínio da euforia inicial liderada pelo segmento dos hipermercados, as lojas de conveniência, com o seu pequeno sortido e com uma estratégia locativa inserida em bairros residenciais densos ou de elevada população flutuante, não têm impactado significativamente no volume de vendas dos hipermercados, o que tem permitido que se desenvolvam entre estes dois formatos lógicas complementares (Burt & Dawson, 1994). Deste modo, como concluem Reigadinha *et al.* (2017), no caso do distrito do Porto, apesar dos estabelecimentos com uma grande superfície de venda, como o hipermercado, terem permitido a consolidação de uma estrutura pós-hierárquica na organização espacial do retalho alimentar, que ainda hoje se mantém, e contribuído para a falência dos paradigmas clássicos da organização espacial ancorados na centralidade e na proximidade, mais recentemente, com o aparecimento dos pequenos supermercados de conveniência e de proximidade, as teorias neoclássicas, como a teoria dos lugares centrais ou o princípio da aglomeração espacial, voltaram a contribuir para a explicação da organização espacial da distribuição alimentar, uma vez que os pequenos supermercados de proximidade tendem a privilegiar uma estratégia espacial ancorada na adjacência ao domicílio do consumidor, normalmente em áreas centrais.

Por isso, Cachinho & Barata-Salgueiro (2016) referem que, além do centro da cidade, se devem distinguir dois tipos de centros: os centros de influência regional, orientados para oferecer bens e serviços de aquisição ocasional, e os centros de conveniência ou de proximidade, orientados para a satisfação das necessidades básicas da população e, portanto, numa conexão de proximidade relativamente ao consumidor em termos de bens de aquisição frequente (Tabela 4.2 e Figura 4.8).

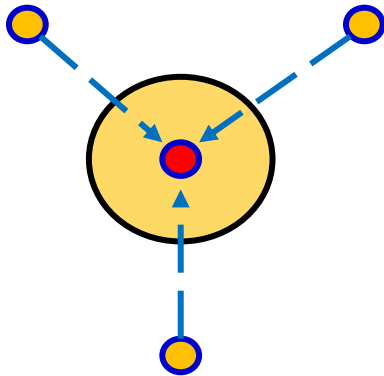
Deste modo, estes autores afirmam que, além desses formatos de proximidade serem necessários nas áreas centrais, são também particularmente importantes em bairros residenciais densos. Por isso, sugere-se que existe uma relação entre o número de estabelecimentos alimentares de proximidade e o número de residentes (Öner, 2014).

Tabela 4.2: formatos comerciais de dominante alimentar - estratégias e características espaciais

Formato	Estratégia locativa	Produto imobiliário	Principais características
Mercearia	Localizadas em bairros residenciais e junto dos principais eixos viários intraurbanos.	Lojas no rés-do-chão, inseridas em edifícios residenciais.	Satisfazem necessidades básicas, localizando-se na proximidade da habitação. Com a expansão das cadeias de distribuição, a sua presença tem-se reduzido.
Supermercado	Inseridos no tecido urbano, funcionando em lógica de proximidade.	Piso térreo de edifícios residenciais ou edifícios construídos para o abastecimento alimentar.	Dimensão entre 400 e 2499m ² , com sortido misto e com elevada presença de marcas de distribuidor. Pode ter parque de estacionamento.
Hipermercado	Alocados aos eixos viários periféricos. Loja-âncora de centros comerciais, localizada no seu piso térreo.	Edifícios de grandes dimensões construídos com finalidade de abastecimento alimentar e não-alimentar.	Área superior a 2500m ² com um amplo sortido alimentar e não-alimentar de marcas de distribuidor e marcas-líder. Tem parque de estacionamento.
Loja de conveniência	Inseridas em bairros residenciais e tecidos densos. Localizadas também em áreas de grande fluxo pedonal.	Edifícios térreos de reduzida dimensão. Normalmente localizadas em edifícios residenciais ou de escritórios.	Dimensão entre 100 e 200m ² , com sortido pouco diverso, incluindo marcas de distribuidor e marcas-líder. Preços relativamente elevados.

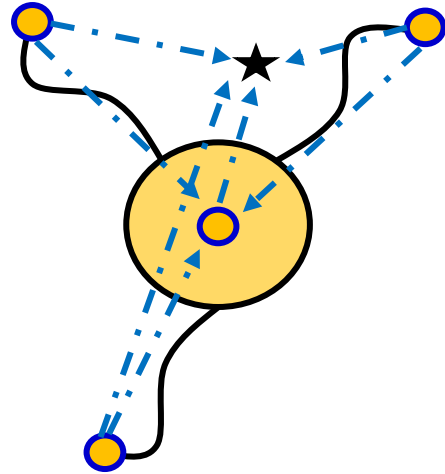
Fonte: adaptado de Burt & Dawson (1994)

**1.ª Fase
(hegemonia do centro)**



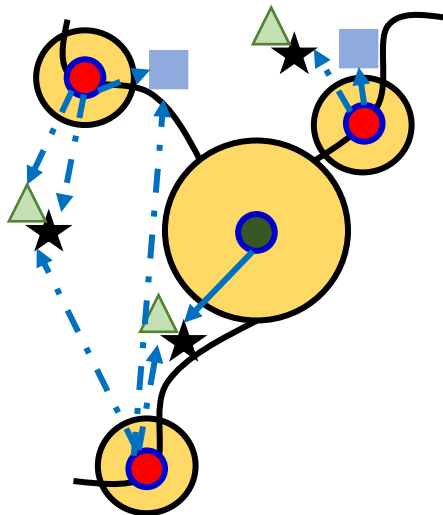
Atributos espaciais:
centralidade e proximidade

**2.ª Fase
(centro-periferia)**



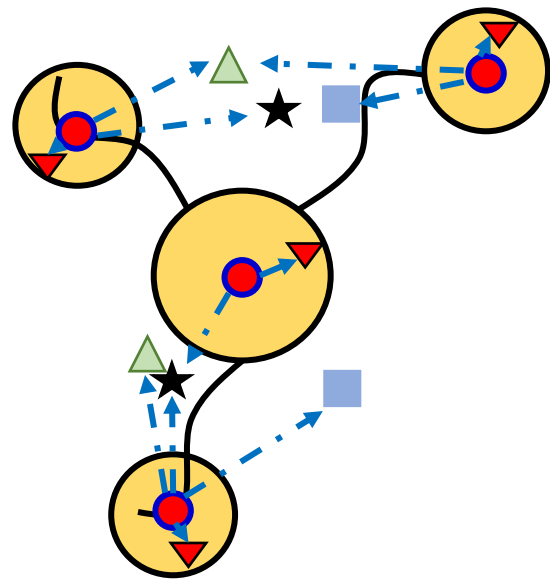
Atributos espaciais:
descentralização e acessibilidade

**3.ª Fase
(concorrência centro-periferia)**



Atributos espaciais:
descentralização e acessibilidade

**4.ª Fase
(redescoberta da proximidade)**



Atributos espaciais:
proximidade

- Aglomerados urbanos
- ▲ Centro comercial regional
- ▼ Loja de proximidade
- ★ Hipermercado
- Superfícies especializadas
- ~ Via rápida
- ▶ Fluxo

Figura 4.8: síntese das dinâmicas espaciais do setor retalhista nas áreas metropolitanas
Fonte: adaptado de Teixeira (2002) e Cachinho (2005)

5. Desenvolvimento urbano e distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa: quadros conceptual e metodológico

Antes de procedermos à análise dos resultados, dedicamos este capítulo à apresentação dos quadros conceptual e metodológico que estruturam a análise que será desenvolvida. A primeira parte deste capítulo destina-se a sistematizar os conceitos descritivos que norteiam a investigação e que irão estruturar o modelo de análise que será apresentado na segunda subsecção deste capítulo. Inicialmente, introduzir-se-á o quadro conceptual que orienta a abordagem para, numa fase posterior, apresentar e definir os conceitos estruturantes e as relações que estes estabelecem entre si. Partindo da relação unívoca entre a cidade e o comércio, discute-se a necessidade de incorporar um modelo que permita analisar as dinâmicas do desenvolvimento urbano. Posteriormente tratar-se-á da resposta da distribuição alimentar, analisando-se as transições espaciais do retalho alimentar com a lente conceptual da destruição criativa de Joseph Schumpeter. Finalmente, introduzir-se-á o conceito de capital espacial, por nós retrabalhado, para introduzir uma dimensão de agenciamento desempenhada pelo espaço enquanto elemento condicionante das estratégias espaciais da distribuição alimentar. Na terceira parte deste capítulo, avançaremos para a apresentação do quadro metodológico da investigação, onde descreveremos os métodos e as técnicas mobilizadas na operacionalização da pesquisa. A última subsecção deste capítulo é destinada à apresentação do caso de estudo sobre o qual a investigação incidirá.

5.1. Quadro conceptual

Em grandes linhas, a presente investigação pretende relacionar a evolução da organização espacial da distribuição alimentar com as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano num contexto metropolitano. Tomando como exemplo uma das principais cadeias de distribuição a operar no mercado português, o objetivo principal do estudo consiste em avaliar de que modo as dinâmicas do desenvolvimento urbano interferem na mudança das estratégias espaciais de uma cadeia de distribuição alimentar.

Para estabelecer esta relação, é premissa necessária considerar que existe uma relação umbilical entre o espaço urbano e a atividade comercial. Benévolo (1993) refere que a atividade comercial sempre esteve presente nas cidades desde o seu surgimento no Egito e na Mesopotâmia

no século IV a.C. Porém, já observando a planta da cidade de Ur³⁰, identificamos igualmente a presença na forma urbana de determinadas atividades comerciais (Morris, 1994 [1979]). Consequentemente, assumimos que a venda a retalho sempre foi e continua a ser, por excelência, uma atividade eminentemente urbana. Se, como propõe o historiador Henri Pirenne (1946 [1925]), nem todas as cidades são filhas de comerciantes, Barata-Salgueiro (1996) e Cachinho (2011) reconhecem que o dinamismo urbano nunca floresceu em nenhuma civilização sem a presença de estabelecimentos comerciais. Esta interpretação estende-se a outros trabalhos, como Fernandes *et al.* (2000), em que o comércio nos oferece um meio para estudar múltiplos aspetos da organização societal contemporânea e do sistema capitalista moderno, designadamente as estratégias das empresas de distribuição. As cidades constituem os lugares reais onde estas transformações se plasmam e se espacializam. Por isso, o retalho é uma das razões de ser da cidade, explicando o seu dinamismo e coesão. Como sintetiza Cachinho (2002), o comércio é um elemento estruturante dos aglomerados urbanos, sem o qual é impossível compreender a sua existência e dinamismo. Barata-Salgueiro (1989: 153) argumentava que o comércio promove “o convívio entre as pessoas e a animação dos lugares, para além de ser um elemento decisivo na estruturação do espaço”. Um dos pontos mais relevantes deste trabalho é o reconhecimento de que, apesar das constantes mudanças nas formas de venda ou nos formatos e características dos estabelecimentos, a função comercial permanece associada aos aglomerados urbanos. Num trabalho mais recente, Öner (2017), que procura estabelecer uma relação entre a atratividade do lugar com a acessibilidade aos estabelecimentos comerciais, concluiu que esta se encontra positivamente relacionada com aquela, o que parece confirmar que a atividade comercial se reveste de um elevado significado para as representações associadas aos lugares.

A venda a retalho enforma e exerce uma influência considerável na morfologia e no funcionamento de aglomerados classificados como urbanos e, mais especificamente, das cidades (Bromley & Thomas, 1993a; Morris, 1994 [1979]). Através do comércio e dos lugares onde este se pratica, as pessoas satisfazem as suas necessidades básicas e realizam muitas vezes os seus desejos através de atos de compra que enformam cada vez mais uma interação social com perceções de lazer. O contributo que o comércio desempenha na vida quotidiana das pessoas e no funcionamento da cidade constitui uma prova de que a consolidação e o dinamismo dos aglomerados urbanos não podem estar desconectados da maior ou da menor presença da atividade comercial. Porém, na avaliação desta relação, alguns autores vão ainda mais longe. Se a existência de tal relação não sofre qualquer contestação, há quem defenda que a densidade e o dinamismo do aparelho comercial estão relacionados com o nível de urbanização dos territórios e com a dimensão dos aglomerados

³⁰ Ur foi uma importante cidade-estado na antiga Suméria que se estima ter origem no ano 2000 a.C.

populacionais. Esta visão levou-nos, primeiro, a analisar a evolução espaço-temporal do desenvolvimento urbano em diferentes etapas para, numa fase posterior, relacionar essa evolução com as mudanças das estratégias espaciais da distribuição alimentar.

5.1.1. Dinâmicas do desenvolvimento urbano

A análise das dinâmicas do desenvolvimento urbano tem como suporte o modelo concebido por Leo Klaassen *et al.* (1981) e van den Berg *et al.* (1982). Partindo da visão regional proposta por Parr (2005), o modelo do desenvolvimento urbano é retrabalhado para ser aplicado a uma escala metropolitana, mantendo a relação dialética centro-periferia. Klaassen *et al.* (1981) defendem que o desenvolvimento urbano é indissociável da distribuição da população e das atividades económicas. Através deste argumento, os autores defendem que a localização das atividades económicas acompanha os ritmos de deslocação da população residente. Além disso, o modelo incorpora as duas escalas necessárias para a análise: o espaço, a partir da visão dicotómica centro-periferia, e o tempo.

O modelo dos estádios do desenvolvimento urbano ajudar-nos-á a compreender a evolução espaço-temporal da vida urbana na AML, desde a formação da metrópole até à sua consolidação como região metropolitana fragmentada e polinucleada. Segundo Barata-Salgueiro (2006), as transformações contemporâneas da AML residem, por um lado, no crescimento das concentrações populacionais, na extensão periférica com dispersão e polarização, na reformulação das áreas interiores com processos de esvaziamento e na recolonização dos centros e, por outro lado, na construção de uma rede de centralidades. Tal como em Londres (Mogridge & Parr, 1997), a expansão de Lisboa seguiu uma tendência periférica e, posteriormente, descontínua para além dos seus limites, o que permitiu a formação de uma região metropolitana.

No trabalho seminal de Barata-Salgueiro (2001), conseguimos compreender a evolução de Lisboa, das suas centralidades e periferias. De núcleo primitivo na colina, passando por capital do império colonial, Lisboa foi, por excelência, uma cidade comercial e portuária desde a sua origem, atingindo o seu auge nos séculos XV e XVI, o que permitiu a consolidação de uma cidade cosmopolita onde se concentravam produtos e comerciantes nacionais e internacionais. Como realça Barata-Salgueiro (2001), com o declínio do império português, a partir dos séculos XVIII e XIX, a cidade de Lisboa, entre 1801 e 1864, cresceu muito pouco devido também a surtos epidémicos. Contudo, esta manteve uma tendência de urbanização que se consolidou na primeira década do século XX, com um crescimento demográfico de 24% entre 1900 e 1911. Neste período, iniciou-se um processo de suburbanização embrionário associado à atividade industrial, com particular destaque para os aglomerados de Almada, do Montijo, do Barreiro, de Sesimbra e de Setúbal. Esta expansão abrangeu

igualmente os aglomerados de Sacavém, de Alhandra e de Alverca, avançando sobre Vila Franca de Xira. O desenvolvimento suburbano embrionário assumiu particular relevância, além da mobilidade automóvel, com a articulação dos transportes coletivos, ferroviários e fluviais, como ilustram os aglomerados da Amadora, de Queluz ou de Cascais e de Almada, do Barreiro, do Seixal ou do Montijo, respetivamente (Barata-Salgueiro, 2001).

Ao mesmo tempo, a cidade-centro, através da intervenção estatal, iniciou um conjunto de processos de urbanização que decorreu da abertura da Avenida da Liberdade (Morais & Roseta, 2005) e que permitiu a extensão da zona urbanizada para as Avenidas Novas com a projeção dos bairros do Areeiro e de Alvalade (Barata-Salgueiro, 2001; Costa, 2005). Esta expansão urbana procurou responder aos intensos movimentos migratórios provenientes das áreas rurais, que se iniciaram nos anos 1940 e 1950, onde as dificuldades estruturais do setor agrícola eram evidentes. Não surpreende, portanto, que 38,3% dos residentes na AML, em 1981, fossem naturais de outras regiões portuguesas (Fonseca, 1990). Os intensos movimentos de êxodo rural expuseram o problema de habitação que a cidade de Lisboa começava a enfrentar, conduzindo à “expansão da mancha construída para o desenvolvimento de núcleos suburbanos de tipo dormitório” (Barata-Salgueiro, 2001: 50) através da proliferação de soluções marginais abarracadas e clandestinas, que são discutidas por Arrabaça (2002), e que evidenciaram a necessidade de investimento em habitação social.

Perante esta nova realidade, a partir dos anos 1950, assistiu-se a um crescimento explosivo da primeira coroa suburbana, particularmente relevante, numa primeira fase, na AML Norte que, entre 1950 e 1960, ganhou mais de 137 mil habitantes, cerca de 241 mil habitantes entre 1960 e 1970 e atingiu um saldo positivo de 427 mil habitantes entre 1970 e 1981. Este crescimento foi potenciado, em grande medida, pelo investimento na rede de transportes coletivos, particularmente ferroviário. Enquanto as franjas periféricas atingiram crescimentos positivos, a cidade de Lisboa perdeu, nos anos 1960, cerca de 33 mil habitantes e 144 mil habitantes nos anos 1980 (Barata-Salgueiro, 2001).

Neste contexto, segundo Barata-Salgueiro (1997, 2006), importa distinguir dois momentos de estruturação da região metropolitana. Por um lado, até 1975, em que a cidade de Lisboa acolheu vários migrantes em busca de emprego e de melhores condições de vida que a agricultura já não possibilitava e que o arranque do setor industrial parecia compensar e, por outro lado, após 1975, momento a partir do qual um número significativo de retornados das colónias adensou a pressão residencial que a cidade vinha experienciando. A progressiva terciarização do centro e a reduzida oferta de habitação permitiram, numa primeira fase, que a cidade se expandisse para norte, e, durante os anos 1960, se expandisse rápida e desordenadamente para os aglomerados da primeira coroa suburbana (Gaspar *et al.*, 2005). Barata-Salgueiro (2001) refere que a dimensão e a complexidade

funcional permitiram que a metrópole se fragmentasse espacialmente, iniciando-se a construção de uma metrópole policêntrica.

Esta nova etapa do desenvolvimento da AML, a partir dos anos 1960, contribuiu para o crescimento de novos aglomerados na periferia de Lisboa, com função residencial, e para o progressivo esvaziamento das áreas mais antigas da cidade. Deste modo, a reversão da tendência de urbanização da cidade-centro iniciou-se com os processos de suburbanização da primeira coroa suburbana através da promoção imobiliária de base especulativa de grandes conjuntos habitacionais e que se intensificaram até aos anos 1990 na segunda coroa suburbana. Segundo Marques (2005), entre 1980 e 1990, a cidade de Lisboa perdeu 34% dos seus residentes. Barata-Salgueiro (1989, 2001) refere que a construção do complexo Amoreiras e o aparecimento dos primeiros hipermercados e centros comerciais, além do incêndio nos Armazéns do Chiado em 1988, da expansão da rede do metropolitano e do investimento em vias rápidas na franja da cidade contribuíram significativamente para a retração da capacidade atrativa do centro tradicional de Lisboa nesse período, argumentos igualmente apresentados por Cachinho (1994, 2006).

Deste modo, enquanto certas atividades, também as mais banais, tenderam a localizar-se nas áreas centrais durante décadas, a proliferação de novos aglomerados periféricos implicou que essas atividades migrassem e acompanhassem a deslocação errática da população residente. Numa primeira fase, até aos anos 1970, esta deslocação assumiu uma tendência de complementaridade, mas, com o aparecimento dos primeiros centros comerciais regionais e dos centros de escritórios e parques tecnológicos, rapidamente começou a contribuir para a quebra do dinamismo residencial e comercial das áreas centrais. Deste modo, resulta que o centro da cidade esteja a competir com novas centralidades que se emanciparam e autonomizaram nas últimas décadas e que contribuíram para as mutações na vertebração do sistema urbano, onde o contínuo metropolitano colide e se interrelaciona com os subúrbios cada vez mais policêntricos e densos.

Na última década do século XX e na primeira década do século XXI, a AML tem conhecido uma tendência de crescimento significativo das áreas periurbanas, progressivamente mais distantes da antiga metrópole, pautadas por áreas de pequena dimensão e com características de uma certa ruralidade. Segundo Barata-Salgueiro (2001), as tendências de residência alteraram-se, sendo que a saída das classes médias e altas para a periferia distante e ainda o aumento do número de residências secundárias têm contribuído para o crescimento de aglomerados espacialmente mais distantes. Como sintetiza a mesma autora, o incremento da mobilidade individual, através de avultados investimentos em vias rápidas e do aumento geral da taxa de motorização, tem potenciado a expansão urbana para eixos mais distantes, evidência também constatada por Marques da Costa (2007).

Estas tendências de descentralização, inicialmente associadas às primeira e segunda coroas suburbanas e posteriormente às áreas periurbanas, contribuíram para a formação de um território urbano-metropolitano policêntrico que, segundo Barata-Salgueiro (1997, 2001, 2006), deixou de ser hegemônico por um centro único e passou a ser dotado de inúmeros fluxos em todas as direções, que contribuíram para explicar o declínio da hegemonia da Baixa e a crescente integração dos vários territórios metropolitanos com o desenvolvimento de novos polos de serviços e de comércio na cidade-centro e na periferia.

Porém, os estádios do desenvolvimento urbano associados a tendências de descentralização têm, aparentemente, diminuído de magnitude nos últimos anos, tendo-se intensificado a discussão em torno de um eventual retorno ao centro da cidade de Lisboa, processo que Barata-Salgueiro (2001) designa de recentralização. Esta discussão tem estado associada aos impactes de políticas e de estratégias de reabilitação urbana na estrutura socioeconómica e funcional das áreas centrais e interiores (Barata-Salgueiro, 1997, 2006). Esta dinâmica pode conduzir a uma renovação do crescimento urbano-regional, protagonizando uma recolonização das áreas centrais que se encontra ancorada no desenvolvimento de bolsas urbanas onde se emancipam grupos sociais com um elevado capital económico e cultural e capazes de pagar o valor da centralidade (Barata-Salgueiro, 1997, 2001). Esta última etapa tem ainda originado a discussão em torno dos processos de nobilitação urbana e de gentrificação turística e comercial, bem como das suas consequências sociais e ainda das transformações na escala da produção urbana (Barata-Salgueiro *et al.*, 2017; Guimarães, 2018a).

5.1.2. Destruição criativa do ambiente construído

Antes de introduzirmos os dois últimos pilares da estrutura conceptual, é relevante recordar o trabalho de Wrigley & Lowe (2002) sobre as transições espaciais (*spatial switchings*) do retalho alimentar em contexto urbano nas últimas décadas. Os autores, analisando os padrões de localização recentes do retalho, argumentam que estes acabam por compor uma cartografia que descreve uma geografia inconstante, permitindo traçar diferentes transições espaciais do capital retalhista, a que se associam diferentes estratégias locativas e diferentes formatos comerciais. Estas transições espaciais e mudanças no capital retalhista tendem a ser progressivamente mais rápidas desde a penetração das grandes cadeias de distribuição alimentar no mercado, que tendem a mobilizar os atributos dos territórios de forma ativa, explorando e penetrando em espaços específicos em dimensões multiescalares e construindo e destruindo sucessivas configurações herdadas através do processo de mudança espacial do capital.

A par da progressiva concentração do capital e da internacionalização da distribuição alimentar, desde os anos 1980, Wrigley & Lowe (2002) distinguem três escalas distintas das transições espaciais. Em primeiro lugar, ao nível intraurbano, em que as áreas centrais das cidades tendem a perder a sua hegemonia comercial para localizações pericentrais. Seguidamente, ao nível regional, onde se evidencia a estruturação e consolidação de novas áreas de expansão dos estabelecimentos das grandes cadeias de distribuição alimentar para o exterior das áreas centrais, coincidindo com a progressiva suburbanização da população residente e das atividades económicas (Kellerman, 1985; O'Brien & Harris, 1991). Finalmente, ao nível internacional, com a receção e envio de fluxos de capital e com a expansão de diversas insígnias para o mercado internacional.

Apesar desta distinção, a investigação que empreenderemos atribuirá maior relevo às transições espaciais que se evidenciaram ao nível intraurbano e ao nível regional, o que permitirá compreender as dinâmicas urbanas da distribuição alimentar na AML. Por exemplo, Cachinho (2005, 2011) e Teixeira (2002) ajudam-nos a compreender essas transições espaciais, advogando que a relação entre o retalho alimentar e a cidade já não se caracteriza pelos mesmos atributos espaciais. Se, em tempos pretéritos, o casamento secular entre a cidade e o comércio era caracterizado por atributos de centralidade e proximidade, é igualmente correto equacionar que esses atributos foram substituídos pela acessibilidade, circulação e estacionamento, tendo-se assistido a uma progressiva descentralização da atividade comercial e a um progressivo divórcio entre a cidade-centro e o retalho alimentar. Mais recentemente, outros autores têm descrito uma nova transição espacial que se caracteriza pelo desgaste dos antigos formatos comerciais ancorados nas grandes superfícies, o que tem permitido o regresso a uma fase de proximidade em estreita resposta às transformações recentes da sociedade contemporânea (Birkin *et al.*, 2002; Dawson, 1995, 2002; Lemoine & Duchemin, 2010; Herbert *et al.*, 2018; Meneely *et al.*, 2009).

Ao longo desta investigação, as transições espaciais, que enformam uma geografia inconstante, serão analisadas a partir da natureza da destruição criativa das transições do capital retalhista. Nesta perspetiva, o que torna uma paisagem singular ou banal são os motivos de lucro, pelo que o capital circula nessa mesma paisagem, permanentemente construindo e reconstruindo o ambiente construído (Harvey, 1981, 2006, 2012).

Deste modo, a partir do conceito de destruição criativa de Schumpeter (1950 [1942]), será possível verificar se o capital do retalho alimentar tende a introduzir alterações no espaço metropolitano para se adaptar às novas realidades do mercado. Por isso, segundo os argumentos de Rousseau (2008), as cadeias de distribuição e os seus respetivos formatos comerciais não se caracterizam pela passividade no tempo e no espaço, sendo desenvolvidos processos dinâmicos que envolvem mudanças e renovações permanentes. As principais teorias da distribuição tendem a realçar

a dinâmica transformista das novas fórmulas comerciais e das suas características, inspirando-se na teoria da destruição criativa de Schumpeter, definida como um:

“... process of industrial mutation – if I may use that biological term – that incessantly revolutionizes the economic structure *from within*, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one. This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism.” (Schumpeter, 1950 [1942]: 83)

Por isso, a destruição criativa deve ser entendida como uma estratégia adaptativa das cadeias de distribuição às novas realidades do mercado, sendo vital que os distribuidores identifiquem as transformações que podem ocorrer nos seus negócios, para que possam, antecipadamente, identificar as potencialidades das novas fórmulas a implementar (Ozuduru *et al.*, 2013). A procura de estratégias adaptativas visa, por um lado, providenciar novas configurações e trajetórias de crescimento da cadeia de distribuição e, por outro, reverter sintomas de morbilidade nos sistemas da sociedade líquida, caracterizada por choques, transformações e crises, com repercussões nos modelos de abastecimento das famílias (Erkip *et al.*, 2014; Wrigley & Dolega, 2011). Bauman *et al.* (2015) designam de interregno o período em que um sistema entra em decadência e que outro pode, ou não, nascer. De acordo com esta perspetiva, pode afirmar-se que as empresas inovam devido à constante necessidade de defenderem a sua posição competitiva e de responderem a situações de incerteza, tal como é argumentado por Schumpeter:

“As a matter of fact, capitalist economy is not and cannot be stationary. Nor is it merely expanding in a steady manner. It is incessantly being revolutionized *from within* by new enterprise, i.e. by the intrusion of new commodities or new methods of production or new commercial opportunities (...). Any existing structures and all the conditions of doing business are always in a process of change.” (Schumpeter, 1950 [1942]: 31)

Assim, a destruição criativa, tal como descrita por Schumpeter (1950 [1942]), enforma uma estratégia adaptativa enquanto processo contínuo de destruturação e reestruturação das atividades em estreita articulação com o carácter não estacionário do processo capitalista através de ondas de inovação, que pode incorporar novos produtos, métodos de produção e de transporte ou novos modos de organização, desenvolvidos pelo empresário. Para Tester (2009), estas transformações e dinâmicas turbulentas envolvem sintomas de morbilidade decorrentes do colapso de uma realidade e da necessidade de desenvolver novos formatos adaptativos.

Segundo Schumpeter (1950 [1942]), este comportamento adaptativo, que envolve uma transformação da estrutura económica interna da empresa, é contínuo no tempo e constitui um

processo orgânico e perene, não podendo ser entendido de outro modo. Não surpreende, portanto, que vários estudos (Davidson *et al.*, 1976; Guimarães, 2018a; Lowry, 2002; Nicoleta & Cristian, 2009) argumentem que os diferentes formatos comerciais descrevam um ciclo de vida, uma vez que o desaparecimento de uns envolve o aparecimento de outros e é em função da leitura desse ciclo que as cadeias de distribuição desenvolvem estratégias adaptativas para potenciar as oportunidades e minimizar as ameaças, ajustando-se, desse modo, às mudanças constantes do mercado (McGreal & Kupke, 2014). Este argumento, segundo Gregory *et al.* (2000 [1981]), é relevante na análise geográfica, uma vez que assume que o processo de destruição criativa depende dos ritmos da economia capitalista em que períodos de construção são seguidos por períodos de destruição dramática ou incipiente, quer à escala local quer à escala global (Daio, 2017).

Este pilar conceptual permite, assim, compreender as transições espaciais do retalho alimentar que identificamos anteriormente³¹, uma vez que reflete uma tendência de criação de novos espaços de comércio com o objetivo de se adequarem ao mercado sem a manutenção das estruturas anteriores, deixadas ao abandono ou sem investimento. Wrigley & Lowe (2002) e Pacione (2005) discutem este processo que permite descrever a transição espacial dos espaços de comércio das áreas centrais para a periferia, associado ao processo de suburbanização das áreas metropolitanas. Mais recentemente, tem-se assistido a uma reestruturação dos espaços de comércio que, decorrente das políticas de regeneração das áreas centrais, tem potenciado o regresso às áreas centrais através do investimento em novos conceitos comerciais (Birkin *et al.*, 2002; Dawson, 1988; 2002). Este argumento afigura-se relevante, pois permite-nos compreender que as regiões metropolitanas, o seu ambiente construído e o seu sistema comercial, além de espacialmente fragmentados, são, também, temporalmente inconstantes.

5.1.3. Capital espacial

O último pilar da investigação envolve as propriedades e os atributos espaciais. Contrariamente aos trabalhos pioneiros de construção eminentemente positivista, em que o espaço era analisado como um elemento neutro, inexistindo uma dimensão de agenciamento espacial na análise dos fenómenos (Rérat & Lees, 2010; Mace, 2017), retrabalhamos o conceito de espaço, dando particular importância aos seus atributos enquanto ferramenta para a prática do planeamento de espaços comerciais.

³¹ Ver capítulo 4.

Neste âmbito de análise, consideramos que a localização dos diferentes formatos comerciais decorre do uso estratégico do espaço pelas cadeias de distribuição de forma a ultrapassar os desafios do mercado (Bennison *et al.*, 1995; Wood & McCarthy, 2014). Assim, o espaço não é neutro ou liso (Deleuze & Guattari, 2008), nem um mero suporte abstrato onde se localizam as atividades comerciais (Cachinho, 2005), mas compõe uma forma de capital³². O espaço possui uma textura³³ que decorre dos seus atributos demográficos, sociais e económicos. Paralelamente, a configuração do aparelho comercial é ainda explicada pelas estratégias de crescimento ou de adaptação das cadeias de distribuição através dos diferentes formatos de distribuição alimentar (Birkin *et al.*, 2002; Wood & McCarthy, 2014).

Por isso, o espaço deve ser conceptualizado enquanto um espaço moldado e estriado pela combinação de atores e actantes que compõem uma diferenciação dos lugares, considerando, segundo Lévy (2014), a complexidade das interações entre atores, objetos e ambientes. Num sentido amplo, o espaço possui uma textura moldada pelos aspetos do mundo social, onde inserimos a distância, a localização, o movimento e a diferenciação geográfica, elementos que participam ativamente na construção, no funcionamento e na reprodução dos sistemas comerciais. Assim, além de se considerarem os atores, onde incluímos os consumidores, mas particularmente as cadeias de distribuição, consideram-se também os atributos espaciais que estruturam a organização da distribuição alimentar nas áreas metropolitanas desenvolvidas.

Neste contexto, a textura do espaço inclui atributos de centralidade, acessibilidade e proximidade que condicionam ou medeiam a localização das atividades comerciais. Esses atributos induzem uma diferenciação geográfica dos lugares, como demonstra o trabalho de Rérat & Lees (2010). Assim, como realça Lévy (2014), a dimensão espacial dos mundos sociais deve incorporar os atributos espaciais para compreender os fenómenos. Como afirmam Barata-Salgueiro & Cachinho (2009), o espaço e, por conseguinte, a cidade servem de contexto às ações desenvolvidas pelos atores. O espaço medeia as relações e é um poderoso agente de diferenciação, sendo, por isso, mobilizado enquanto forma de capital pelas cadeias de distribuição a fim de potenciar a sua posição no mercado (Mace, 2017). Neste sentido, o capital espacial pode ser definido como:

“un ensemble de ressources, accumulées par un acteur, lui permettant de tirer avantage, en fonction de sa stratégie, de l’usage de la dimension spatiale de la société” (Lévy & Lussault, 2003: 124)

³² O capital espacial é conceptualizado a partir da ausência da componente espacial das abordagens bourdeusianas. Assim, além do capital cultural, social e económico, deve introduzir-se o conceito de capital espacial (Bourdieu, 1987; Rérat & Lees, 2010).

³³ A textura é um conceito introduzido por Lefebvre (1991 [1974]) e refere-se ao tecido comunicacional que medeia as propriedades do espaço e as práticas espaciais ou comunicativas que o (re)produzem. Para uma discussão mais profunda do conceito, ver Jansson (2007).

Dada a complexidade conceptual associada a este pilar, importa compreender de que forma as cadeias de distribuição alimentar mobilizam esses atributos na definição das suas estratégias espaciais. Assume-se que o espaço incorpora um conjunto de atributos que enformam a ação dos atores, como sugere Boelens (2010). Por isso, infere-se que as cadeias de distribuição mobilizam a textura espacial para definirem as suas estratégias e mobilizam determinados atributos espaciais para consolidarem a sua posição no mercado (Lévy & Lussault, 2003; Garneau, 2006). Tal como argumentam Wrigley & Lowe (1996), o espaço é concebido como um produto de atividade social, em que a criação e recriação dos mercados e a configuração espacial dos sistemas comerciais são problemas centrais nos imperativos estratégicos desenvolvidos pelas cadeias de distribuição (Bennison *et al.*, 1995). Conclui-se, por isso, que o processo de destruição criativa do ambiente construído anteriormente descrito considera diretamente os múltiplos atributos espaciais, abandonando determinados lugares e formatos comerciais para investir noutros lugares e noutros formatos, redefinindo a organização espacial dos sistemas comerciais, bem como as suas lógicas de funcionamento.

Neste contexto, afigura-se relevante introduzir a Teoria Ator-Rede. De acordo com Latour (1996, 2005), para se entender o funcionamento de um sistema, é necessário compreender as múltiplas associações e *assemblages* que se podem estabelecer entre um conjunto de elementos interligados, sejam entidades humanas ou não humanas (Boelens, 2010; Farías, 2011). Em geral, as transições espaciais da distribuição alimentar podem ser compreendidas considerando o espaço e os seus múltiplos atributos como actantes nas estratégias espaciais dos sistemas da distribuição alimentar através dos quais o espaço assume um papel ativo na definição dessas estratégias.

Segundo Latour (1996, 2005), o termo ator tende a caracterizar a importância do humano num sistema enquanto o termo actante é normalmente aplicado a elementos não-humanos, onde integramos o espaço, sendo a rede o contexto social em que a ação tem lugar (Farías, 2011). O espaço, como discutido por Barata-Salgueiro (1996), Wrigley & Lowe (1996) ou Cachinho (2005), assume-se como um intermediário da transformação retalhista que, traduzindo para a terminologia de Latour (2005), pode ser interpretado como uma componente que, em si mesma, é composta por diversas partes. Por isso, o espaço dispõe de um conjunto de atributos que podem originar ou produzir algo novo, designadamente os novos formatos e localizações da distribuição alimentar. Por exemplo, as vias rápidas podem ser entendidas como uma componente do espaço que tem uma capacidade explicativa nas transformações que ocorrem, tal como a proximidade aos aglomerados urbanos. Como argumenta White (2008), as capacidades de ação de determinados atores, como algumas empresas, são afetadas pela posição que ocupam nos espaços relacionais. Consequentemente, o espaço geográfico apresenta uma textura diferenciada nos vários lugares e essa diferenciação constitui um

fator relevante para explicar a organização espacial da distribuição alimentar (Farías, 2011). Pode subentender-se, assim, que o padrão de localização dos diversos formatos de estabelecimentos da distribuição alimentar se altera porque os gestores das cadeias de distribuição mobilizam o espaço como uma forma de capital para responder aos desafios do mercado.

5.2. Modelo de análise

A análise que empreenderemos sobre as mudanças das estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML alicerça-se em três pilares: as dinâmicas do desenvolvimento urbano, a destruição criativa do ambiente construído e o capital espacial (Figura 5.1). A Figura 5.2 sistematiza o modelo de análise e clarifica a rede relacional entre os três pilares.



Figura 5.1: os três pilares das estratégias espaciais da distribuição alimentar

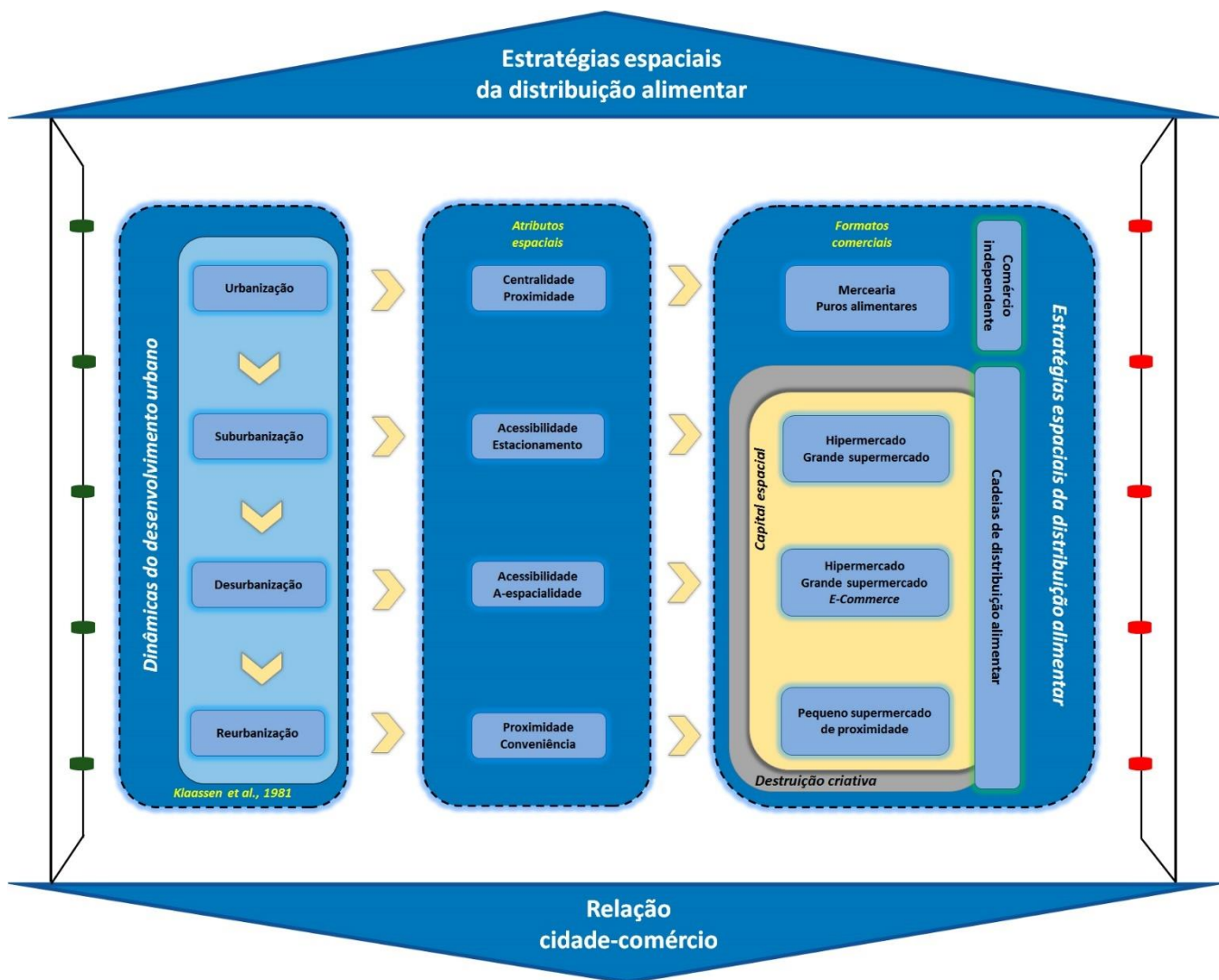


Figura 5.2: modelo de análise

Primeiramente, adotamos como referencial teórico o modelo do desenvolvimento urbano de Leo Klaassen *et al.* (1981). Este pilar permitir-nos-á reconstruir a evolução do desenvolvimento urbano da AML em quatro estádios: urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização, considerando as dinâmicas demográficas observadas na cidade-centro, na periferia e no sistema metropolitano.

Como discutimos anteriormente, os estádios do modelo do desenvolvimento urbano distinguem-se entre si por atributos demográficos e espaciais. Deste modo, o estádio de urbanização envolve a definição de uma hierarquia espacial, na qual os lugares de nível superior concentram a oferta de bens e serviços mais especializados, de aquisição rara ou ocasional, e os de nível inferior oferecem os serviços mais banais e de aquisição mais frequente. Nesta etapa do desenvolvimento urbano importa realçar a quase inexistência de cadeias de distribuição alimentar a operar no mercado. Por isso, o sistema comercial de venda a retalho tende a caracterizar-se, neste estádio de

desenvolvimento, por uma estrutura atomizada e pulverizada, dominada por estabelecimentos operados por comerciantes independentes, destacando-se principalmente as mercearias e os puros-alimentares, e, também, por alguns supermercados afetos ao segmento retalhista associado³⁴. Esta estrutura de organização do aparelho comercial, característica de uma fase embrionária, estabelece fortes relações com a cidade, pautadas pelos primados da centralidade e da proximidade. Num segundo momento, os processos de expansão urbana e de metropolização deslocam-se com maior intensidade para a periferia, resultando no aparecimento e consolidação de importantes aglomerados populacionais nas primeira e segunda coroas suburbanas. Em estreita relação com os principais eixos rodoviários, pressupõe-se que é sensivelmente a partir deste momento que se emancipa e consolida o segmento retalhista integrado³⁵, alavancado pela entrada no mercado de cadeias de distribuição. Mais especificamente, a introdução de novos formatos comerciais, que tendem a concorrer diretamente com os estabelecimentos independentes e até com os supermercados do segmento retalhista associado, distribuem-se em estreita articulação com atributos espaciais como a acessibilidade e o estacionamento devido às exigências destes novos empreendimentos, caracterizados por grandes superfícies de venda e pela necessidade de estacionamento, culminando no aparecimento dos primeiros hipermercados. Num terceiro período do desenvolvimento urbano do sistema metropolitano, conjetura-se um crescimento de aglomerados populacionais localizados a distâncias progressivamente maiores do centro da metrópole, consolidando-se atributos espaciais ancorados na acessibilidade e na a-espacialidade. Do ponto de vista do aparelho comercial, esta etapa, além de permanecer ancorada em formatos de grande dimensão, como os hipermercados e os grandes supermercados, apoia-se ainda nas plataformas digitais (comércio *online* e comércio eletrônico), às quais associamos o estágio de desurbanização devido à sua tendência característica de desconexão com o espaço e com a cidade. Estas duas últimas etapas do desenvolvimento urbano, que implicam tendências de descentralização no sistema metropolitano, tendem a caracterizar-se, assim, por um estado de divórcio entre a cidade e as estratégias espaciais descritas pela distribuição alimentar. Finalmente, a última etapa do desenvolvimento urbano caracteriza-se por atributos demográficos e espaciais que descrevem uma tendência de regresso à cidade, não só em relação ao centro da metrópole, mas também aos centros secundários mais importantes da região metropolitana que se foram formando e consolidando com a expansão metropolitana. Com o declínio dos modelos de abastecimento ancorados no tempo rápido veiculados pela periferia metropolitana, liderados pelos

³⁴ Segmento que compreende empresas que, embora conservando a sua independência jurídica, se agrupam de formas diversas para efetuar operações comuns de compras e serviços, obtendo economias de escala. Podem distinguir-se, segundo Rousseau (2008), as cadeias voluntárias e os agrupamentos ou cooperativas retalhistas, sendo a última tipologia aquela que mais representação teve na AML nos anos 1960 e 1970 (Teixeira, 1996).

³⁵ Segmento que engloba as empresas comerciais que podem pertencer a grupos económicos, através da integração vertical das funções grossista e retalhista, e que exploram cadeias de pontos de venda de dominante alimentar ou não-alimentar, identificadas pela mesma insígnia, e nas quais se aplicam políticas comuns e concertadas de gestão (Rousseau, 2008).

hipermercados e associados à motorização individual, as grandes cadeias de distribuição alimentar parecem, num último momento, ter vindo a redirecionar o seu investimento para formatos intimamente ligados ao primado da proximidade e à redescoberta das áreas residenciais, seja mediante a abertura de pequenos pontos de venda, de que são proprietários, seja através da celebração de parcerias contratuais em regime *franchising* com comerciantes já instalados. Este retorno à cidade tem sido ainda facilitado por processos de regeneração e turistificação dos bairros históricos, pelo que, de alguma forma, podemos associar tais processos ao estágio de reurbanização admitido no modelo de desenvolvimento urbano de Klaassen *et al.* (1981).

O segundo pilar associado às estratégias espaciais da distribuição alimentar envolve o conceito de destruição criativa do ambiente construído. Neste pilar discute-se a diversificação das paisagens retalhistas alimentares a partir dos investimentos realizados pelas cadeias de distribuição em diferentes formatos e com distintas localizações geográficas. Assim, por um lado, ir-se-á procurar compreender se é possível distinguir momentos de investimento em determinados formatos alimentares e se essa aposta contribuiu para o declínio do número de estabelecimentos e respetiva quota de mercado de outros formatos. Por outro lado, a partir deste pilar, pretende-se ainda avaliar se as mudanças espaço-temporais descritas pela cadeia de distribuição alimentar procedem a uma realocação estratégica do investimento, valorizando, em detrimento das áreas centrais, num primeiro momento, as áreas suburbanas e, mais tarde, periurbanas, para, num segundo momento, desvalorizar os ambientes retalhistas periféricos e retornar à cidade-centro com outra tipologia de formatos, enformando, deste modo, uma clara estratégia adaptativa aos desafios do mercado.

Por último, o terceiro pilar introduz a discussão analítica do espaço, mobilizado pelas cadeias de distribuição enquanto uma forma de capital a fim de responderem às novas exigências do mercado. Através da distribuição espacial dos distintos formatos de dominante alimentar, procuramos perceber como é que as cadeias de distribuição, em cada momento, percecionam o espaço e o mobilizam nas suas estratégias de gestão. Por outras palavras, entendendo o espaço como uma forma de capital, iremos discutir de que modo as cadeias de distribuição, em diferentes estádios do processo de desenvolvimento urbano, acionam determinados atributos espaciais, por forma a responderem, por um lado, aos desafios do mercado e, por outro lado, a consolidarem a sua posição no mercado. Com esta análise pretende-se verificar se o espaço desempenha um papel ativo na criação e recriação do sistema comercial alimentar e se a textura diferenciada do espaço geográfico constitui um fator explicativo relevante para compreender a evolução das estratégias espaciais da distribuição alimentar.

Em suma, o primeiro pilar está associado à compreensão da evolução da vida urbana do sistema metropolitano. Assim, é necessário recolher e tratar informação que nos permita compreender a evolução das dinâmicas do desenvolvimento urbano, referenciando-as no tempo e no

espaço, bem como identificar as sucessivas etapas de centralização e de descentralização na distribuição da população residente no sistema metropolitano. O segundo pilar está ancorado na análise do processo de destruição criativa do ambiente construído. Para concretizar esta tarefa, torna-se necessário operacionalizar um conjunto de instrumentos de observação que permitam identificar as transições espaciais do capital retalhista alimentar, no tempo e no espaço, e identificar se tais transições enformam mudanças de orientação estratégica das cadeias de distribuição, em termos de formatos de estabelecimentos e dos seus padrões e morfologias espaciais. Finalmente, o terceiro pilar envolve a discussão da importância do espaço enquanto mediador das estratégias da distribuição alimentar em contexto metropolitano. Através da evolução da distribuição espacial dos estabelecimentos dos diferentes formatos comerciais, é possível discutir o papel que os atributos espaciais desempenham nas estratégias empresariais da distribuição alimentar.

5.3. Metodologia

Apresentado o modelo de análise que se pretende desenvolver, dedicamos esta subsecção à apresentação das opções metodológicas que estruturam a abordagem empírica, concedendo particular destaque aos métodos e às técnicas mobilizados na operacionalização da investigação.

Visando a coerência e a viabilidade do quadro teórico-conceptual definido, o estudo a desenvolver apresenta uma investigação centrada em métodos quantitativos. A opção por esta abordagem decorre das hipóteses formuladas, que procuram estabelecer relações de causalidade entre variáveis e processos que estruturam a investigação.

Os instrumentos de observação distribuem-se por três momentos distintos. Em primeiro lugar, começar-se-á pelas opções metodológicas adotadas relativamente às dinâmicas do desenvolvimento urbano. Neste contexto, considerando as limitações metodológicas apresentadas por Hall & Hay (1980) e por Haase *et al.* (2010) e empiricamente verificadas em alguns contextos geográficos, como Lisboa (Silva, 2018) ou Govan (Audirac *et al.*, 2012), será necessário mobilizar para a construção dos instrumentos de observação os limites administrativos congelados das unidades territoriais. Esta opção metodológica decorre da evidência empírica de que, tal como afirmam Haase *et al.* (2010), as mudanças espaço-temporais dos limites administrativos ou dos critérios de delimitação das diferentes unidades territoriais podem influenciar a consistência da análise. Esta opção metodológica foi testada empiricamente por Silva (2018), entre 1950 e 2011, tendo-se concluído que o sucessivo acréscimo do número de freguesias nos períodos intercensitários complexifica a análise e discussão do processo de desenvolvimento urbano. Por isso, para minimizar

esta limitação, optou-se pelos condicionamentos impostos por Hall & Hay (1980), que referem que a análise das dinâmicas do desenvolvimento urbano deve optar pela estabilização espaço-temporal dos limites administrativos. Assim, os instrumentos de observação desta primeira etapa foram construídos com os limites administrativos oficiais das unidades territoriais (freguesias) na AML, considerando o ano de 2011, último período em que foi produzida informação censitária com valores absolutos da população residente, tipo de dados em que esta etapa da investigação se ancora, sendo igualmente neste ano quando a AML atinge o maior número de unidades territoriais. Consequentemente, durante toda a análise, as unidades territoriais foram redesenhadas, atualizando os limites anteriores para os limites administrativos oficiais relativos ao ano de 2011 (Tabela 5.1). O estudo não contempla, por isso, a nova configuração administrativa das unidades territoriais³⁶, uma vez que não existem dados que nos permitam obter o valor absoluto da população residente resultante de exercício censitário.

A atualização dos limites administrativos das unidades territoriais resulta da utilização de uma técnica de análise de cobertura territorial que permite converter os atributos e a geometria anteriores nas unidades territoriais de 2011. Este procedimento exigiu que se estimasse a população residente nas unidades territoriais que foram sendo criadas no período em análise. Espacialmente, a criação de novas freguesias no período em análise apresentou limitações reduzidas, uma vez que a sua criação decorre sempre da partição de uma freguesia anterior com a mesma área. Por exemplo, no município de Mafra, entre 1981 e 1991, foram criadas as freguesias de Venda do Pinheiro, que decorreu da partição da freguesia do Milharado, e de São Miguel de Alcainça, que resultou da partição da freguesia da Malveira (Figura 5.3). O mesmo procedimento metodológico foi elaborado para as restantes freguesias criadas em cada década.

Para uma análise técnica da estimação e alocação de população residente a cada unidade territorial e respetivos critérios de validação, sugere-se a leitura do Anexo 1.

Após a reconstituição e estimação da população residente nas unidades territoriais com os limites administrativos estáticos, iniciou-se a discussão metodológica sobre a espacialização das dinâmicas do desenvolvimento urbano, considerando as potencialidades e as limitações dos diversos métodos e técnicas de operacionalização.

³⁶ Referimo-nos à Lei n.º 11-A/2013 sobre a reorganização administrativa do território das freguesias.

Tabela 5.1: evolução do número de freguesias por município na AML (1950-2011)

Ano	1950	1960	1970	1981	1991	2001	2011
AML Norte	105	118	118	125	138	149	153
Amadora	1	1	1	8	8	11	11
Cascais	5	6	6	6	6	6	6
Lisboa	43	53	53	53	53	53	53
Loures	14	14	14	14	18	18	18
Mafra	15	15	15	15	17	17	17
Odivelas	3	3	3	3	7	7	7
Oeiras	4	4	4	4	4	9	10
Sintra	11	12	13	13	14	17	20
V. F. de Xira	9	9	9	9	11	11	11
AML Sul	31	32	33	35	56	58	58
Alcochete	2	2	2	2	3	3	3
Almada	5	5	5	5	10	11	11
Barreiro	3	3	3	4	8	8	8
Moita	2	2	3	3	6	6	6
Montijo	3	4	4	4	8	8	8
Palmela	4	4	4	4	5	5	5
Seixal	4	4	4	5	5	6	6
Sesimbra	2	2	2	2	3	3	3
Setúbal	6	6	6	6	8	8	8
TOTAL	136	150	151	160	194	207	211

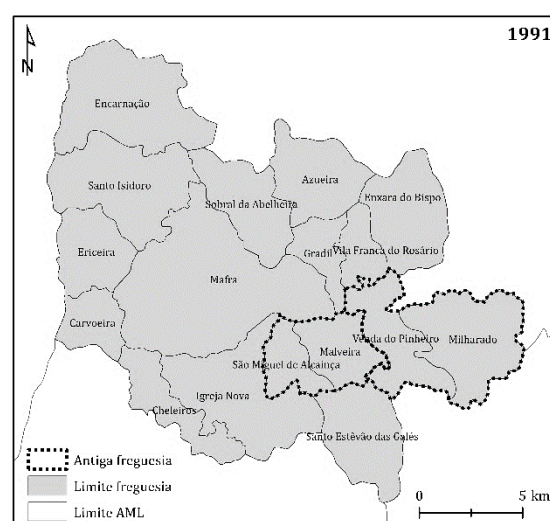
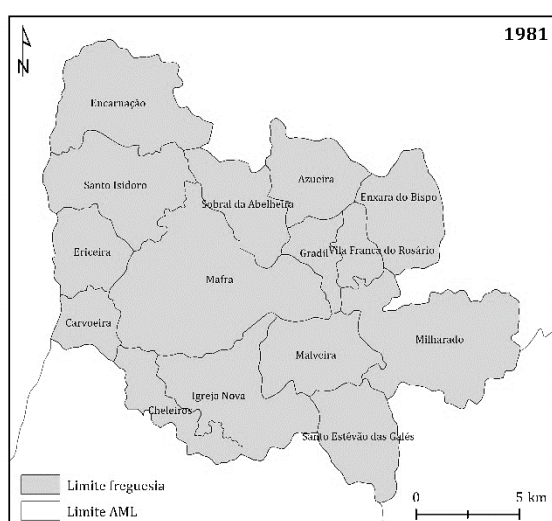


Figura 5.3: procedimento metodológico de cobertura territorial (*update*) dos limites administrativos das freguesias do município de Mafra

Em primeiro lugar, avaliou-se a validade metodológica de um método determinístico e local de estimação da população residente (IDW). Este método permitiria interpolar uma superfície contínua de elementos que espacializaria as dinâmicas do desenvolvimento urbano enquanto uma boa solução visual. A partir da estimação da população residente nas unidades territoriais, assumir-se-ia que num determinado ponto da freguesia, por exemplo o centroide, residiria a população total daquela unidade territorial, a partir da qual, considerando os diferentes pontos existentes e cujo atributo seria a população residente, se estimaria a população residente. Através desta opção, consideramos que as grandes dinâmicas do desenvolvimento urbano são visualmente perceptíveis. Porém, esta opção implica que se afirme que é no centro geométrico da freguesia, isto é, no centroide, que reside a totalidade da população residente da unidade territorial. Além disso, este método espacializa a população residente homogeneamente, considerando os limites administrativos oficiais das unidades territoriais. Esta opção metodológica implicaria, portanto, a espacialização da população residente em áreas que, à partida, são consideradas vazios humanos, como ilustram, por exemplo, as áreas cujo solo tem uma classificação agrícola e agroflorestal ou ainda se constitui zonas húmidas ou corpos de água. Além destas implicações, afigura-se relevante considerar outras que poderiam interferir na análise e discussão dos resultados obtidos. Em primeiro lugar, a produção cartográfica resultante deste método de interpolação não permite afirmar que tal represente a espacialização da população residente, uma vez que, tratando-se de uma opção metodológica que mobiliza uma estrutura de dados matricial, o valor da população residente total, mesmo que estimada e considerando os limites administrativos das unidades territoriais, seria muito superior ao valor apresentado nos recenseamentos. Consequentemente, este método não permitiria aferir quanto à evolução e variação da população residente por classes de distância à cidade-centro, elemento essencial para compreender as dinâmicas do desenvolvimento urbano num contexto metropolitano.

Num segundo momento, incidimos sobre a avaliação da qualidade de outras duas opções metodológicas. Numa primeira fase, equacionou-se representar o desenvolvimento urbano através da população residente estimada na unidade administrativa, incluindo as áreas não-artificializadas. Esta opção metodológica permitiria analisar a evolução da população residente por classes de distância, porém não permitiria distribuir a população residente apenas aos territórios cujo uso e ocupação se coadunam com classificações artificializadas. Numa segunda fase, testou-se uma opção metodológica que permitiu identificar as áreas classificadas como territórios artificializados através da Carta de Uso e Ocupação do Solo (COS2015)³⁷ de Portugal Continental (Tabela 5.2). Deste modo,

³⁷ A COS2015 é um produto nacional produzido pela Direção-Geral do Território, com uma unidade mínima cartográfica de 1ha, o que constitui uma escala satisfatória para o objeto de estudo. A identificação do território artificializado, que contemplou meramente as classes de uso e ocupação do solo indicadas na Tabela 5.2., decorreu da análise da nomenclatura da COS2015, especificamente dos níveis 1 a 3 (Anexo 2).

testou-se a espacialização da população residente em áreas urbanas ou artificializadas, inferindo-se que a população residente da freguesia se distribui meramente nessas áreas (Eicher & Brewer, 2001; Mennis & Hultgren, 2006). Esta opção metodológica apresentou uma qualidade elevada para a espacialização das dinâmicas do desenvolvimento urbano, eliminando-se da análise classes que são tipificadas com outros usos de solo. Deste modo, é possível garantir que a população residente total nas unidades territoriais é apenas alocada aos territórios classificados como artificializados (Figura 5.4), opção semelhante foi igualmente implementada por Ferrão & Vala (2001). Além da maior consonância com a realidade, é possível analisar a evolução e variação da população residente por classes de distância à cidade-centro.

Tabela 5.2: classes de ocupação e uso do solo usadas para a classificação de áreas artificializadas

Nível 1	Nível 2	Nível 3
1. Territórios artificializados	1.1. Tecido urbano	1.1.1. Tecido urbano contínuo 1.1.2. Tecido urbano descontínuo
	1.2. Indústria, comércio e transportes	1.2.1. Indústria, comércio e equipamentos gerais
	1.3. Áreas de extração de inertes, de deposição de resíduos e estaleiros de construção	1.3.3. Áreas em construção
	1.4. Espaços verdes urbanos, equipamentos desportivos, culturais e de lazer, e zonas históricas ³⁸	1.4.1. Espaços verdes urbanos 1.4.2. Equipamentos desportivos, culturais e de lazer e zonas históricas

Fonte: adaptado de nomenclatura da COS2015, Direção-Geral do Território

Em síntese, a probabilidade da população residente se distribuir uniformemente por toda a superfície da freguesia, sobretudo nas de tipologia medianamente urbana ou predominantemente rural, é reduzida. Segundo Martin (1989) e Robinson *et al.* (1995 [1953]), os mapas coropletos apresentam uma representação que subentende a unidade espacial de recolha de dados e não a espacialização fiel do fenómeno, constituindo uma limitação para a opção metodológica descrita inicialmente. Deste modo, as unidades cartográficas de recenseamento, ou, no nosso caso, de estimação da população residente, apresentam, na generalidade dos casos, indivíduos em áreas onde estes não se encontram presentes (Goodchild *et al.*, 1993; Mennis & Hultgren, 2006), o que poderia

³⁸ A inclusão desta categoria de classificação resulta da análise da memória descritiva da COS2015. Para efeitos de classificação, os espaços verdes urbanos abrangem as áreas verdes incluídas ou adjacentes ao tecido urbano, onde se incluem parques, zonas verdes de áreas residenciais, cemitérios com vegetação e outros jardins, e os equipamentos desportivos, culturais e de lazer e zonas históricas incluem campos de golfe, hipódromos e complexos arqueológicos a céu aberto e ainda parques de campismo, onde existem evidências de residirem indivíduos.

provocar uma distorção na compreensão das dinâmicas do desenvolvimento urbano. Por este motivo, afigurou-se relevante aperfeiçoar a distribuição da população residente, tendo-se recorrido à sua distribuição dasimétrica, alocando-a meramente às áreas classificadas como territórios artificializados através de um modelo binário que irá refletir essa classificação de ocupação e uso do solo: artificializado ou não artificializado (Figura 5.5), tal como proposto por Eicher & Brewer (2001). O Anexo 3 disponibiliza a proporção relativa de área que, para os efeitos desta investigação, foi considerada potencialmente urbanizada em cada freguesia entre 1950 e 2011.

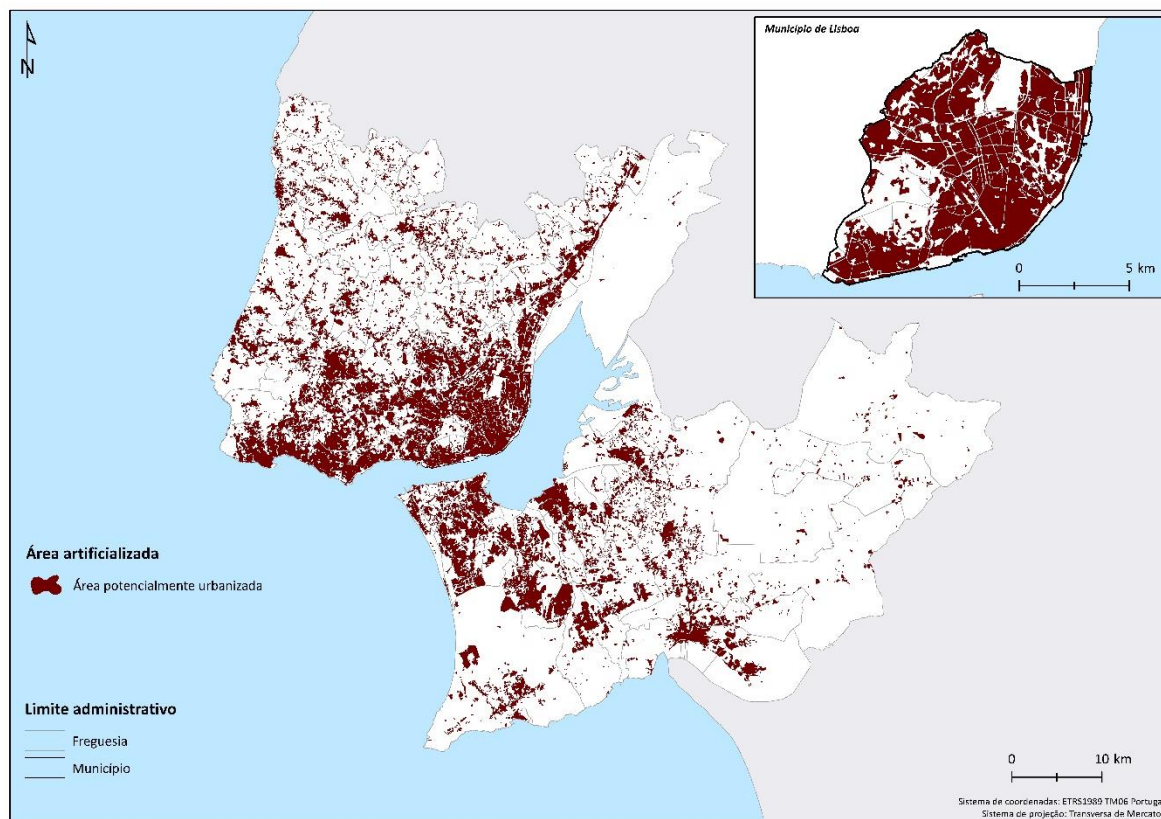


Figura 5.4: área classificada como território artificializado segundo a COS2015: área potencialmente urbanizada

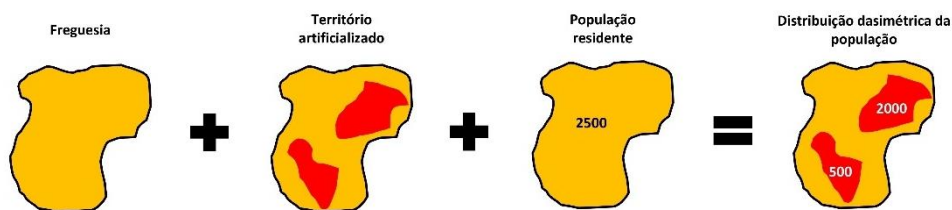


Figura 5.5: modelo binário de cartografia dasimétrica

Após as opções metodológicas relativas às dinâmicas do desenvolvimento urbano, construíram-se, num segundo momento, os instrumentos de observação relativos às estratégias espaciais da distribuição alimentar. Numa primeira fase, obtiveram-se os dados textuais relativos à localização das superfícies comerciais de dominante alimentar exploradas pela cadeia de distribuição, tendo-se obtido uma matriz de atributos com a informação do nome da loja, distrito, concelho, morada, código-postal e ano de abertura do estabelecimento. Após receção desta informação, elaborou-se trabalho de campo de modo a minimizar as incorreções decorrentes dos dados obtidos, uma vez que estes não se encontravam completos. Por exemplo, alguns dos estabelecimentos indicados haviam já encerrado a sua atividade, apesar de constarem na matriz de atributos inicialmente recebida (Figura 5.6). Uma vez que nenhum dos objetivos desta investigação visa discutir a resiliência dos sistemas comerciais de distribuição alimentar, decidimos apenas contemplar na análise as superfícies de dominante alimentar em funcionamento até 31 de dezembro de 2018, tendo-se suprimido os estabelecimentos comerciais já encerrados e integrado os pontos de venda inaugurados ou a inaugurar até essa data através do levantamento dos comunicados de imprensa emitidos pela cadeia de distribuição.



Figura 5.6: validação da matriz de atributos primária através de trabalho de campo

- A – Meu Super Rua dos Fanqueiros, Lisboa (inauguração)
- B – Meu Super Avenida Gomes Pereira, Benfica (inauguração)
- C – Meu Super Rua dos Combatentes da Grande Guerra, Queluz (encerrado)
- D – Meu Super Avenida dos Cravos Vermelhos, Reboleira (encerrado)

Considerando que os dados constantes na matriz de atributos original correspondem a endereços de moradas, recorreu-se ao método da geocodificação, que, segundo Goldberg *et al.* (2007) e Goldberg (2008), permite transformar informação não-geográfica, representada por endereços alfanuméricos de uma localização, em informação geográfica, normalmente sob a forma de pontos, através de um sistema de coordenadas, latitude e longitude, permitindo a realização de análises espaciais (Hill, 2006). Nesta investigação, o processo de geocodificação é, assim, aplicado enquanto um método que permite realizar uma correspondência de moradas postais em representações geográficas, tal como definido por Drummond (1995), tendo sido, deste modo, possível gerar informação geográfica relativamente aos estabelecimentos alimentares da cadeia de distribuição através de um método de geocodificação aproximada (Davis & Fonseca, 2007). Porém, como realçam Goldberg *et al.* (2007), é necessário proceder à avaliação crítica da precisão espacial obtida no processo de geocodificação. Apesar de alguns estudos, como o de Haspel & Knotts (2005), tenderem a ignorar a precisão espacial da geocodificação, Goldberg *et al.* (2007) realçam a possibilidade de tal gerar inconsistências nos resultados obtidos. Assim, apesar da elevada taxa de sucesso média obtida no processo de geocodificação aproximada (88,8%), elaboraram-se correções à precisão espacial através de imagem de satélite. Posteriormente à geocodificação dos estabelecimentos comerciais, foi possível calcular medidas estatísticas que permitem caracterizar a distribuição espacial de um determinado fenómeno (Scott & Janikas, 2009).

Numa segunda fase, foram selecionadas duas medidas de análise espacial que permitiram avaliar as dinâmicas evolutivas dos distintos formatos de distribuição alimentar com critérios espaço-temporais, possibilitando a identificação de padrões espaciais. Em primeiro lugar, mobilizaram-se medidas de distribuição espacial, designadamente medidas de centralidade e elipses de distribuição a partir do desvio padrão (SDE). A primeira medida, segundo Ebdon (1990 [1977]), permite saber o ponto mais central da distribuição de um determinado fenómeno, estando a sua representação espacial relacionada com a localização dos estabelecimentos geocodificados. A partir desta técnica foi possível identificar e cartografar a localização mais central do conjunto de estabelecimentos de cada formato de dominante alimentar com tendências evolutivas espaço-temporais. A escolha desta métrica espacial resultou, em primeiro lugar, do facto desta espacializar um estabelecimento alimentar existente e não um ponto fictício, como sucederia com os centros médio ou mediano, e, em segundo lugar, esta medida minimiza as distâncias euclidianas acumuladas relativamente a todos os pontos iniciais, revelando-se uma boa opção metodológica para conjuntos de dados assimétricos³⁹. A segunda medida, segundo Morgado (2011), mede e identifica a existência, ou não, de uma tendência

³⁹ A evolução temporal dos estabelecimentos de dominante alimentar da cadeia Sonae MC na AML, entre 1987 e 2018, apresentou uma forma assimétrica, como analisaremos na subsecção 6.2.2.

de distribuição espacial em torno do objeto central e para uma determinada estrutura de objetos, designadamente a sua orientação, o que permitirá identificar as tendências evolutivas de localização da distribuição alimentar, em geral, e de cada formato de distribuição alimentar, em particular⁴⁰.

Finalmente, o terceiro conjunto de instrumentos de observação incidiu sobre os atributos espaciais que caracterizam os distintos formatos de distribuição alimentar. Para tal, selecionou-se uma medida de interpolação que permitiu detetar tendências de *clusterização* espacial (Gatrell *et al.*, 1996). A Densidade de Kernel assumiu-se como uma técnica relevante, uma vez que, enquanto medida de interpolação probabilística e de análise de padrões espaciais de pontos, permite identificar, a partir de um conjunto de pontos conhecidos, a magnitude espacial de um determinado objeto ou evento, representando a sua densidade numa determinada vizinhança (Silverman, 1986). A partir desta técnica foi possível identificar a intensidade que determinado segmento de dominante alimentar assume no espaço, permitindo compreender os atributos espaciais a que cada formato de distribuição alimentar se associa. Para complementar a análise das métricas espaciais anteriormente descritas, mobilizou-se a distância euclidiana, que indica o comprimento da linha reta que conecta dois elementos diretamente (Ingram, 1971)⁴¹, enquanto técnica de análise espacial que permite discutir mais profundamente os atributos espaciais predominantes na estratégia locativa de cada formato de dominante alimentar (Hua *et al.*, 2018). Segundo Jones *et al.* (2010), é relevante medir a distância de um ponto a outro para estimar, por exemplo, o acesso a determinado serviço. Essas distâncias podem ser estimadas mobilizando o uso de medidas de distância euclidiana ou de análise de distância-tempo. Apesar da diversidade metodológica reconhecida por vários estudos, que apontam designadamente para a ineficácia da distância euclidiana na análise de redes (Shahabi *et al.*, 2003), outros estudos revelam que esta medida de proximidade tem apresentado resultados bastante satisfatórios para medir a distância entre dois pontos numa rede, concluindo que os resultados entre a distância euclidiana e a análise de distância-tempo em contexto de rede viária apresentam um nível de associação elevado (Hua *et al.*, 2018; Jones *et al.*, 2010). Consequentemente, considerou-se a distância euclidiana à via rápida mais próxima enquanto indicador de acessibilidade, o que permitiu quantificar as distâncias euclidianas entre os estabelecimentos de distribuição alimentar e a via rápida mais próxima, pelo que se pressupõe que a acessibilidade a determinado estabelecimento é tanto maior quanto menor for a distância euclidiana à via rápida. Por outro lado, outra prática comum na análise geográfica envolve, por exemplo, determinar o centroide de áreas urbanas que, segundo Jones

⁴⁰ Os resultados apresentados na subsecção 6.2.3. combinam as duas medidas de estatística espacial, facilitando, por um lado, a identificação do estabelecimento mais central no conjunto inicial e, por outro, a identificação da tendência de distribuição espacial e temporal dos formatos de distribuição alimentar.

⁴¹ Segundo Ingram (1971), uma das formas mais simples de medir a acessibilidade relativa (nível de conexão entre dois pontos) é a distância em linha reta entre dois pontos. Assim, pontos com distâncias maiores apresentam uma baixa acessibilidade relativa face ao ponto de origem.

et al. (2010) ou Hess *et al.* (2007), tende a apresentar uma associação espacial com as áreas de maior atividade comercial e de densidade populacional, representando, por isso, as unidades de interesse para avaliar atributos espaciais associados à proximidade ao consumidor. Por estes motivos, a distância euclidiana ao centroide do tecido urbano mais próximo constituiu um indicador que permitiu discutir atributos espaciais associados à proximidade. Assim, assume-se que a proximidade espacial relativamente ao consumidor é tanto maior quanto menor for a distância ao centroide do tecido urbano mais próximo. Em síntese, a mobilização destas duas técnicas, a fim de aferir a densidade espacial de um fenómeno e a distância euclidiana entre o estabelecimento de dominante alimentar e a via rápida ou o tecido urbano mais próximo, permitiu identificar e discutir quais os atributos privilegiados na estratégia espacial de cada formato de dominante alimentar explorado pela cadeia de distribuição em estudo⁴².

5.4. Caso de estudo

O estudo incide sobre os formatos de distribuição alimentar do grupo Sonae. A Sonae é uma empresa multinacional líder de mercado que gere um *portfólio* diversificado de negócios nas áreas da venda a retalho, dos serviços financeiros, da tecnologia, dos centros comerciais e das telecomunicações (Figura 5.7).

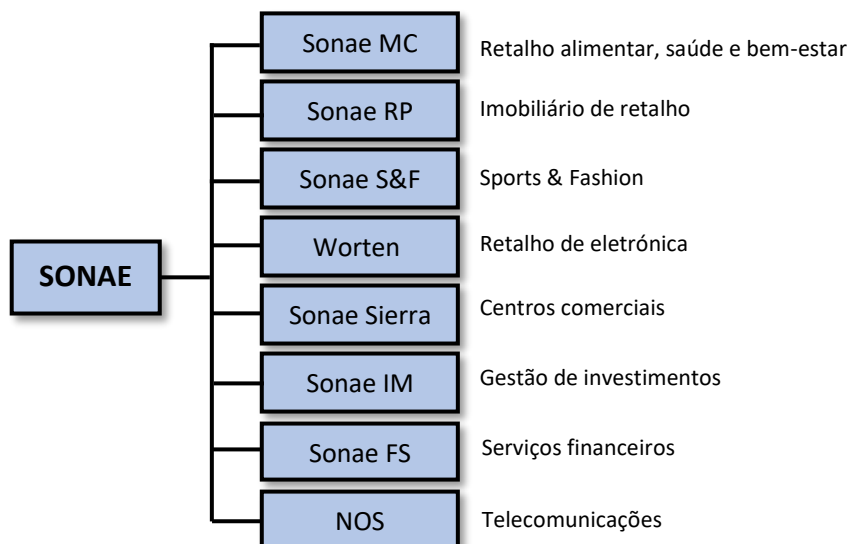


Figura 5.7: Sonae - organograma do grupo e do *portfólio* de negócios

⁴² Sugere-se a leitura do subcapítulo metodológico (Anexo 4), onde se apresenta mais detalhadamente as métricas espaciais mobilizadas para a construção dos segundo (pontos centrais e elipses de distribuição a partir do desvio padrão) e terceiro instrumentos de observação (densidade de Kernel e distância euclidiana).

A Sonae MC é a empresa do grupo Sonae responsável pelo setor da distribuição alimentar, sendo atualmente a maior cadeia de distribuição a operar em Portugal com uma quota de mercado em retalho alimentar de 21,9% em 2018, mais 3,9% face a 2009, seguida do grupo Jerónimo Martins (20,8%).

Além de ser líder na quota de mercado, a Sonae MC lidera igualmente na diversidade de formatos que explora e na sua localização. Em 2017, a Sonae MC explorava, em Portugal, um *portfólio* de 564 lojas, das quais cerca de 24,5% se localizavam na AML. O grupo está presente no negócio do retalho alimentar (hipermercados e supermercados), nos canais eletrónicos, com 70% da quota de mercado para o retalho alimentar nesse segmento, e ainda em diversos formatos adjacentes de retalho alimentar.

A investigação abrange os 152 estabelecimentos de distribuição alimentar inseridos nas distintas tipologias que compõem o setor histórico do negócio alimentar da Sonae MC na AML⁴³. Consideram-se, assim, todos os estabelecimentos de dominante alimentar segundo dois critérios: o formato da loja e o ano de abertura do estabelecimento. Em primeiro lugar, consideramos que o formato de distribuição pode introduzir dimensões de segmentação dos estabelecimentos, permitindo distinguir a evolução espaço-temporal e as estratégias espaciais associadas a cada um deles. Em segundo lugar, a fim de compreender a evolução espaço-temporal dos formatos, designadamente a sua representação no contexto da distribuição alimentar na AML, tornou-se necessário considerar o ano de abertura do estabelecimento.

Deste modo, tipificamos as unidades de análise em duas categorias: os hipermercados, na qual incluímos os hipermercados Continente, e os supermercados, onde se inserem as insígnias Continente Modelo, Continente Bom Dia e Meu Super (Tabela 5.3).

Os hipermercados Continente são classificados como hipermercados urbanos, localizados, por norma, em centros comerciais de influência regional com elevada área bruta locável e em áreas comerciais independentes dotadas de elevada acessibilidade, apresentando uma área de venda média de cerca de 7.000m². Este formato caracteriza-se por uma localização junto dos principais acessos a áreas urbanas de elevada densidade populacional, distinguindo-se dos demais formatos pelo preço e pela variedade do sortido, incluindo os frescos, produtos alimentares e não-alimentares, sortido compatível apenas com áreas de venda média de grandes dimensões.

⁴³ Nesta investigação, não se irá considerar a evolução da estrutura de gestão empresarial da Sonae MC, não sendo, por isso, consideradas na análise os impactos de eventuais estratégias de crescimento ancoradas em fusões e/ou aquisição de outras cadeias de distribuição nem alterações na estrutura de formatos que compõem o *portfólio* de dominante alimentar da Sonae MC.

A categoria dos supermercados abrange três formatos distintos de distribuição alimentar. Em primeiro lugar, incluem-se os supermercados Continente Modelo, classificados como grandes supermercados, com áreas de venda médias de 2.000m², localizados estrategicamente em cidades de média dimensão. Este formato caracteriza-se pela ampla variedade do sortido, que inclui um pequeno bazar, e pode, ou não, possuir parque de estacionamento. Em segundo lugar, surgem os supermercados em formato de proximidade⁴⁴. Primeiramente, surgido em 1997 e apresentando áreas de venda médias de cerca de 1.200m², o supermercado de proximidade Continente Bom Dia localiza-se em áreas de elevada densidade populacional, maioritariamente no tecido intraurbano consolidado, ou de elevado tráfego pedonal. Este conceito privilegia a qualidade e a variedade dos produtos frescos, potenciando a realização de compras diárias. Seguidamente, o Meu Super é a marca das novas lojas de proximidade em regime de *franchising* da cadeia Sonae MC, tendo dimensões médias de venda entre 100 e 400m², localizando-se em áreas residenciais e terciárias de elevado tráfego pedonal no interior do tecido urbano.

Tabela 5.3: características dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC

Tipologia	Formato	Insígnia	Ano de abertura	% área venda total	Área venda média/loja ('000 m ²)	Tendências locativas
Hipermercado	Hipermercado urbano	Continente	1985	~ 40%	~ 6,8	Vias rápidas em centros comerciais
Supermercado	Supermercado grande	Continente Modelo	1989	~ 36%	~ 2,0	Cidades médias
	Supermercado de proximidade	Continente Bom Dia	1997	~ 17%	~ 1,2	Elevada densidade intraurbana
	Loja de proximidade	Meu Super	2011	~ 7%	~ 0,2	Áreas residenciais e de tráfego pedonal

Fonte: adaptado de Sonae MC, 2018

⁴⁴ A proximidade abrange as pequenas lojas que vendem um sortido composto por produtos alimentares, bebidas, produtos domésticos essenciais e outros produtos de mercearia com uma área de venda até 400m² (PlanetRetail RGD, 2017a, 2017b), incluindo-se nesta tipologia os pequenos supermercados explorados por cadeias de distribuição (AC Nielsen, 2016).

6. Dinâmicas do desenvolvimento urbano e estratégias espaciais da distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa

O presente capítulo debruça-se sobre as evidências empíricas das dinâmicas do desenvolvimento urbano e das estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML. Inicialmente apresentam-se as dinâmicas do desenvolvimento urbano entre 1950 e 2011, onde se identificam as principais tendências evolutivas da expansão urbana, caracterizando as tendências demográficas e de gradiente urbano numa análise multiescalar. Em segundo lugar, apresentaremos as mudanças espaço-temporais da distribuição do retalho alimentar, lançando um olhar pormenorizado sobre as mutações observadas, nas últimas décadas, no *portfólio* alimentar e nas estratégias espaciais da cadeia Sonae MC. Na terceira e última subsecção, estabelecer-se-á a relação entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML.

6.1. Dinâmicas do desenvolvimento urbano na Área Metropolitana de Lisboa

6.1.1. Expansão urbana na Área Metropolitana de Lisboa (1950-2011)

A expansão urbana da AML entre 1950 e 2011 permitiu identificar um conjunto de fases evolutivas das dinâmicas urbanas, no espaço e no tempo, considerando a terminologia centro-periferia. A Figura 6.1 ajuda-nos, num primeiro momento, a compreender, numa escala regional, a evolução dessas dinâmicas em seis períodos distintos, analisada de acordo com as componentes definidas por Klaassen *et al.* (1981): o centro, que integra o perímetro urbano da cidade de Lisboa, e a periferia, que integra as restantes unidades territoriais da AML. A aglomeração é, assim, entendida como o balanço evolutivo da AML enquanto sistema regional.

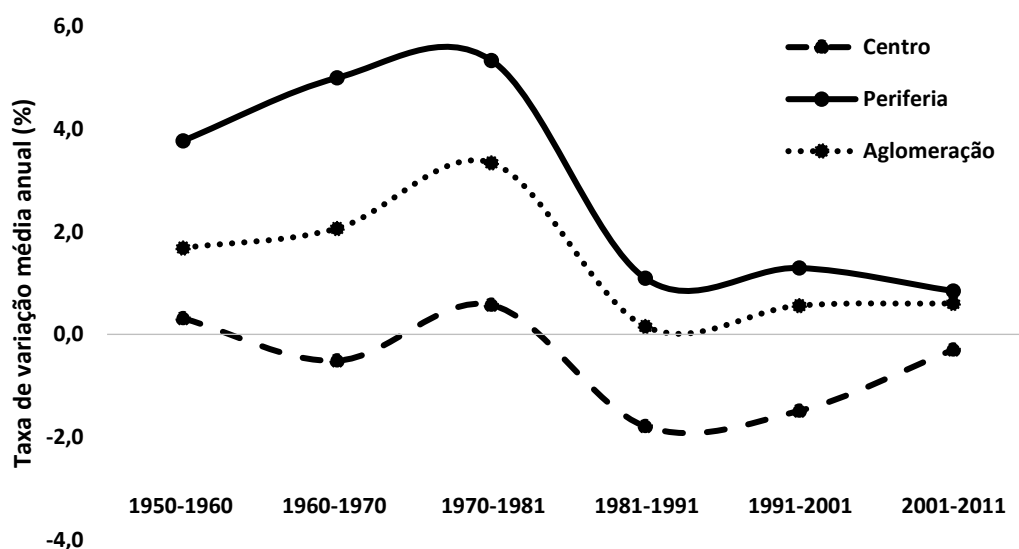


Figura 6.1: crescimento médio anual da população residente, por período intercensitário e por componente da aglomeração na AML (1950-2011)

As tendências demográficas evidenciaram, numa análise geral, um crescimento médio anual significativo da periferia do sistema metropolitano entre 1950 e 1981, com taxas de crescimento entre 3,8 e 5,3%. O crescimento da aglomeração foi igualmente significativo nas primeiras três décadas em estudo, com variações médias anuais entre 1,7, entre 1950 e 1960, e 3,3%, entre 1970 e 1981. O crescimento do centro revelou-se reduzido e desde 1981 negativo. Entre 2001 e 2011, embora se tenha mantido a polaridade negativa, essa tendência minimizou-se, abrindo hipótese a uma inversão da tendência de encolhimento demográfico da área central. O sistema metropolitano registou uma tendência de estabilização demográfica desde 1981 com taxas de crescimento médias anuais inferiores a 0,6%. Esta estabilização, apesar de não ter contribuído para uma evolução demográfica negativa da AML, decorreu da redução das taxas de crescimento médias anuais da periferia, inferiores a 1,3%, entre 1981 e 2001, e a 0,9%, entre 2001 e 2011. Consequentemente, estas baixas taxas de variação média anual permitem-nos equacionar a transição para uma nova etapa do desenvolvimento urbano, explicada pela redução da pujança demográfica da periferia e por uma tendência de recuperação da área central. Entre 2001 e 2011, o centro do sistema metropolitano perdeu, em média, 0,3% habitantes por ano, valor que ilustra uma tendência de abrandamento do encolhimento demográfico da cidade-centro, que, entre 1991 e 2001, atingiu declínios anuais de 1,5%.

O diagrama do ciclo de vida urbano permite-nos, com maior profundidade, discutir as tendências evolutivas das dinâmicas do desenvolvimento urbano na AML (Tabela 6.1 e Figura 6.2).

Tabela 6.1: população residente e densidade populacional, por componente e por ano na AML

Componente	1950	1960	1970	1981	1991	2001	2011
<i>População residente (N.^o)</i>							
Centro	777.065	801.155	760.150	807.937	663.394	564.657	547.733
Periferia	511.114	703.752	1.055.140	1.674.349	1.857.314	2.097.193	2.274.143
Aglomeração	1.288.179	1.504.907	1.815.290	2.482.286	2.520.708	2.661.850	2.821.876
<i>Densidade populacional (hab./km²)</i>							
Centro	14.413	14.860	14.099	14.985	12.304	10.473	10.159
Periferia	1.026	1.413	2.118	3.361	3.728	4.210	4.565
Aglomeração	2.333	2.726	3.288	4.496	4.566	4.822	5.111

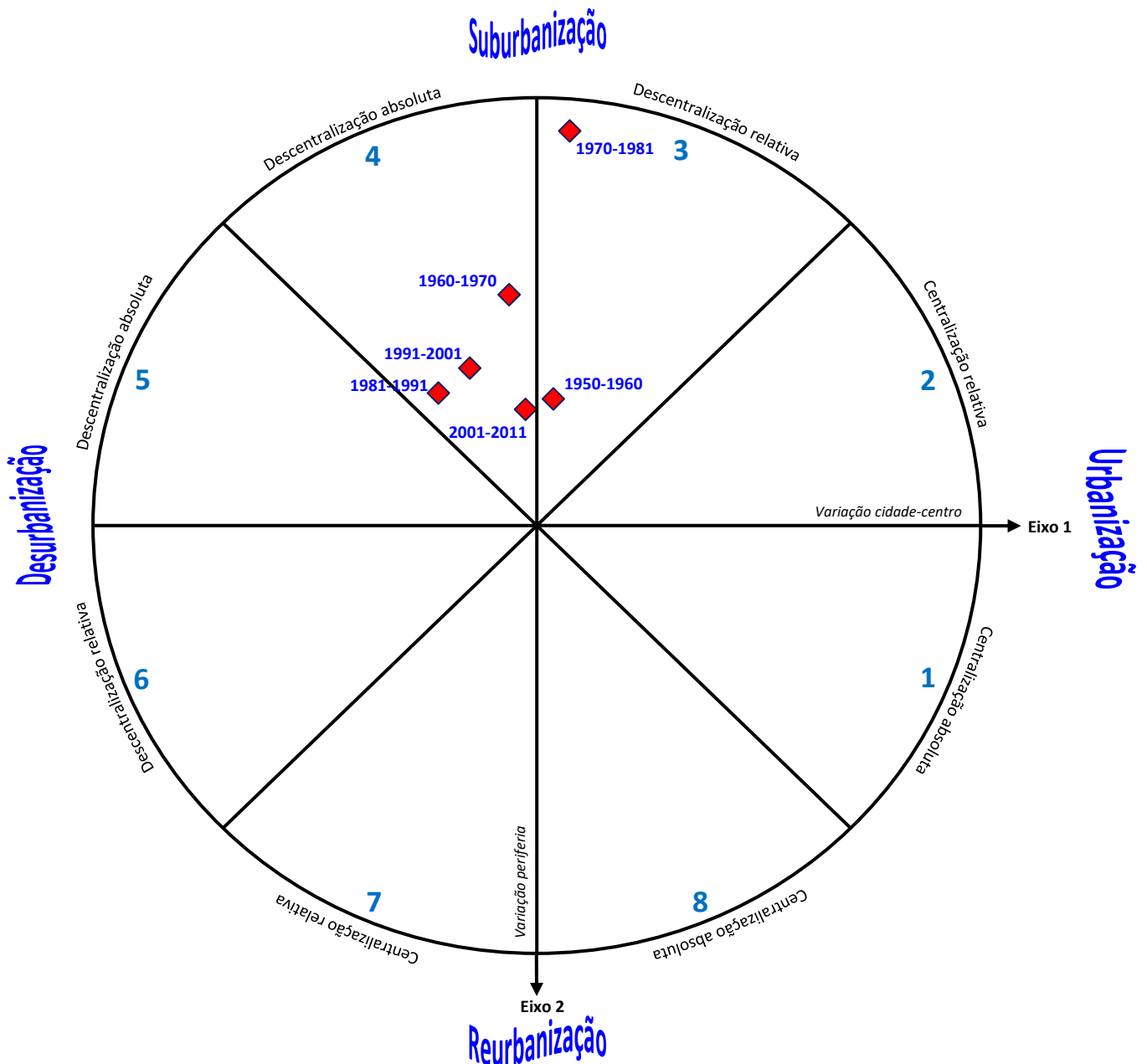


Figura 6.2: diagrama do ciclo de vida do desenvolvimento urbano da AML (1950-2011)

Entre 1950 e 1960, a AML experienciou um estágio de desenvolvimento de suburbanização relativa, patente no crescimento demográfico da área central (+3,1%) que foi acompanhado por um aumento muito significativo da variação da periferia metropolitana (+37,7%), embora, em termos absolutos, a população residente na área central tenha sido, neste período, superior à da periferia. Na década seguinte, o sistema metropolitano transitou para um estágio de suburbanização absoluta com crescimentos negativos na área central (-5,1%) e crescimentos muito significativos na periferia (+49,9%), invertendo a preponderância demográfica da área central, o que sugere uma tendência de consolidação das primeiras áreas suburbanas entre 1960 e 1970.

Notavelmente, entre 1970 e 1981, o sistema metropolitano regrediu para um estágio de suburbanização relativa com crescimentos moderados da área central (+6,3%) e muito elevados na periferia (+58,7%). Neste período, apesar da tendência de crescimento demográfico da periferia metropolitana ter sido significativa, o crescimento da componente central implicou que se tenha observado um retorno à terceira fase do desenvolvimento urbano, embora se tenha mantido um enquadramento geral associado a um estágio de suburbanização do sistema metropolitano. Este retrocesso para uma fase de suburbanização relativa decorreu do saldo migratório explosivo registado na década de 1970, resultante do regresso dos retornados à metrópole após a independência dos territórios ultramarinos. Neste período, observou-se também que a periferia atingiu crescimentos demográficos muito elevados, superiores aos da área central, o que implicou um intenso processo de redistribuição da população residente na área central e, particularmente, nas áreas periféricas.

Entre 1981 e 1991, o sistema metropolitano enfrentou um período de estabilização das magnitudes de crescimento demográfico, resultante de variações fortemente negativas da área central (-17,9%) e de crescimentos substancialmente inferiores da periferia metropolitana (+10,9%) quando comparados com as décadas anteriores. O balanço demográfico da aglomeração caracterizou-se, assim, por crescimentos ténues (+1,6%), porém sem evidências de regressão demográfica. Por isso, de acordo com o diagrama do ciclo de vida, o sistema metropolitano avançou para a quarta fase do desenvolvimento urbano, caracterizada pelo declínio significativo da área central e por crescimentos positivos, embora baixos, da cintura periférica. Neste período, apesar do comportamento demográfico das duas componentes da aglomeração se ter aproximado de valores que caracterizam um estágio de desurbanização, tal não se verificou porque o sistema metropolitano não experienciou tendências de declínio demográfico.

Entre 1991 e 2001 consolidou-se a quarta etapa do desenvolvimento urbano associada à suburbanização absoluta do sistema metropolitano. Comparativamente com a década anterior, a tendência de suburbanização absoluta intensificou-se, uma vez que se registaram crescimentos superiores na periferia (+12,9%) e uma ligeira redução na magnitude das perdas da cidade-centro (-14,9%). Paralelamente, o crescimento demográfico da aglomeração reforçou-se com variações positivas que ultrapassaram os 5,6%.

Finalmente, o último período intercensitário inseriu-se num estágio de suburbanização absoluta, embora com indicadores demográficos de crescimento periférico e de declínio da área central notavelmente menores. Entre 2001 e 2011, a área central perdeu cerca de 17 mil habitantes, contrapondo com o declínio de 99 mil habitantes entre 1991 e 2001. Paralelamente, o crescimento da periferia reduziu-se, crescendo, entre 2001 e 2011, cerca de 177 mil habitantes. Esta observação parece indiciar uma transição para uma nova dinâmica urbana, que tende a aproximar-se de um

estádio de reurbanização. Assim, entre 2001 e 2011, a área central registou um crescimento negativo (-3,0%), mas muito reduzido comparativamente com as duas décadas anteriores em que se observaram regressões demográficas entre 14,9 e 17,9%. Ao mesmo tempo, a periferia do sistema metropolitano registou crescimentos positivos, mas mais baixos comparativamente com o período entre 1950 e 1981, tendo sido entre 2001 e 2011 o período em que a periferia metropolitana menos cresceu (+8,4%).

6.1.2. Tendências demográficas e gradiente urbano: uma visão regional

Para se compreenderem as transformações nas dinâmicas do desenvolvimento urbano com uma lente espaço-temporal mais detalhada, analisaram-se as dinâmicas populacionais na região metropolitana por classe de distância à cidade-centro (Figura 6.3 e Tabela 6.2).

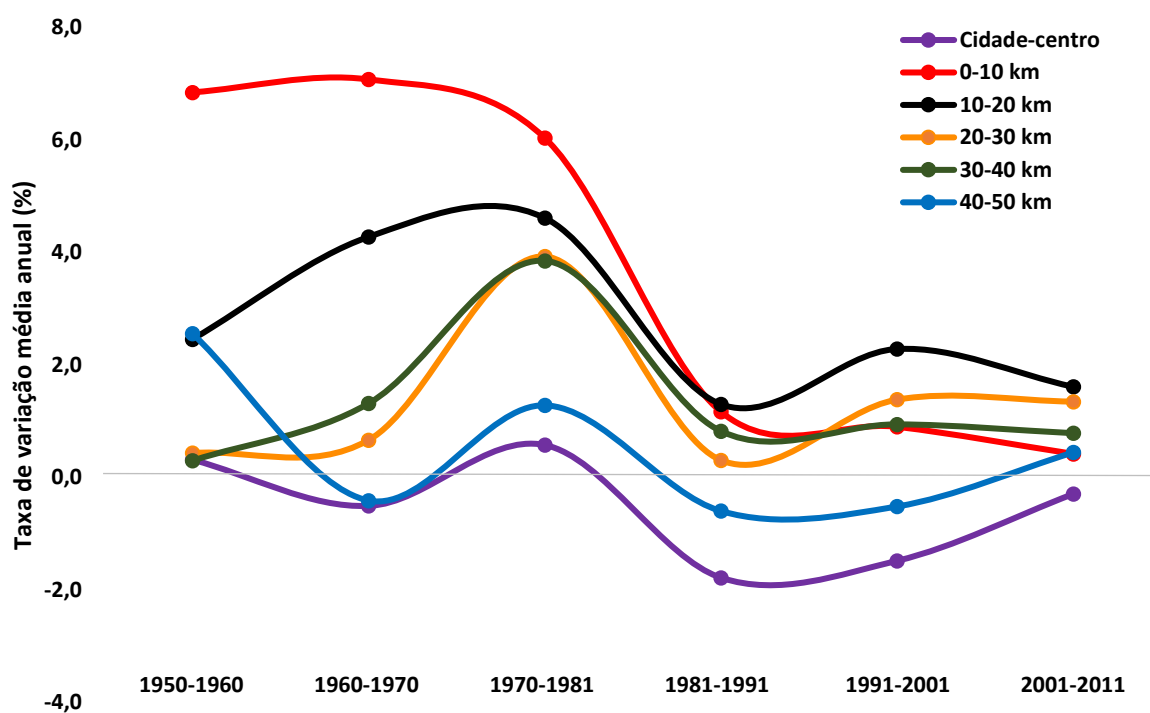


Figura 6.3: crescimento médio anual da população residente, por período intercensitário e por classe de distância à cidade-centro na AML (1950-2011)

Tabela 6.2: população residente, densidade populacional e proporção de população residente, por classe de distância à cidade-centro e por ano na AML

Distância (km)	1950	1960	1970	1981	1991	2001	2011
<i>População residente (N.º)</i>							
Cidade-centro	777.065	801.155	760.150	807.937	663.394	564.657	547.733
0-10	216.198	364.207	621.908	1.034.725	1.155.207	1.258.689	1.310.844
10-20	155.771	193.983	276.901	417.337	471.444	578.909	671.982
20-30	110.436	115.166	122.761	175.774	181.072	206.050	233.739
30-40	24.976	25.708	29.078	41.390	44.777	48.983	52.815
40-50	3.733	4.687	4.492	5.123	4.814	4.563	4.763
Total AML	1.288.179	1.504.908	1.815.290	2.482.286	2.520.708	2.661.851	2.821.876
<i>Densidade populacional (hab./km²)</i>							
Cidade-centro	14.413	14.860	14.099	14.985	12.304	10.473	10.159
0-10	1.245	2.098	3.583	5.961	6.655	7.251	7.551
10-20	785	978	1.396	2.104	2.377	2.919	3.388
20-30	1.109	1.156	1.233	1.765	1.818	2.069	2.347
30-40	1.095	1.127	1.275	1.815	1.963	2.147	2.315
40-50	975	1.224	1.173	1.338	1.257	1.191	1.244
<i>Proporção de residentes (%)</i>							
Cidade-centro	60,3	53,2	41,9	32,5	26,3	21,2	19,4
0-10	16,8	24,2	34,3	41,7	45,8	47,3	46,4
10-20	12,1	12,9	15,3	16,8	18,7	21,8	23,8
20-30	8,6	7,7	6,8	7,1	7,2	7,7	8,3
30-40	1,9	1,7	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9
40-50	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

Entre 1950 e 1981, o crescimento do número de residentes entre os 0 e os 10km de distância à cidade-centro foi muito significativo, apresentando taxas de crescimento médias anuais entre 6,0 e 7,1%. Este resultado demonstra que os maiores crescimentos médios da população ocorreram, entre 1950 e 1981, com particular magnitude nos tecidos urbanos da primeira coroa suburbana, designadamente nos municípios da Amadora, de Almada, de Odivelas e de Oeiras. Esta tendência consolidou-se igualmente entre 1960 e 1981 nos aglomerados que distam entre 10 e 20km da cidade de Lisboa, com crescimentos médios anuais significativos, sugerindo que, neste período, o estágio de suburbanização se intensificou e se dilatou no espaço, deslocando-se para áreas progressivamente mais distantes da área central. Os crescimentos médios anuais entre 4,3 e 4,6% decorreram, assim,

de um processo de redistribuição da população residente em tecidos suburbanos, especificamente integrados nos municípios de Cascais, do Montijo e de Vila Franca de Xira.

Porém, desde 1981-1991, período a partir do qual o crescimento demográfico da aglomeração estabilizou, as taxas de variação média anual reduziram-se significativamente, traduzindo um enfraquecimento das tendências de metropolização. Se entre 1950 e 1981 o crescimento demográfico foi substancialmente maior entre os 0 e os 10km, essa preponderância reduziu-se para valores médios anuais inferiores a 0,9% desde 1991. Consequentemente, os maiores crescimentos médios anuais, entre 1981 e 2011, verificaram-se nas classes de distância entre os 10 e os 20km, com crescimentos entre 1,3 e 2,3%, e entre os 20 e os 30km, com crescimentos médios anuais entre 1,3 e 1,4%. Ainda assim, durante o período em análise, os resultados indicam que as classes de maior distância relativamente à cidade-centro, designadamente as de 20-30km, 30-40km e até 40-50km registaram períodos de estabilização ou ligeiros crescimentos médios anuais.

Considerando a proporção de residentes por classe de distância, revelou-se significativo o processo de redistribuição da população residente, atestando a transição de uma cidade monocêntrica para uma região metropolitana policêntrica. Esta evidência foi ilustrada pela evolução demográfica da cidade-centro que, em 1950, albergava 60,3% da população metropolitana, regredindo sucessivamente desde então, atingindo o valor mais baixo em 2011 (19,4%), apesar da taxa de regressão, entre 2001 e 2011, ter reduzido o seu ritmo de declínio. A evolução permitiu descrever a progressiva perda da preponderância demográfica da cidade-centro no contexto metropolitano e a redistribuição da população residente para outros núcleos exteriores à cidade de Lisboa. Assim, a preponderância da periferia reforçou-se, particularmente desde 1960, com a consolidação da primeira coroa suburbana entre os 0 e os 10km. Entre 1950 e 1970, a proporção de residentes entre essas distâncias cresceu de 16,8 para 34,3%, atingindo 41,7% em 1981, ultrapassando, pela primeira vez, a importância demográfica da área central no contexto metropolitano. Desde então, a proporção de indivíduos residentes entre os 0 e os 10km estabilizou, crescendo apenas 1,5% entre 1991 e 2001. Porém, no último período intercensitário, a mesma proporção declinou de 47,3% para 46,4%, denotando que os aglomerados entre os 0 e os 10km perderam peso demográfico no contexto metropolitano. Por outro lado, outras classes, como a dos 10-20km de distância à cidade-centro, reforçaram a sua preponderância, tendo crescido de 12,1%, em 1950, para 15,3%, em 1970, tendência que se manteve, crescendo, entre 1981 e 2011, 7,0%. Merece ainda destaque, desde 1981, a redistribuição da proporção de residentes entre os 20 e os 30km, com um aumento de 7,1 para 8,3%. Apesar do reduzido contributo demográfico relativo das classes de distância entre os 30 e os 40km e entre os 40 e os 50km no contexto metropolitano, registou-se um

crescimento expressivo no número absoluto de residentes nessas classes, aumentando entre 1950 e 2011, respetivamente, de 24.976 para 52.815 habitantes e de 3.733 para 4.763 habitantes.

Em síntese, os resultados indicam que o estágio de suburbanização ocorreu, num primeiro momento de maior intensidade, nas áreas mais próximas da cidade de Lisboa, sobretudo nos aglomerados que distam até 10km relativamente à cidade-centro, enquanto as antigas áreas rurais e pouco urbanizadas, localizadas a maiores distâncias, recrudesceram mais significativamente a partir de 1991. Apesar disto, no último período intercensitário, o crescimento da periferia foi muito reduzido e a área central experienciou tendências negativas com uma magnitude mais baixa comparativamente com as duas décadas anteriores, sugerindo a transição para o último estágio do desenvolvimento urbano, sem que, no entanto, se tenha assistido a um verdadeiro estágio de desurbanização na AML.

6.1.3. Dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano: a cartografia dasimétrica do ciclo de vida urbano na Área Metropolitana de Lisboa

A análise das Figuras 6.4 a 6.16 permite detalhar as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano através da evolução da distribuição da população residente na AML. Numa leitura geral, entre 1950 e 2011, a cartografia dasimétrica do ciclo de vida urbano permitiu constatar que o sistema metropolitano transitou de um modelo espacial monocêntrico, hegemonicamente comandado pela cidade-centro, para um modelo cuja estrutura espacial se foi progressivamente descentralizando e fragmentando, em resultado do desenvolvimento de novas polaridades, num primeiro momento, na periferia mais imediata, para, nos períodos seguintes, se dilatar para áreas mais distantes da cidade-centro. Deste modo, o centro da metrópole, que liderava o sistema metropolitano, convive hoje com as mais recentes mutações na vertebração da AML, onde o contínuo metropolitano colide e se interrelaciona com áreas suburbanas que se tornaram progressivamente mais policêntricas e densas.

Em 1950, a AML organizava-se segundo uma estrutura espacial monocêntrica, comandada por Lisboa, que albergava mais de metade da população residente na área metropolitana, sendo Santo Condestável, Nossa Senhora de Fátima, Campolide, Anjos e São Jorge de Arroios as freguesias mais populosas. Ao mesmo tempo, iniciaram-se tendências embrionárias de suburbanização, designadamente em territórios de génese industrial e portuária, como ilustram as freguesias do Montijo, do Alto do Seixalinho, no município do Barreiro, e de Almada. Na margem sul, destacaram-se, pelo seu contingente demográfico, as freguesias de São Sebastião e de Nossa Senhora da Anunciada, no município de Setúbal, que descreveram um padrão espacial autónomo relativamente à metrópole. Na margem norte, destacaram-se as freguesias do município de Cascais, designadamente Estoril e Cascais com 7 mil e 10 mil habitantes, respetivamente. A representação

espacial das dinâmicas do desenvolvimento urbano neste período permitiu sintetizar um estágio de suburbanização relativa que traduz, juntamente com a importante representação demográfica da cidade-centro, as tendências de crescimento que se iniciaram na periferia metropolitana, maioritariamente lideradas por alguns aglomerados de génese industrial-portuária (Figura 6.4).

Na década seguinte, a tendência de suburbanização consolidou-se através do progressivo esvaziamento demográfico da área central e do crescimento das freguesias pericentrais e suburbanas (Figura 6.5). Apesar disso, as freguesias com contingentes demográficos superiores a 30 mil habitantes permaneceram localizadas na cidade de Lisboa, destacando-se São Jorge de Arroios, Santo Condestável, Nossa Senhora de Fátima, Campolide, São João e Alcântara. Comparativamente com 1950, consolidou-se a importância demográfica das freguesias do Estoril e de Cascais, com mais de 10 mil habitantes, observando-se ainda um crescimento absoluto importante nos aglomerados da primeira coroa suburbana, particularmente nos municípios da Amadora e de Odivelas. Os aglomerados associados aos principais polos industriais consolidaram-se nos anos 1960, como constituem exemplos as freguesias do Alto do Seixalinho, do Montijo, de Almada e de Cacilhas.

Comparando a evolução demográfica entre 1950 e 1960, apesar de se terem observado variações demográficas positivas em múltiplas freguesias do município de Lisboa, foi na primeira coroa suburbana onde se registaram os maiores crescimentos demográficos, comprovando, assim, a consolidação de um estágio de suburbanização relativa. Neste período intercensitário destacaram-se as freguesias do município de Odivelas, designadamente Famões, Pontinha, Odivelas e Ramada, com crescimentos superiores a 300%, Olival de Basto e Póvoa de Santo Adrião (+227,4%). Destacaram-se ainda os crescimentos de outros tecidos urbanos localizados nos municípios de Loures e da Amadora, com incrementos demográficos superiores a 150%. Neste período, foram ainda relevantes as variações registadas, na margem sul, por Almada e Cacilhas (+77%) e Cova da Piedade (+106%). Naturalmente, à medida que a distância à cidade-centro aumenta, as variações revelaram-se igualmente positivas, mas mais baixas e, em alguns casos, negativas (Figura 6.11).

Em 1970, cimentou-se o processo de descentralização espacial com o progressivo esvaziamento das áreas centrais e a deslocação dos territórios mais povoados para as freguesias pericentrais ou da periferia mais imediata, destacando-se Santa Maria dos Olivais e Benfica. Embora as freguesias de São João de Arroios, de Santo Condestável e de Campolide tenham registado contingentes demográficos superiores a 30 mil habitantes, esses aglomerados observaram tendências regressivas comparativamente com a década anterior, tal como ocorreu nas freguesias do centro histórico. Este processo de descentralização demográfica foi ainda intensificado pelo crescimento explosivo dos aglomerados da primeira coroa suburbana, com particular destaque para os municípios de Odivelas e da Amadora, como ilustram as freguesias da Damaia, da Venteira, da Buraca e da

Brandoa, com crescimentos de 137,1% entre 1960 e 1970. Paralelamente, começaram-se a observar tendências de expansão significativas para áreas mais distantes, orientadas pela mobilidade rodoferroviária, até Algueirão-Mem Martins e ainda Agualva-Cacém. Com menor magnitude, mas com alguma importância, inserem-se ainda nestas novas tendências o forte crescimento dos aglomerados de Massamá, de Queluz e de Monte Abraão, também localizados no município de Sintra. Tal como no período intercensitário anterior, alguns aglomerados do município de Cascais, como São Domingos de Rana, Cascais, Estoril e Alcabideche, intensificaram o seu ritmo de crescimento. Na margem sul, em 1970, os crescimentos demográficos registados não ignoraram os impactos da abertura da primeira travessia rodoviária sobre o Tejo, como atesta o aumento do número de residentes nas freguesias da Trafaria, da Cova da Piedade, do Laranjeiro e do Feijó, no município de Almada, com crescimentos superiores a 77%, e, no município do Seixal, nas freguesias da Amora, de Corroios (+154,0%), de Fernão Ferro (+75,6%) e de Paio Pires (+57,1%). O município do Barreiro consolidou o seu contingente demográfico com crescimentos substanciais, por exemplo, na freguesia do Lavradio (+150,8%) e no Barreiro e Alto do Seixalinho (+54,6%), à semelhança do polo industrial do Montijo. Finalmente, Setúbal voltou a reforçar a sua posição regional no sistema metropolitano, destacando-se o comportamento demográfico positivo do centro desta cidade (Figuras 6.6 e 6.12).

Contudo, em 1981, o processo de encolhimento demográfico da cidade-centro que se vinha registando ao longo das décadas anteriores reduziu-se e, em algumas freguesias, reverteu-se, como ilustram os crescimentos verificados em São Nicolau (+17,1%), na Encarnação (+6,9%), no Beato (+3,6%), em São Jorge de Arroios (+3,2%) ou nos Mártires (+2,7%), o que contribuiu, entre 1970 e 1981, para o retrocesso do sistema metropolitano para a terceira fase do desenvolvimento urbano. Por outro lado, as freguesias pericentrais de Lisboa mantiveram um ritmo de crescimento muito acelerado, com particular destaque para a Ameixoeira, Carnide e Marvila, a que se somam as freguesias do Lumiar, de São Domingos de Benfica, da Charneca e de Benfica. Apesar destas tendências na cidade-centro, foram, uma vez mais, os aglomerados das primeira e segunda coroas suburbanas que registaram os crescimentos mais significativos entre 1970 e 1981, destacando-se, no município de Oeiras, as freguesias de Oeiras e São Julião da Barra, de Algés, de Linda-a-Velha e de Paço de Arcos, e, no município de Loures, a freguesia de São João da Talha. Também merece destaque a consolidação do eixo Amadora-Sintra, com particular realce para os aglomerados entre Queluz e Agualva-Cacém e Algueirão Mem-Martins. É ainda relevante mencionar que, no mesmo período, o crescimento das áreas suburbanas se intensificou, no município de Loures, nos aglomerados de Loures e de Santo António dos Cavaleiros, e, ainda, num sistema rodoferroviário a nordeste desde a Bobadela até Castanheira do Ribatejo. Além destes, é igualmente relevante destacar, por exemplo, o crescimento da freguesia de Mafra, superior a 73%. Na margem sul, entre 1970 e 1981, importa referir

a consolidação do crescimento dos aglomerados da Amora e de Corroios. Os aglomerados do Barreiro e do Alto do Seixalinho, da Baixa da Banheira, de Santo André e do Vale da Amoreira registaram crescimentos igualmente expressivos, mantendo-se, na generalidade, a tendência da década anterior, comportamento que também se prolonga aos aglomerados do município de Setúbal. Observaram-se, no entanto, um conjunto de lugares que registaram um comportamento oposto aos dos aglomerados anteriormente referidos, destacando-se, em particular, o declínio do Montijo, de Almada, do Pragal e de Cacilhas.

Comparativamente a 1981, a cartografia do desenvolvimento urbano de 1991 não revelou tendências de transformação significativas na distribuição do número absoluto de residentes, o que se pode explicar pelo abrandamento das tendências de metropolização na AML. Ainda assim, foi o comportamento demográfico da cidade de Lisboa que mais se destacou. Contrapondo com o crescimento positivo e moderado de algumas freguesias da cidade-centro em 1981, registaram-se, em 1991, quebras significativas no número de residentes, resultando num intenso processo de esvaziamento da área central que se prolongou para norte. Na generalidade, as freguesias do eixo Terreiro do Paço-Avenidas Novas registaram contingentes inferiores a 7.500 residentes, tendo sido nas freguesias do centro histórico onde o número absoluto de residentes foi o mais baixo no contexto metropolitano. Os maiores contingentes demográficos continuaram a registar-se nas freguesias pericentrais, designadamente em Santa Maria dos Olivais, em Marvila e em Benfica, com mais de 45 mil habitantes. Nas áreas suburbanas, as tendências de crescimento verificadas nas décadas anteriores mantiveram-se, porém com ritmos manifestamente mais lentos. Destacaram-se, ainda assim, as freguesias de Odivelas, de Oeiras e São Julião da Barra e de Algueirão Mem-Martins, com contingentes superiores a 40 mil habitantes. Na margem sul, consolidaram-se os aglomerados inseridos no município do Seixal, designadamente na Amora e em Corroios, com 45 mil e 35 mil habitantes, respetivamente, tendo-se mantido também sem grandes oscilações o número de residentes na generalidade dos aglomerados dos municípios de Almada, do Barreiro e do Montijo.

Porém, a leitura da taxa de variação permitiu verificar que, apesar da importância da contingente absoluto de alguns aglomerados na cidade de Lisboa, apenas as freguesias de Carnide, Lumiar e Marvila registaram crescimentos positivos, embora moderados. Entre 1981 e 1991, o encolhimento demográfico foi particularmente significativo no eixo Terreiro do Paço-Avenidas Novas, destacando-se as freguesias da Encarnação, de Santa Justa, da Madalena, do Coração de Jesus, de São Nicolau, dos Mártires e do Sacramento, com variações negativas entre 40 e 55%. O período entre 1981 e 1991 caracterizou-se ainda por taxas de crescimento muito reduzidas do sistema metropolitano, facto que resulta da combinação de quebras demográficas muito significativas na cidade de Lisboa com o crescimento positivo, embora moderado, da periferia, o que possibilitou o avanço do sistema

metropolitano para um estágio de suburbanização absoluta. Contudo, na periferia metropolitana, entre 1981 e 1991, registaram-se declínios demográficos significativos nos antigos polos industriais, destacando-se o contínuo Pragal-Almada-Cacilhas (-10,6%), o centro histórico do Seixal (-27,7%) e as freguesias do Lavradio e de Santo André (-27,4%), no município do Barreiro. Realça-se que, apesar dos aglomerados do Barreiro e do Montijo se posicionarem em classes de dinâmica demográfica positiva, o crescimento destes, entre 1981 e 1991, foi pouco significativo. Os crescimentos mais notórios na AML ocorreram particularmente na margem sul, nas freguesias da Sobreda, da Caparica e da Charneca da Caparica, no município de Almada, e em Santo António da Charneca, Palhais e Coina, no município do Barreiro. Na margem norte, destacaram-se dinâmicas positivas relevantes no município de Mafra, que, desde a década anterior, tinha vindo a registar crescimentos positivos (Figura 6.14).

Em 2001, a expansão urbana na AML prosseguiu um processo de fragmentação progressivamente mais distenso no espaço. Destacaram-se, pelos seus valores absolutos, os aglomerados de Algueirão Mem-Martins, com mais de 60 mil habitantes, e de Odivelas, com mais de 53 mil residentes. Na margem norte, manteve-se ainda um elevado contingente demográfico no eixo Oeiras-Cascais, destacando-se São Domingos de Rana, Oeiras e São Julião da Barra, Cascais e Alcabideche, com mais de 30 mil habitantes. Entre as freguesias que mais se destacaram, consolidaram-se os aglomerados mais distantes do município de Sintra, designadamente Rio de Mouro e Agualva-Cacém. As tendências absolutas da cidade de Lisboa mantiveram-se, com o predomínio demográfico das freguesias pericentrais. Porém, foi na margem sul onde se localizaram parte dos aglomerados mais importantes, designadamente nas freguesias de São Sebastião, no município de Setúbal, da Amora e de Corroios, no município do Seixal, com contingentes demográficos superiores a 45 mil habitantes.

Comparando as dinâmicas demográficas registadas entre 1991 e 2001, destacou-se, na margem norte, o crescimento acentuado de Porto Salvo e de Barcarena, juntamente com os aglomerados do município de Mafra, nomeadamente da Carvoeira, de São Miguel de Alcainça, da Ericeira, do Milharado, de Mafra e da Malveira. Foi, contudo, na margem sul onde se localizaram os maiores ritmos de crescimento, com particular destaque para a Quinta do Conde, no município de Sesimbra, seguida da Aldeia de Paio Pires, no Seixal, e da Charneca da Caparica e da Costa da Caparica, no município de Almada. Ainda assim, evidenciou-se um deslocamento das classes de crescimento mais elevadas, pela primeira vez, para os municípios de Palmela (freguesias do Pinhal Novo e da Quinta do Anjo) e de Alcochete (freguesias do Samouco e de Alcochete). Também as freguesias do Castelo, em Sesimbra, e São Lourenço e São Simão, nas proximidades da cidade de Setúbal, começaram a registar crescimentos relevantes. Por outro lado, os aglomerados com comportamentos negativos circunscreveram-se, novamente, ao município de Lisboa, e, pela primeira vez, a alguns aglomerados

da primeira coroa suburbana localizados nos municípios da Amadora e de Odivelas. Também os antigos complexos industriais e portuários mantiveram as suas tendências regressivas iniciadas nos anos 1980, como Cacilhas, Trafaria e Barreiro. Uma das exceções neste domínio foi a freguesia do Montijo que, entre 1991 e 2001, reverteu a tendência de declínio iniciada entre 1970 e 1981. Por fim, apesar das tendências fortemente regressivas que foram caracterizando o município de Lisboa, observou-se que as freguesias que, na década anterior, registaram crescimentos negativos superiores a 20%, experienciaram taxas de crescimento negativo inferiores a 20% entre 1991 e 2001, tal como ilustram as freguesias da Graça, da Nossa Senhora de Fátima, dos Prazeres e dos Mártires, sugerindo um abrandamento na magnitude das tendências regressivas iniciadas em 1981 (Figura 6.15).

No último exercício censitário, em 2011, a distribuição absoluta do número de residentes não se alterou significativamente face a 2001, mantendo-se a estrutura de povoamento até então observada através da consolidação dos aglomerados mais distantes dos municípios de Sintra, como Algueirão Mem-Martins, e de Cascais, nomeadamente São Domingos de Rana (Figura 6.10). Entre 2001 e 2011, destacaram-se, na margem norte, as freguesias do município de Mafra, designadamente Mafra, Malveira, Venda do Pinheiro e Ericeira, com crescimentos demográficos superiores a 50%. Para a manutenção da tendência verificada contribuíram particularmente, na margem sul, os incrementos no Afonsoeiro (+103,7%) e na Atalaia (+70,7%), no município do Montijo, em São Francisco (+93,9%), no município de Alcochete, em Fernão Ferro, no município do Seixal, e na Quinta do Conde, no município de Sesimbra, ambos com crescimentos superiores a 55%. Em oposição, as variações negativas circunscreveram-se, em geral, aos aglomerados da primeira coroa suburbana, designadamente às freguesias de Alfovelos e da Venda Nova, no município da Amadora, e às freguesias da Portela e de Frielas, no município de Loures, estendendo-se, ainda, ao eixo rodoferroviário Queluz-Agualva-Cacém com magnitudes menos severas. Os antigos polos industrial-portuários mantiveram, entre 2001 e 2011, as tendências regressivas, com destaque para o complexo industrial do Barreiro, o eixo fluvial Trafaria-Pragal-Almada-Cacilhas e ainda o contínuo Vila Franca-Alhandra. Apesar destas tendências, nesse mesmo período, a cidade de Lisboa reverteu, em algumas freguesias do seu centro histórico, um comportamento de encolhimento demográfico iniciado em 1981 e aprofundado nas décadas seguintes, tal como ilustra o crescimento moderado das freguesias de Santa Justa (+27,3%), do Socorro (+14,6%), dos Mártires (+9,1%), de São Nicolau (+4,8%) e da Madalena (+3,4%). Este comportamento demográfico, que combina um crescimento periférico baixo com uma tendência de recuperação das dinâmicas regressivas da área central, contribuiu para a redução da magnitude dos parâmetros demográficos associados a uma etapa de suburbanização absoluta, sugerindo uma possível transição para um novo estágio do desenvolvimento urbano (Figura 6.16).

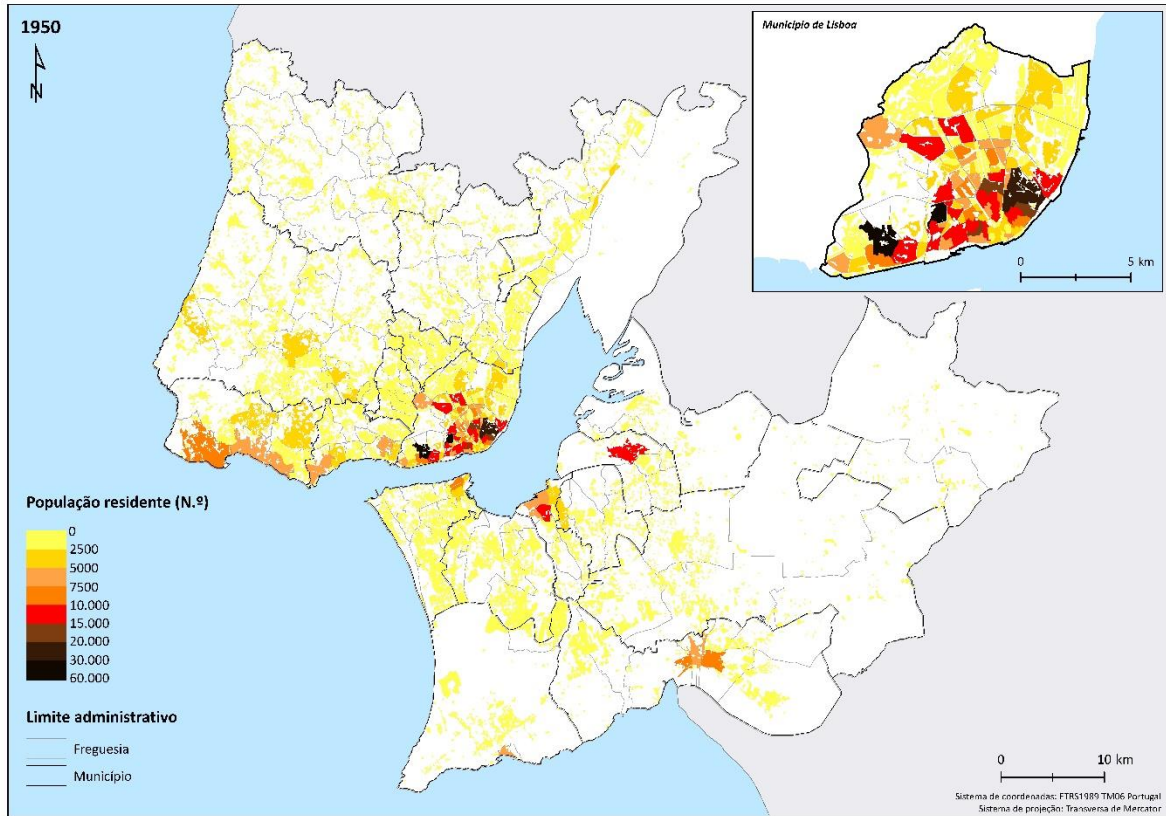


Figura 6.4: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1950)

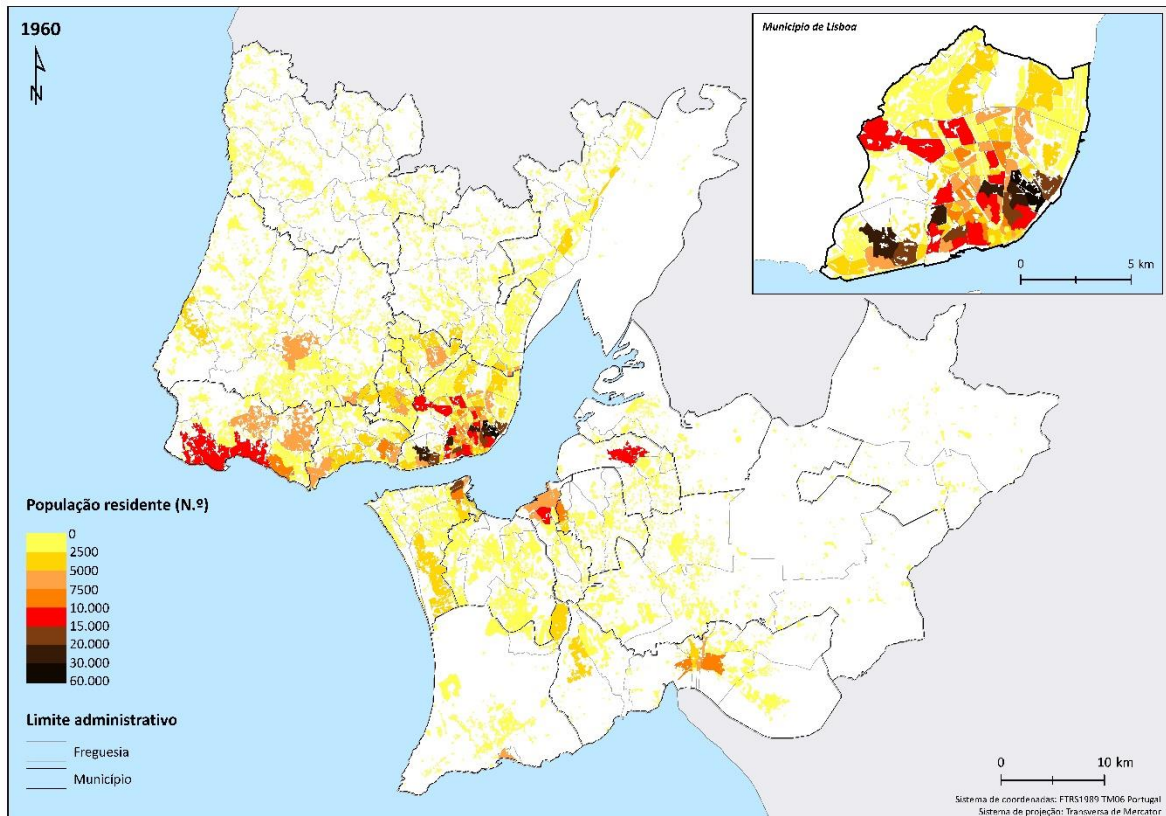


Figura 6.5: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1960)

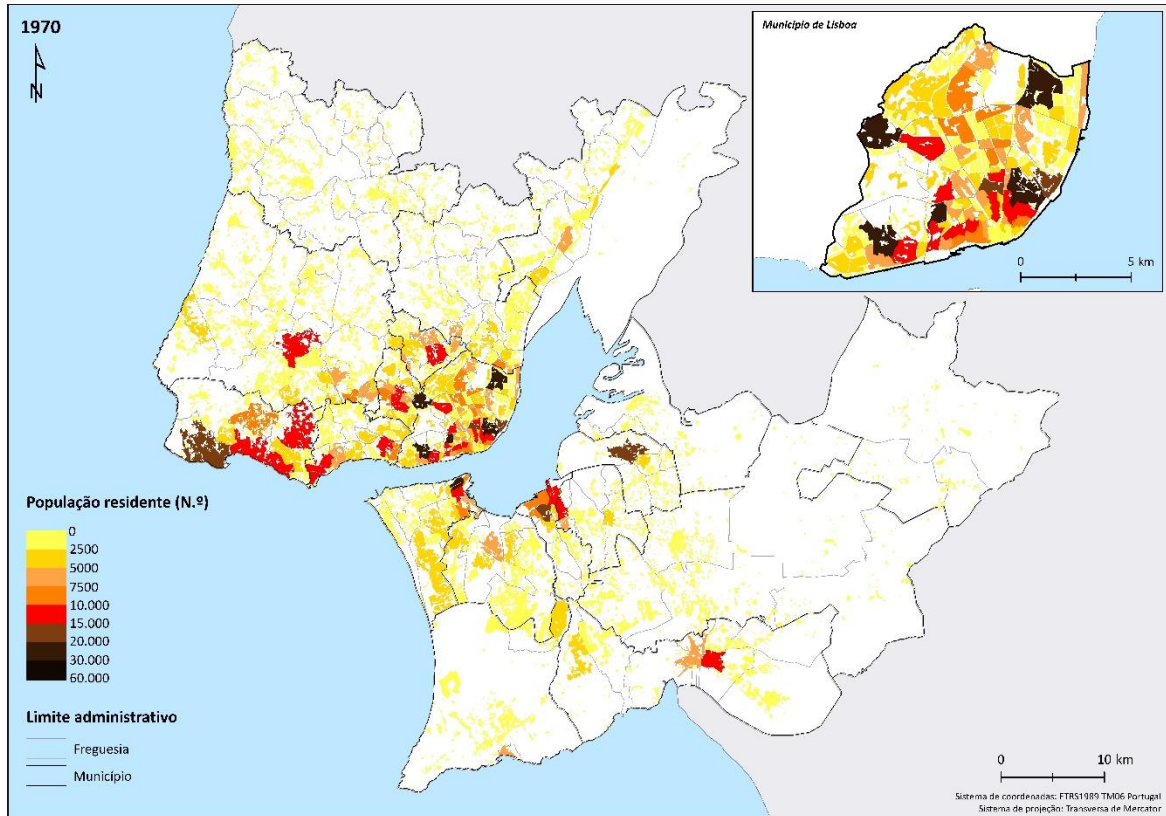


Figura 6.6: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1970)

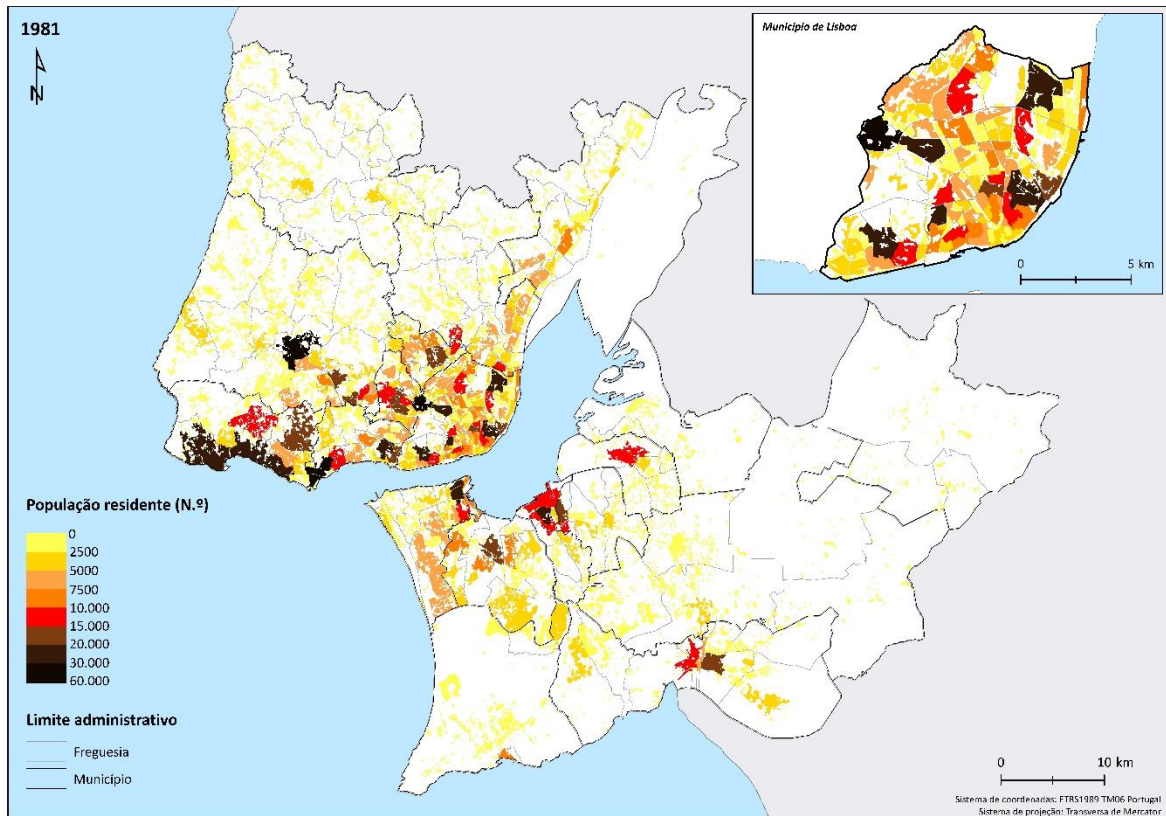


Figura 6.7: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1981)

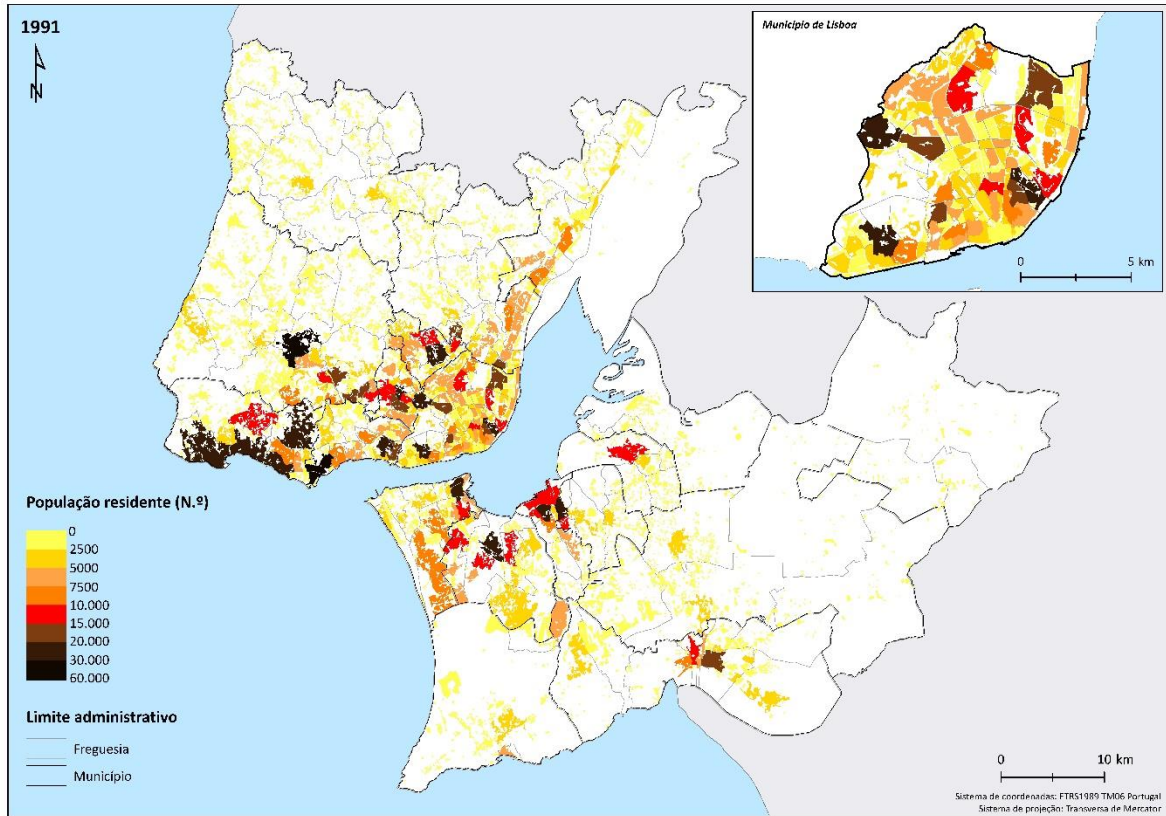


Figura 6.8: distribuição dasimétrica da população residente na AML (1991)

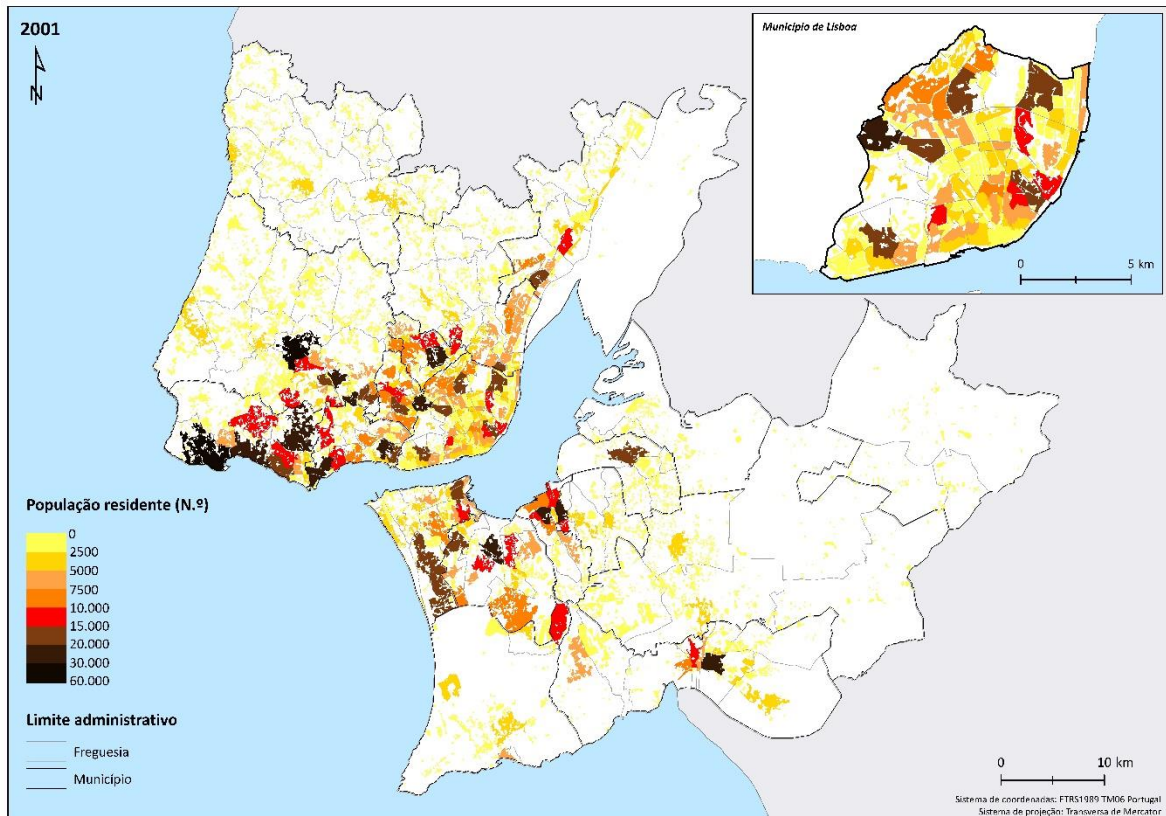


Figura 6.9: distribuição dasimétrica da população residente na AML (2001)

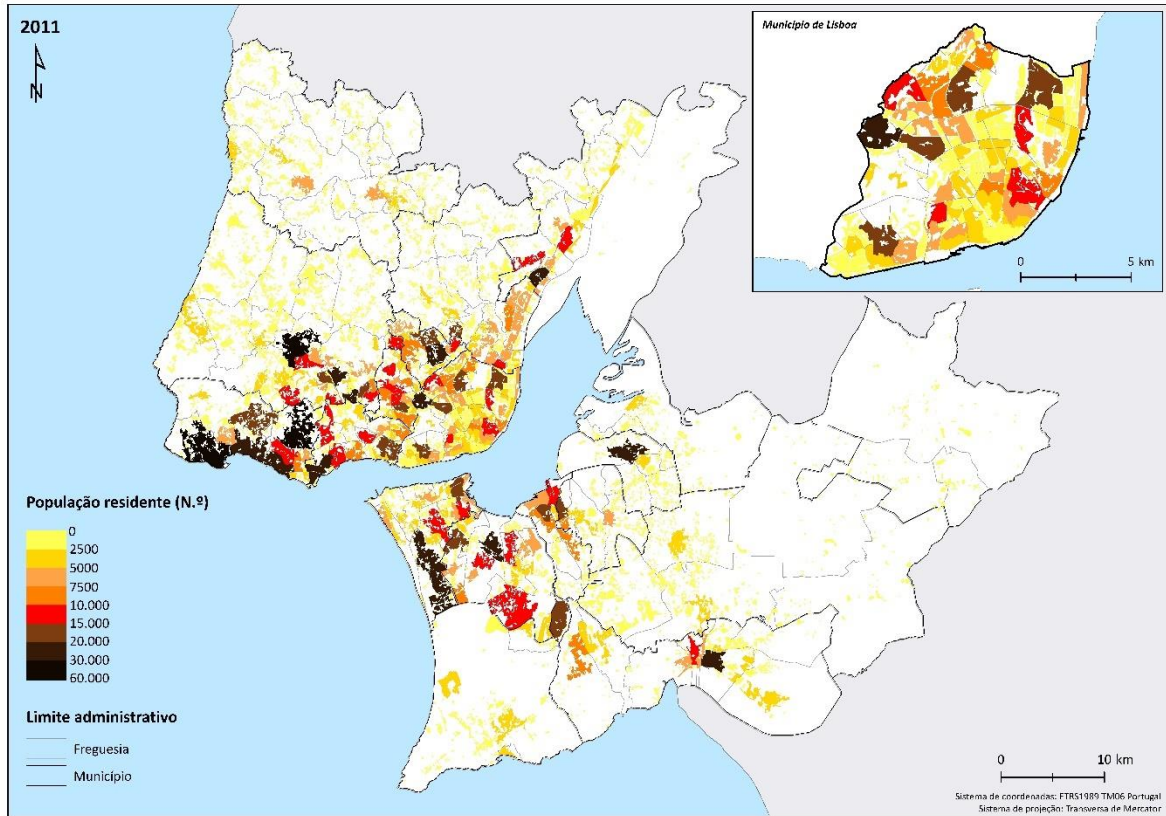


Figura 6.10: distribuição dasimétrica da população residente na AML (2011)

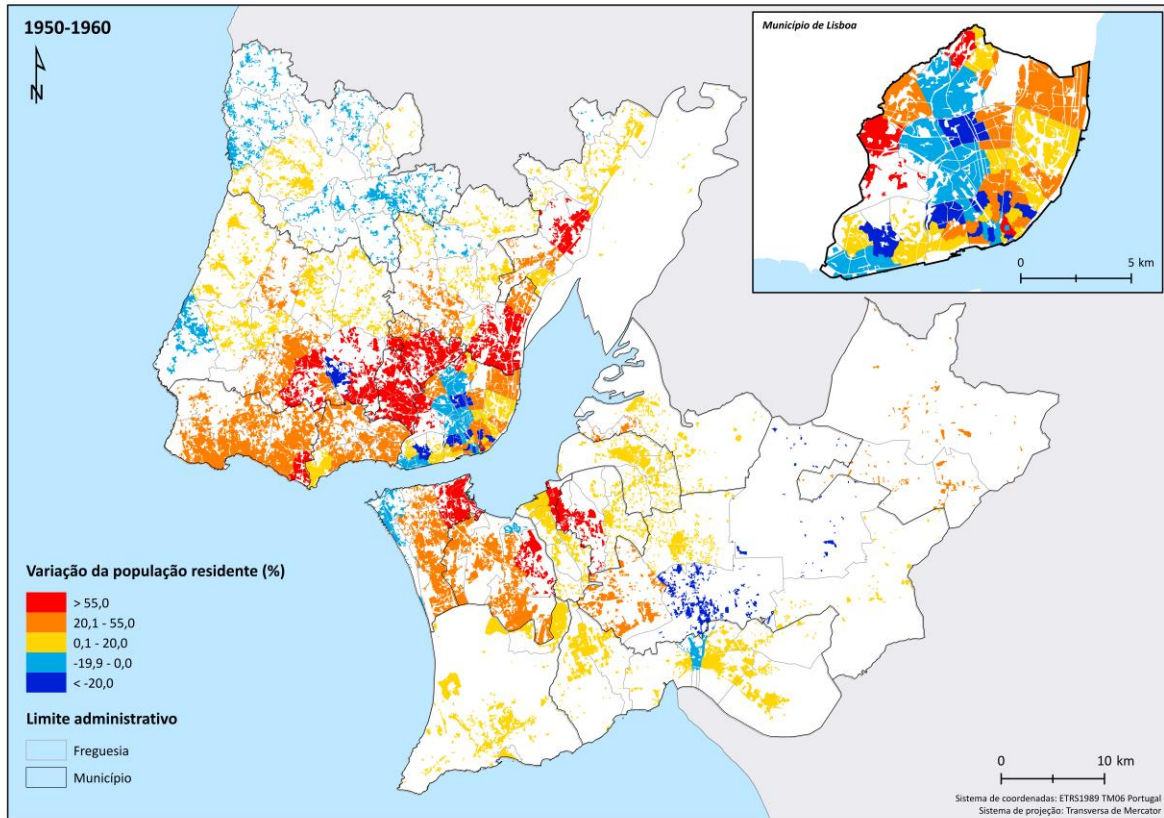


Figura 6.11: taxa de variação da população residente na AML (1950-1960)

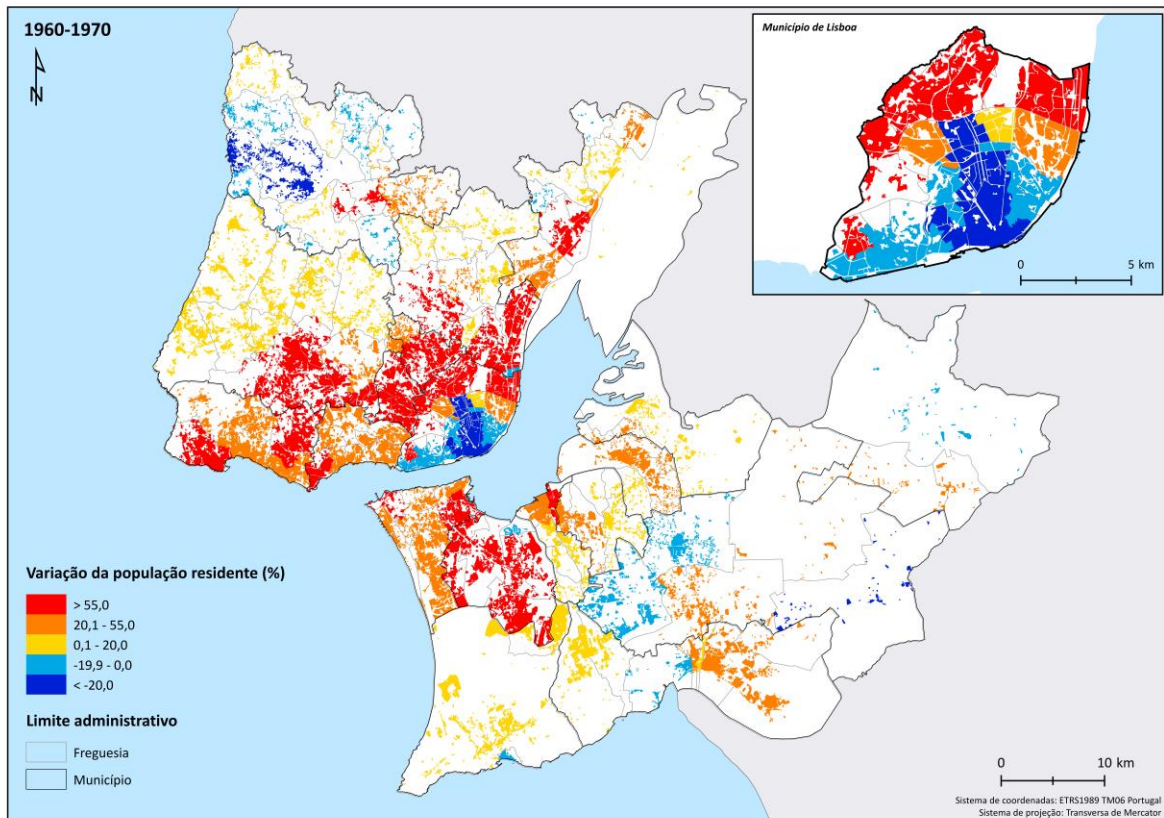


Figura 6.12: taxa de variação da população residente na AML (1960-1970)

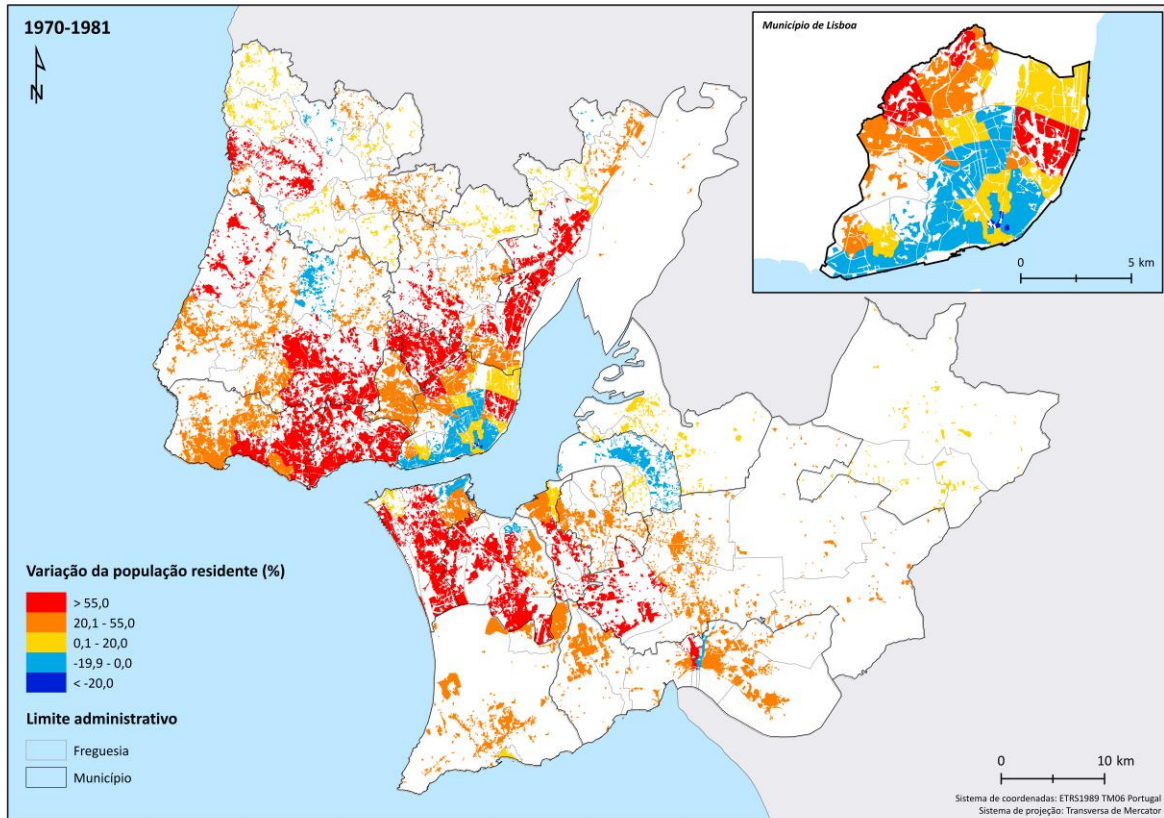


Figura 6.13: taxa de variação da população residente na AML (1970-1981)

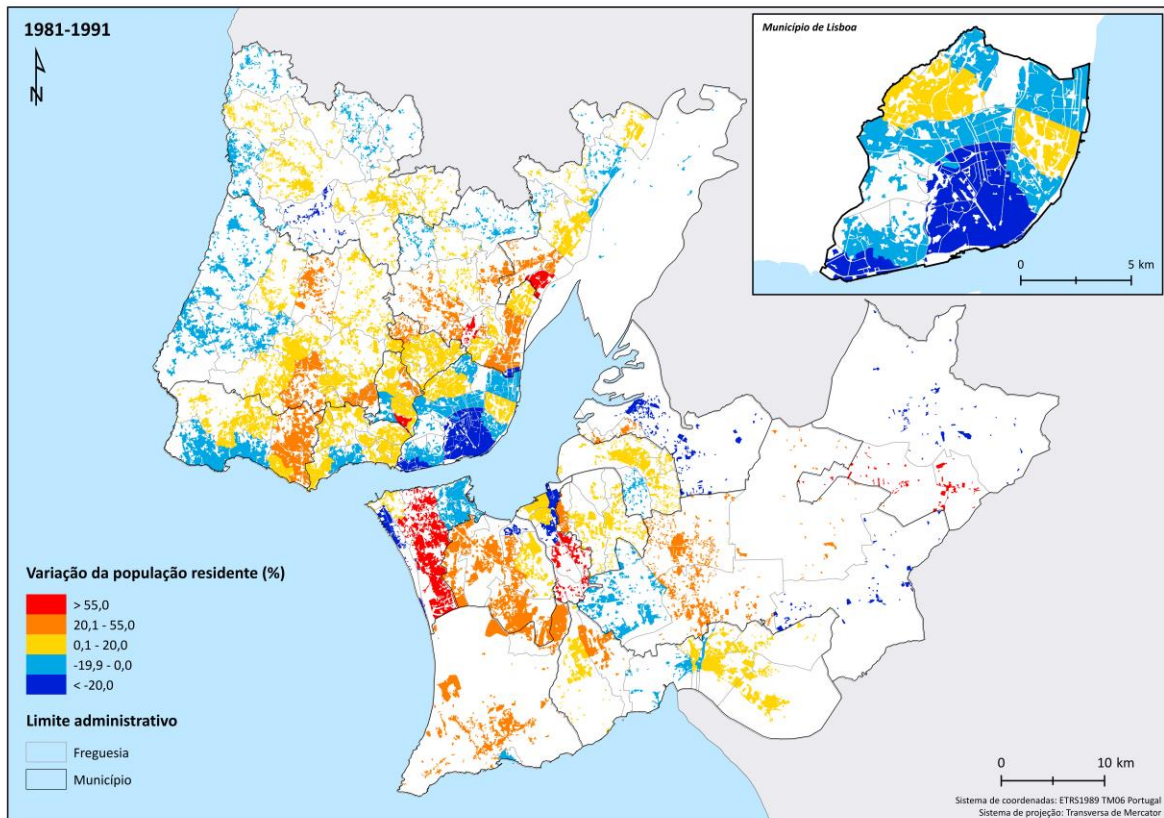


Figura 6.14: taxa de variação da população residente na AML (1981-1991)

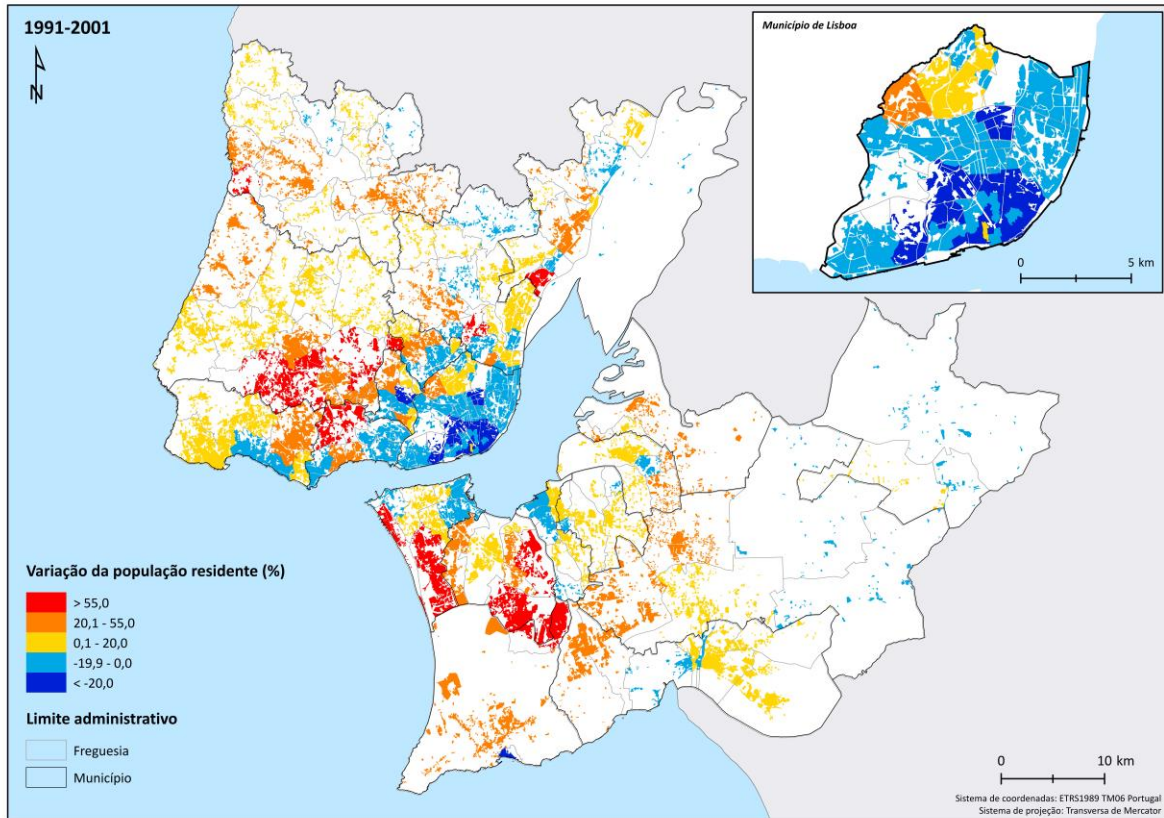


Figura 6.15: taxa de variação da população residente na AML (1991-2001)

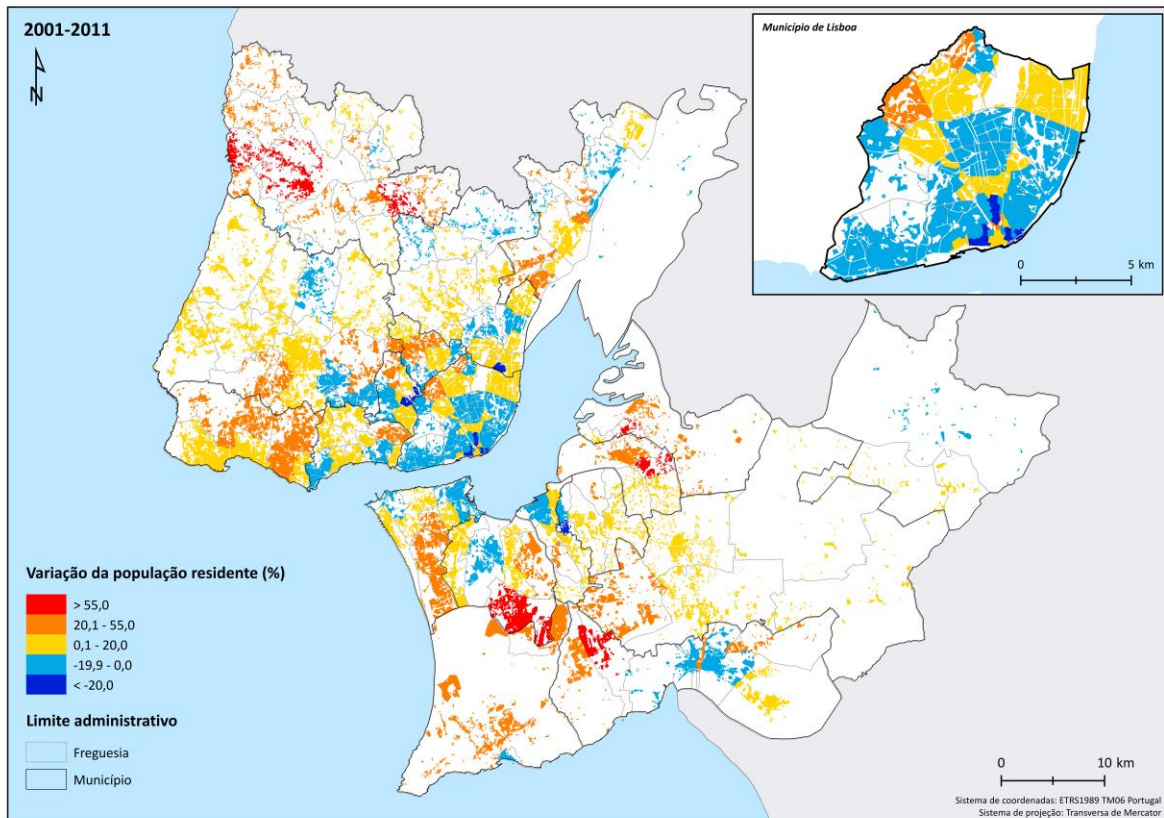


Figura 6.16: taxa de variação da população residente na AML (2001-2011)

6.2. Mudanças espaço-temporais da distribuição alimentar na Área Metropolitana de Lisboa

6.2.1. Evolução da distribuição alimentar em Portugal nos últimos 40 anos

Nas últimas 4 décadas, a estrutura do mercado da distribuição alimentar alterou-se profundamente em Portugal e nas regiões economicamente mais avançadas, onde as transformações ocorreram com maior magnitude (Figura 6.17).

A tendência pesada mais assinalável foi a redução substancial do número de mercearias enquanto formato de comércio alimentar. Em 1976, com mais de 40 mil pontos de venda, as mercearias representavam 93,8% dos estabelecimentos alimentares em funcionamento, oferta que era complementada pelos puros-alimentares. Em 2015, as mercearias representavam ainda 61,4% dos estabelecimentos alimentares, com 8.853 pontos de venda, e os puros-alimentares não representavam mais de 2,2% da oferta de dominante alimentar.

No mesmo período, um comportamento bem diferente foi evidenciado pelos formatos que, genericamente, podemos associar à grande distribuição, com destaque para os supermercados e hipermercados, que protagonizaram uma verdadeira revolução na estrutura comercial de dominante alimentar. Em primeiro lugar, a crescente importância dos supermercados enquanto formato de abastecimento alimentar desde os anos 1960, quer em número de pontos de venda quer no valor da quota de mercado, traduziu a necessidade de se introduzir essa tipologia de formato nos Anuários de Distribuição Nielsen, tal como ocorreu com os livres-serviços⁴⁵. Em segundo lugar, as diferentes estratégias desenvolvidas pelas grandes cadeias do segmento retalhista integrado justificaram a necessidade que a empresa de consultoria AC Nielsen teve em reclassificar os formatos dos seus universos de análise para melhor descrever as mudanças que se estavam a operar neste setor. Na realidade, além destas transformações terem sido veiculadas, por um lado, pelos supermercados e pelos livres-serviços, também os hipermercados vieram revolucionar a estrutura de abastecimento alimentar. Acrescem ainda a estas mudanças a necessidade de, a partir de 1995, se distinguirem as tipologias de supermercados segundo critérios de superfície de venda, introduzindo-se na classificação dos Universos Nielsen os grandes supermercados e os pequenos supermercados⁴⁶.

⁴⁵ As mudanças na oferta de distintos formatos de distribuição alimentar resultaram na introdução, no início dos anos 1980, dos supermercados e dos livre-serviços nos Anuários de Distribuição Nielsen.

⁴⁶ Segundo a tipologia de lojas alimentares da AC Nielsen, o hipermercado é uma loja que comercializa produtos alimentares, de higiene pessoal e de limpeza caseira, funcionando em regime de livre-serviço, que possui uma área de venda $\geq 2500\text{m}^2$; o supermercado grande é uma loja com uma área de venda entre 1000 e 2499m^2 que comercializa o mesmo sortido que o hipermercado; o supermercado pequeno é uma loja que comercializa o mesmo sortido que os grandes supermercados, funcionando em regime de livre-serviço, com uma área de venda entre 400 e 999m^2 , estando incluídas as lojas que, mesmo com uma área de venda $< 400\text{m}^2$, pertençam a cadeias de supermercados. O livre-serviço é uma loja que comercializa produtos alimentares, de higiene pessoal e de limpeza caseira, funcionando em regime de livre-serviço, com uma área de

O caráter revolucionário destas mudanças, profundamente protagonizadas pelas grandes superfícies pertencentes ao segmento retalhista integrado, embora visível no ritmo de abertura dos pontos de venda afetos aos distintos formatos de dominante alimentar (Figura 6.17), manifestou-se, com maior propriedade, na evolução das respetivas quotas de mercado dos estabelecimentos, aferida através do volume de vendas (Figura 6.18). Em 2015, as grandes superfícies (supermercados e hipermercados), embora representassem apenas 13,6% do total de estabelecimentos (1.960 pontos de venda), eram responsáveis por 91,2% do volume de negócios do setor retalhista de dominante alimentar, proporção que, no início dos anos 1990, não ultrapassava os 40%.

Do ponto de vista do número de estabelecimentos, e sobretudo nos últimos 20 anos, os supermercados mostraram ser um conceito vencedor e competitivo. O ritmo de abertura de novas unidades não só se tem intensificado como o próprio conceito se tem reinventado, podendo hoje distinguir-se, em função da sua dimensão, dos preços praticados, da diversidade do sortido e do nível de serviço, uma dezena de categorias (Rousseau, 1997). De acordo com os Anuários da Distribuição Nielsen, o número absoluto de grandes supermercados registou um aumento notável, passando de 143 estabelecimentos, em 1995, para 517, em 2015, representando um aumento da importância deste formato no total de estabelecimentos de 0,4 para 3,6%, entre 1995 e 2015. Ainda assim, no mesmo período, o conceito de dominante alimentar que mais se destacou pelo seu ritmo de aberturas foi o pequeno supermercado, que mais do que duplicou o número de pontos de venda, contabilizando, em 2015, mais de 1.300 estabelecimentos. Entre 1995 e 2015, os pequenos supermercados registaram um aumento da proporção relativa no total de estabelecimentos, transitando de 1,9 para 9,3%. Ao nível do número de pontos de venda, no período em análise, importa ainda referir a ascensão protagonizada pelo formato livre-serviço. Em 1981, com pouco mais de 1.200 estabelecimentos (3,2%), este formato contabilizava, em 2015, mais de 3.200 pontos de venda, representando 22,8% dos estabelecimentos alimentares existentes nesse ano. O comportamento evolutivo observado por este formato não pode estar dissociado da entrada no mercado de novos atores e, sobretudo, da reconversão de algumas mercearias e puros-alimentares em minimercados, que introduziram nas suas operações logísticas e de venda o livre-serviço, respondendo, deste modo, à concorrência protagonizada pelas grandes superfícies alimentares. Esta evidência é ainda ilustrada pela diminuição abrupta, entre 1976 e 2015, do número de estabelecimentos alimentares tradicionais, onde se integram as mercearias e os puros-alimentares.

venda entre 50 e 400m², excluindo lojas pertencentes a cadeias de distribuição. As mercearias são lojas que apresentam o mesmo sortido que os livres-serviços, porém com atendimento ao balcão, incluindo livres-serviços com uma área de venda ≤ 50m². Os puros-alimentares são lojas que comercializam apenas produtos alimentares para consumo fora do estabelecimento, onde se incluem, por exemplo, os talhos, as peixarias, as leitarias, as charcutarias ou as confeitarias (AC Nielsen, 2016; Pratas & Brito, 2019).

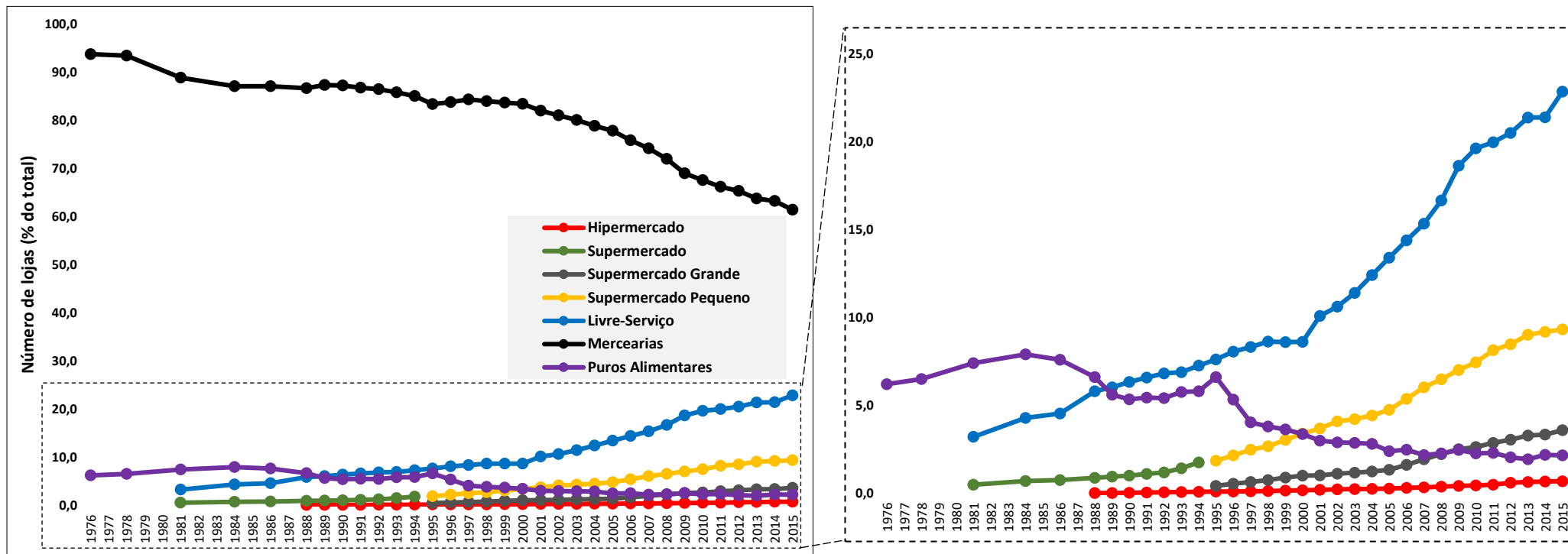


Figura 6.17: Índice Nielsen Alimentar - evolução do número de lojas de retalho alimentar em Portugal Continental (1976-2015)

Fonte: AC Nielsen, Anuários da Distribuição Nielsen Food, 1990, 2003, 2016

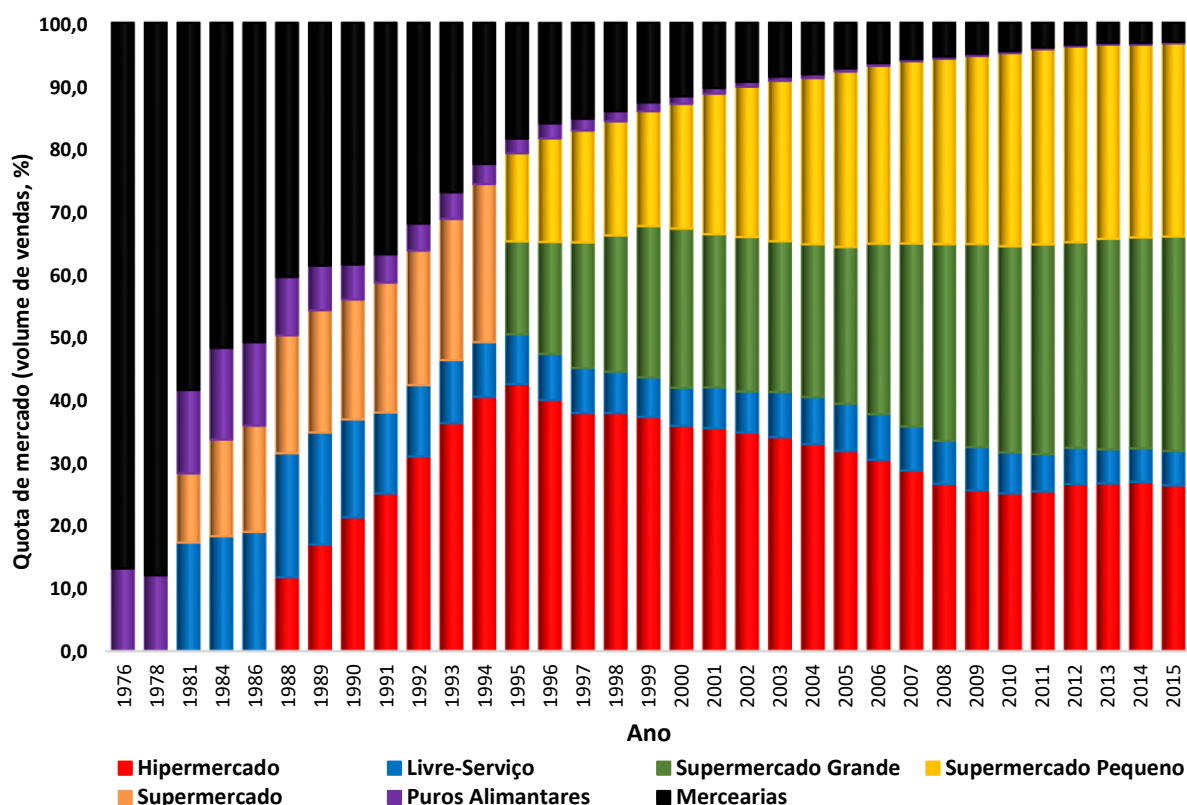


Figura 6.18: Índice Nielsen Alimentar - evolução da quota de mercado de lojas de retalho alimentar em Portugal Continental (1976-2015)

Fonte: AC Nielsen, Anuários da Distribuição Nielsen Food, 1990, 2003, 2016

Do ponto de vista do volume de vendas, a redução das quotas de mercado dos estabelecimentos alimentares do segmento retalhista independente foi particularmente evidente com a entrada no mercado das grandes superfícies, num primeiro momento através dos supermercados e, a partir da segunda metade dos anos 1980, também com os hipermercados. A perda de importância das mercearias e dos puros-alimentares, particularmente das primeiras, que, em 1976, detinham cerca de 86,9% do volume total de vendas, foi acompanhada pela sucessiva redução do número de pontos de venda deste formato. Por exemplo, em 1986, a quota de mercado conjunta das mercearias e dos puros-alimentares correspondia a 64,2% do total de vendas, e, dois anos depois, esse valor reduziu-se para 49,8%. Importa ainda referir que, em 1995, ano em que o volume de vendas dos hipermercados atingiu maior peso, a quota de vendas das mercearias e dos puros-alimentares caiu para menos de 21%, tornando-se residual em 2015, não indo além de 3,3%, mesmo se, em número absoluto de lojas, continuassem a representar mais de 60% dos estabelecimentos alimentares existentes. Apesar da reconversão de alguns desses estabelecimentos em livres-serviços, o que possibilitou o aumento significativo do número de lojas deste conceito, a quota de mercado desse formato não seguiu a mesma tendência, declinando de 19,7, em 1988, para 5,5%, em 2015.

Foi, contudo, com a grande distribuição que a estrutura de vendas do retalho alimentar mais se transformou, particularmente com a aposta das principais cadeias de distribuição no segmento dos hipermercados. Em 1988, com apenas 6 estabelecimentos em atividade, os hipermercados foram responsáveis por 11,7% do total de vendas, valor que se elevou para 42,4%, em 1995, com apenas 35 estabelecimentos. Desde então, apesar do número de aberturas ter aumentado, a quota de mercado em termos de volume de vendas deste formato tem vindo a declinar, representando, em 2005, 31,8 e, em 2012, 26,5% do volume total de vendas, tendo, a partir desse ano, estabilizado em valores semelhantes. Esta evolução traduziu-se, assim, numa diminuição de mais de 16% do volume de vendas dos hipermercados em apenas duas décadas, indiciando a perda de competitividade deste formato que também se refletiu no abrandamento do ritmo de aberturas desde o final da primeira década do novo milénio. Ainda assim, o hipermercado, com as suas grandes superfícies de venda e amplo sortido a preços reduzidos, revelou-se um conceito de enorme sucesso no mercado português, que, apesar de ter vindo a representar apenas 0,2 a 0,7% do total de estabelecimentos, apresentou, no período em análise, um volume de vendas médio de 30,3%. Com a diminuição da quota do volume de vendas dos hipermercados, outros formatos começaram a consolidar a sua posição no mercado, sendo os supermercados, a partir de 1998, aqueles que registaram a maior proporção no volume de vendas. Com apenas 19,5% da quota de mercado em 1989, os supermercados viram crescer o seu volume de vendas para 25,2% em 1994, mantendo uma tendência crescente desde então, atingindo, em 2000, 45,4% da quota de mercado e, em 2015, 65%, com uma ligeira sobrerrepresentação dos grandes supermercados (34,2%) relativamente aos pequenos supermercados (30,8%). Este comportamento parece, por isso, evidenciar o crescente sucesso e competitividade deste formato de dominante alimentar.

As mudanças operadas pelos diferentes formatos de dominante alimentar, seja em termos do número de estabelecimentos, seja em relação ao volume de vendas, são bem elucidativas das transformações que o setor da distribuição alimentar em Portugal tem enfrentado. Tais transformações estão intrinsecamente relacionadas com a transição de um setor operado por retalhistas independentes, dominado por uma oferta liderada por mercearias e puros-alimentares, para outro dominado pela distribuição moderna e liderado pelas cadeias de distribuição, num quadro de crescente internacionalização e concentração do capital da distribuição alimentar. Estas mudanças na estrutura do tecido comercial manifestam-se igualmente no espaço, pelos atributos que caracterizam cada formato e ainda pelas estratégias espaciais mobilizadas pelas cadeias de distribuição, como teremos oportunidade de analisar através do estudo de caso da Sonae MC na AML.

6.2.2. Evolução do tecido retalhista alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

A Sonae MC tem, na sua estratégia de crescimento, privilegiado a localização em áreas metropolitanas, iniciada, no caso de Lisboa, em 1987, com a abertura do primeiro hipermercado no município da Amadora. Dez anos depois, a empresa do grupo detinha, na AML, 10 unidades e, em 2007, eram já 37. Porém, foi mais recentemente, com o redireccionamento do investimento para formatos de menor dimensão, que a representação dos estabelecimentos da Sonae MC na AML mais se acentuou, aumentando de 67 pontos de venda, em 2013, para 152, em 2018.

Apesar disso, o investimento nos diferentes conceitos de retalho alimentar não se fez de igual modo ao longo do tempo, sendo possível distinguir quatro fases que constituem, de certa maneira, inconstâncias temporais na estratégia da Sonae MC (Figura 6.19). A primeira, entre 1987 e 1993, destacou-se pelo investimento no segmento dos hipermercados Continente; a segunda decorreu entre 1994 e 2004 e caracterizou-se pelo alargamento do investimento ao segmento dos supermercados de grande dimensão da insígnia Modelo e, em menor escala, ao segmento dos supermercados de pequena dimensão da insígnia Bom Dia; a terceira fase ocorreu entre 2005 e 2010, na qual o investimento se repartiu pelo segmento dos hipermercados e, sobretudo, pelo segmento dos grandes supermercados da insígnia Modelo; e, por último, a quarta fase, entre 2011 e 2018, caracterizou-se por um investimento particularmente orientado para o segmento dos pequenos supermercados de conveniência da insígnia Bom Dia e para as lojas de proximidade da insígnia Meu Super, exploradas em regime de *franchising*.

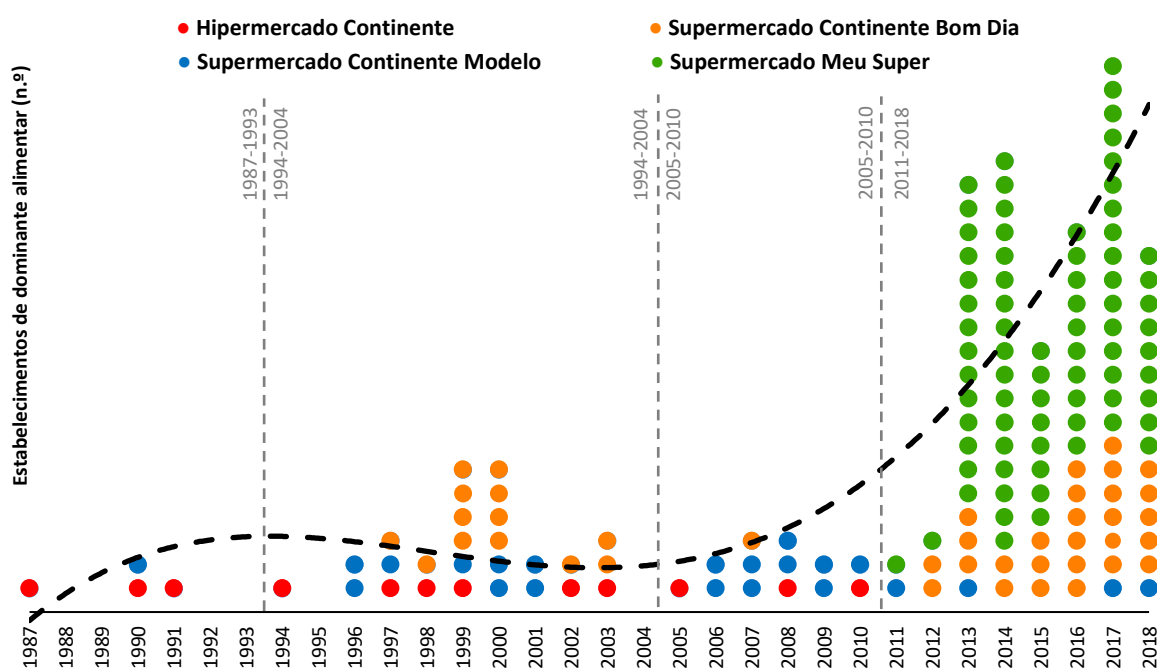


Figura 6.19: evolução do número de estabelecimentos de retalho alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018), com divisão em classes apoiada nas ruturas da distribuição

A Figura 6.20 ilustra graficamente a recomposição do investimento no *portfólio* de distribuição alimentar da Sonae MC na AML entre 1987 e 2018.

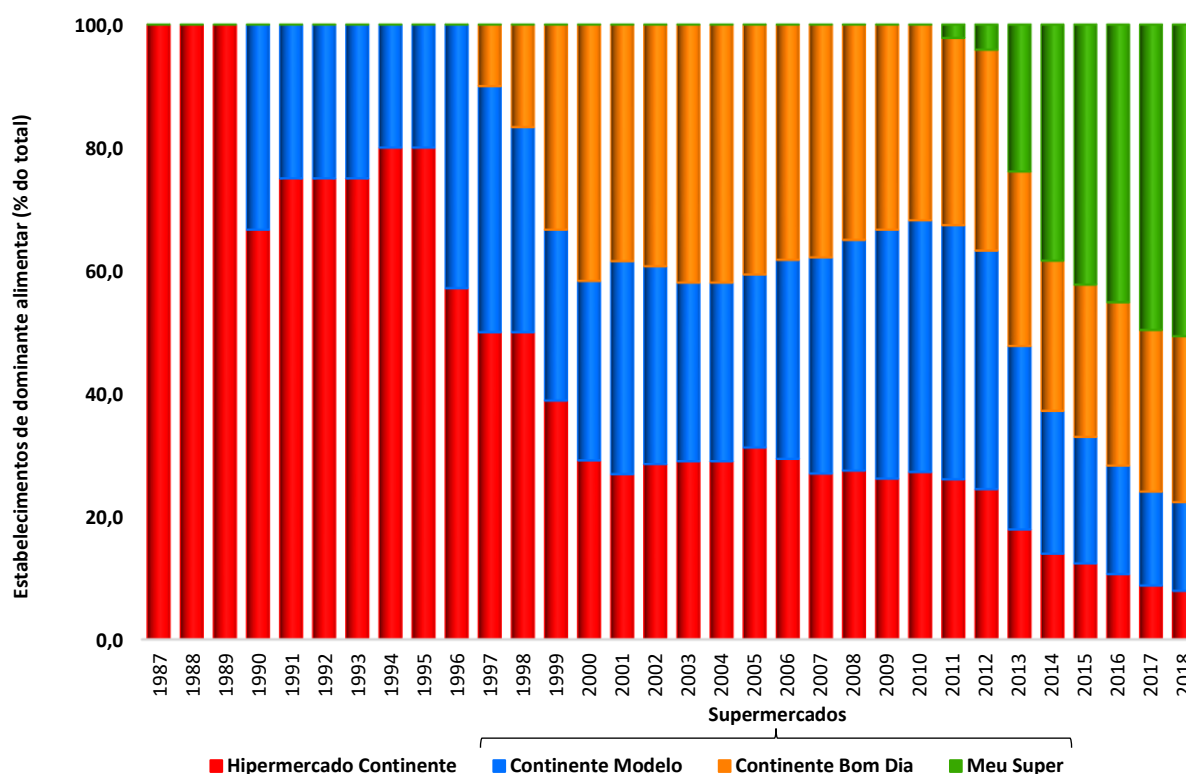


Figura 6.20: evolução do peso dos diferentes formatos de estabelecimentos da Sonae MC na AML (1987-2018)

Como tivemos oportunidade de descrever, a cadeia iniciou a sua atividade na distribuição alimentar com um forte investimento no segmento dos hipermercados da insígnia, então designada, Modelo Continente, resultado de uma *joint venture* com o grupo retalhista francês *Promodès*. A primeira unidade foi inaugurada, em 1987, na Amadora. Ao longo do tempo, o número de hipermercados aumentou, nos anos 1990, para 7, representando, até 1998, metade dos estabelecimentos da Sonae MC a operar na AML. Desde 2000, o ritmo do número de aberturas de hipermercados reduziu-se, passando de 8, em 2002, para 11, em 2009. Este conceito atingiu a sua maior importância, além dos anos 1980, entre 1994 e 1995, representando cerca de 80% do total de estabelecimentos da Sonae MC a operar na AML. Desde então, o peso deste formato tem diminuído drasticamente no *portfólio* de estabelecimentos explorados pela cadeia, representando 31,3%, em 2006, e apenas 7,9%, em 2018.

A insígnia Continente Modelo abrange, atualmente, os grandes supermercados da cadeia. A primeira unidade foi inaugurada em 1990 no Montijo, sendo, então, a terceira loja a operar na AML. Até 1996, a importância relativa dos hipermercados foi preponderante, porém, desde então, registou-se um crescimento significativo do número de grandes supermercados, que ultrapassaram, em 2001,

a posição dos hipermercados. Entre 2006 e 2018, o número de aberturas de estabelecimentos Modelo foi expressivo, passando de 11 para 22 unidades. Apesar disso, considerando as aberturas mais recentes, o seu contributo para a geografia da distribuição alimentar da Sonae MC na AML tem vindo a reduzir-se. Se, em 1996, os supermercados Modelo chegaram a representar 42,9% das lojas, o desinvestimento neste formato por parte da cadeia de distribuição é por demais evidente desde 2013, fazendo com que, em 2018, a sua representação na quota do universo de estabelecimentos da Sonae MC a operar na AML não fosse além de 14,5%.

Por último, importa analisar a evolução registada pelos formatos de menor dimensão: os supermercados de conveniência Bom Dia e as lojas de proximidade Meu Super. Em 1997, é inaugurado o primeiro Continente Bom Dia, em Entrecampos, em Lisboa. Num período de 20 anos, entre 1997 e 2018, este formato registou mais de 40 aberturas, sendo, porém, entre 2014 e 2018, o período em que se registou o maior crescimento dessa insígnia, tendo duplicado o número de unidades, passando de 21 para 41 pontos de venda, evidenciando um investimento acelerado nesta insígnia nos últimos 5 anos. Em número de unidades, este formato ultrapassou a quota dos grandes supermercados, de forma mais consolidada, a partir de 2014, momento em que o número de pontos de venda da insígnia Continente Bom Dia ultrapassou o da insígnia Continente Modelo. Tendo em consideração as aberturas de novas unidades entre 2016 e 2018, parece ser evidente que este formato tem estabilizado a sua preponderância relativa, rondando 27% dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC a operar na AML. Finalmente, nos últimos anos, além da insígnia Continente Bom Dia, o principal protagonista da estratégia de crescimento da cadeia tem sido, sem dúvida, as lojas de proximidade Meu Super. Com apenas 1 estabelecimento a operar em 2011, o número de pontos de venda atingiu as 33 unidades, em 2013, e, em 2018, totalizava 77 estabelecimentos. Em sete anos, as lojas de proximidade da insígnia Meu Super tornaram-se, assim, no formato mais figurativo da cadeia, representando mais de 42% dos estabelecimentos de retalho alimentar da Sonae MC a operar na AML. Naturalmente, sendo estabelecimentos com uma pequena superfície de venda, explorados em regime de *franchising*, os pequenos supermercados Meu Super são menos exigentes ao nível do investimento e de espaço e isso explica, em grande medida, o seu rápido crescimento e difusão na AML. No entanto, a deslocação do investimento na distribuição alimentar da Sonae MC para este formato de dominante alimentar não pode estar também dissociada da relativa saturação dos segmentos de mercado veiculados pelos hipermercados e pelos grandes supermercados.

Em síntese, a análise da Figura 6.20 clarifica que, para se manter competitiva no mercado da distribuição alimentar, na AML, a cadeia Sonae MC necessitou de, ao longo do tempo, diversificar o seu *portfólio* de estabelecimentos de dominante alimentar, acrescentando à oferta então existente novos conceitos e formatos orientados para distintos perfis de consumidores. Se, numa primeira fase,

os hipermercados lideraram a oferta de retalho alimentar da Sonae MC na AML, mais recentemente, parecem ser a proximidade e a conveniência a influenciar a estratégia de investimento da cadeia de distribuição, protagonizada pelos pequenos supermercados Bom Dia e Meu Super. É precisamente esta questão que iremos explorar nas subsecções seguintes.

6.2.3. Transições espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

Após a análise da evolução temporal da composição do *portfólio* de dominante alimentar da Sonae MC, onde identificamos as irregularidades temporais do investimento da cadeia de distribuição, importa agora compreender a expressão espacial dessa mesma evolução através da representação cartográfica das estratégias espaciais descritas pelas diferentes insígnias exploradas pela cadeia de distribuição na AML, de acordo com as fases identificadas e descritas, em grandes linhas, na subsecção anterior (Figuras 6.21 a 6.24).

6.2.3.1. Dinâmicas da geografia da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

Como já tivemos oportunidade de referir, a Sonae MC iniciou a sua atividade no mercado da distribuição alimentar português através de uma parceria com o grupo retalhista francês *Promodès*. Esta parceria iniciou-se, no contexto da AML, em 1987, com a inauguração do primeiro hipermercado Continente, no município da Amadora. Assim, a primeira fase de crescimento da cadeia, na qual integramos os primeiros sete anos, caracterizou-se pelo investimento no segmento dos hipermercados, que se localizaram, num primeiro momento, nas áreas pericentrais e da primeira coroa suburbana. Durante este primeiro período, foi ainda inaugurado, em 1990, o primeiro grande supermercado Continente Modelo, na margem sul, nas imediações da cidade do Montijo (Figura 6.21).

A segunda fase, entre 1994 e 2004, ficou caracterizada, simultaneamente, pela difusão espacial dos formatos de mercado já existentes e ainda pelo investimento em novos conceitos de dominante alimentar. Relativamente aos formatos existentes, os hipermercados, além de consolidarem a sua presença na primeira coroa suburbana da margem norte, beneficiando, como teremos oportunidade de analisar, da proximidade às principais vias rodoviárias estruturantes, ou nas áreas pericentrais da cidade de Lisboa, servindo, neste caso, de âncora a centros comerciais de influência regional (Colombo e Vasco da Gama), conquistam também novos territórios na margem sul da área metropolitana, com especial destaque para os municípios do Seixal e do Montijo. O segmento dos grandes supermercados Modelo registaram, entre 1994 e 2004, uma expansão espacial

significativa, ocupando áreas progressivamente mais distantes da cidade-centro, como ilustram, entre 1996 e 1999, as aberturas, na margem norte, na Tapada das Mercês, em Mafra, em Vila Franca de Xira e no Lourel, e ainda a inauguração, entre 2000 e 2001, de novas unidades na margem sul, nomeadamente no Barreiro, na Quinta do Conde, no Pinhal Novo e na Moita. Em relação aos novos conceitos de dominante alimentar, iniciou-se a exploração de um novo segmento de mercado, veiculado pelos pequenos supermercados de conveniência Bom Dia. Entre 1997 e 2002, destacou-se a inauguração de 13 estabelecimentos desta insígnia, que se localizaram, sobretudo, na cidade de Lisboa (Entrecampos, Lumiar, Santa Isabel, São Jorge de Arroios e Benfica) e nas áreas da primeira coroa suburbana (Barreiro, Oeiras, Loures e no eixo Amadora-Queluz).

A terceira fase, consolidada entre 2005 e 2010, caracterizou-se, essencialmente, pela consolidação da rede de hipermercados Continente, com novas inaugurações localizadas em Loures (2005), em Mafra (2008) e no Barreiro (2010), e pela expansão da rede de supermercados da insígnia Modelo, que registou 9 novas aberturas, exclusivamente localizadas na margem norte do sistema metropolitano (Odivelas, Alverca, São João da Talha, Mem Martins e Montelavar). Além destes formatos, a Sonae MC inaugurou ainda uma nova unidade da insígnia Bom Dia em Algés. Os estabelecimentos inaugurados neste período consolidaram os padrões espaciais, reproduziram as tendências evidenciadas nas fases anteriores e exploraram áreas deficientemente cobertas pelas unidades da cadeia de distribuição até então existentes na AML.

Finalmente, o período entre 2011 e 2018 representou uma verdadeira revolução na estratégia de expansão da cadeia de distribuição, podendo-se identificar três tendências pesadas: total ausência de novas aberturas no segmento dos hipermercados; crescimento anémico do número de inaugurações de grandes supermercados da insígnia Modelo; e forte investimento em segmentos de menor dimensão, ilustrado pelo elevado número de aberturas de supermercados Bom Dia e Meu Super. Para o registo destas tendências contribuíram vários fatores. Em primeiro lugar, o desinvestimento nos segmentos dos hipermercados e dos supermercados de grande dimensão prende-se com a saturação do mercado, seja devido à rede de estabelecimentos explorada pela Sonae MC, seja pela implantação de unidades que são exploradas por outras cadeias de distribuição alimentar concorrentes, designadamente os grupos Auchan ou Jerónimo Martins. Esta saturação pode explicar que, nestes formatos, apenas se tenham registado quatro novas aberturas entre 2011 e 2018, uma no município de Cascais, em São Domingos de Rana, outra no município de Sintra, em Rio de Mouro, e duas unidades no município de Lisboa. Em segundo lugar, com a saturação dos modelos de abastecimento liderados pelos formatos de mercado de grande dimensão, a Sonae MC tem vindo a orientar a sua estratégia de crescimento para os formatos de menor dimensão, explorados pelas insígnias Bom Dia e Meu Super. Esta estratégia permite explicar a consolidação da cobertura territorial

das redes de supermercados de conveniência Bom Dia, quer na cidade de Lisboa, quer no espaço suburbano mais imediato das duas margens da área metropolitana, e a configuração de uma nova rede de pequenas lojas de proximidade, exploradas em regime de *franchising*, que se tende a concentrar espacialmente no município de Lisboa⁴⁷, também em áreas não cobertas por outros formatos explorados pela Sonae MC, e, ainda, nos municípios da primeira coroa suburbana, designadamente Amadora, Sintra, Cascais e Almada.

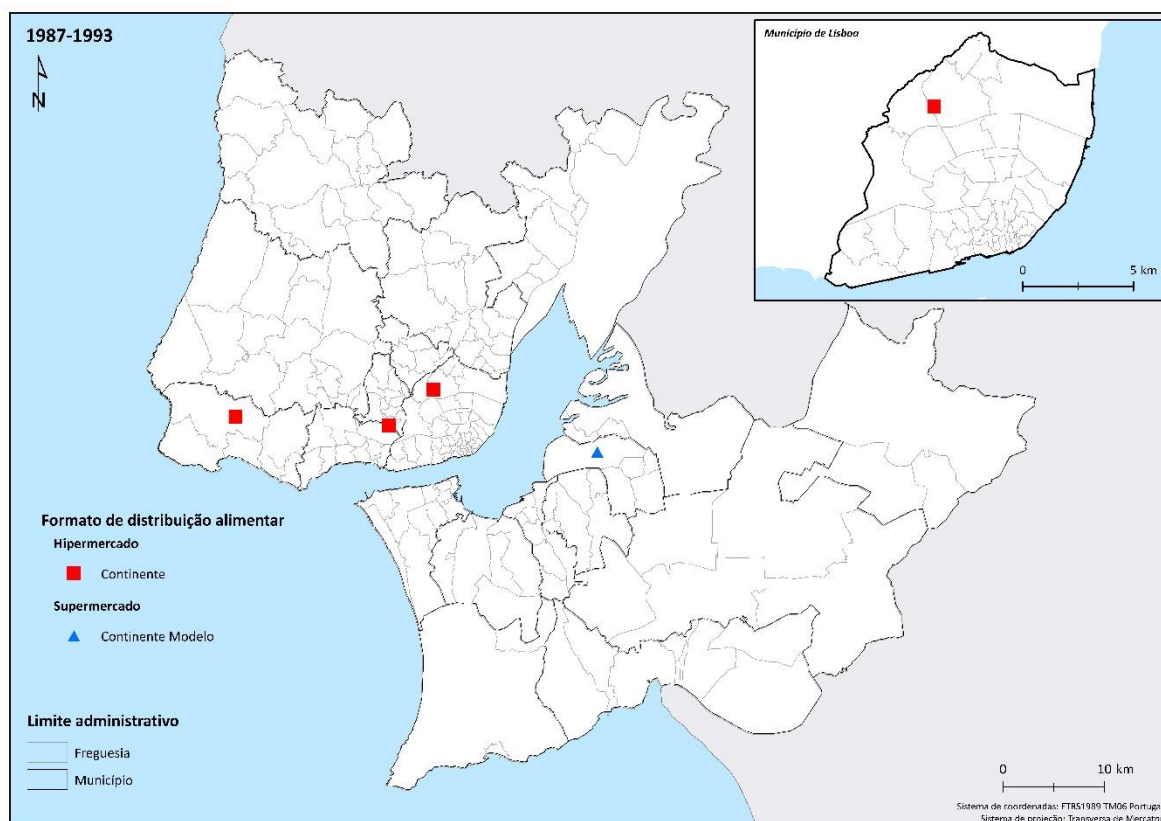


Figura 6.21: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-1993)

⁴⁷ Entre 2011 e 2018, 31,2% das aberturas de supermercados Meu Super localizaram-se na cidade de Lisboa.

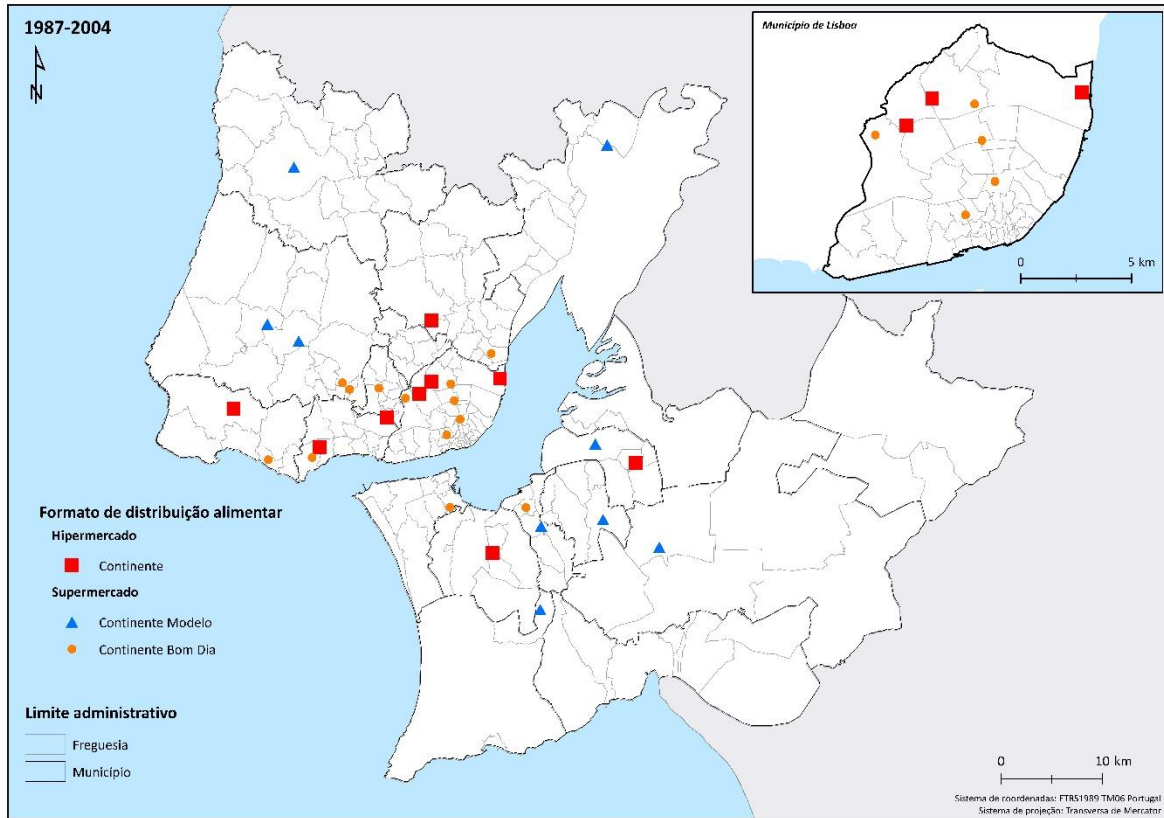


Figura 6.22: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2004)

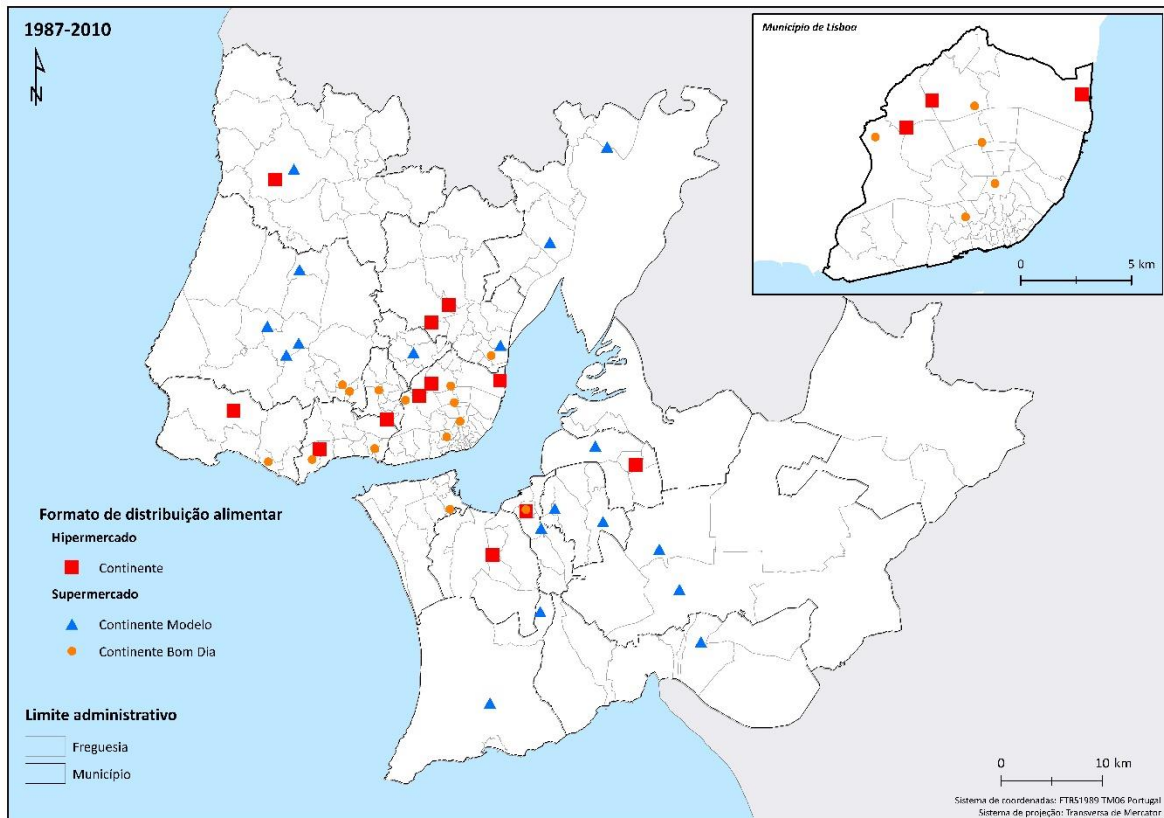


Figura 6.23: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2010)

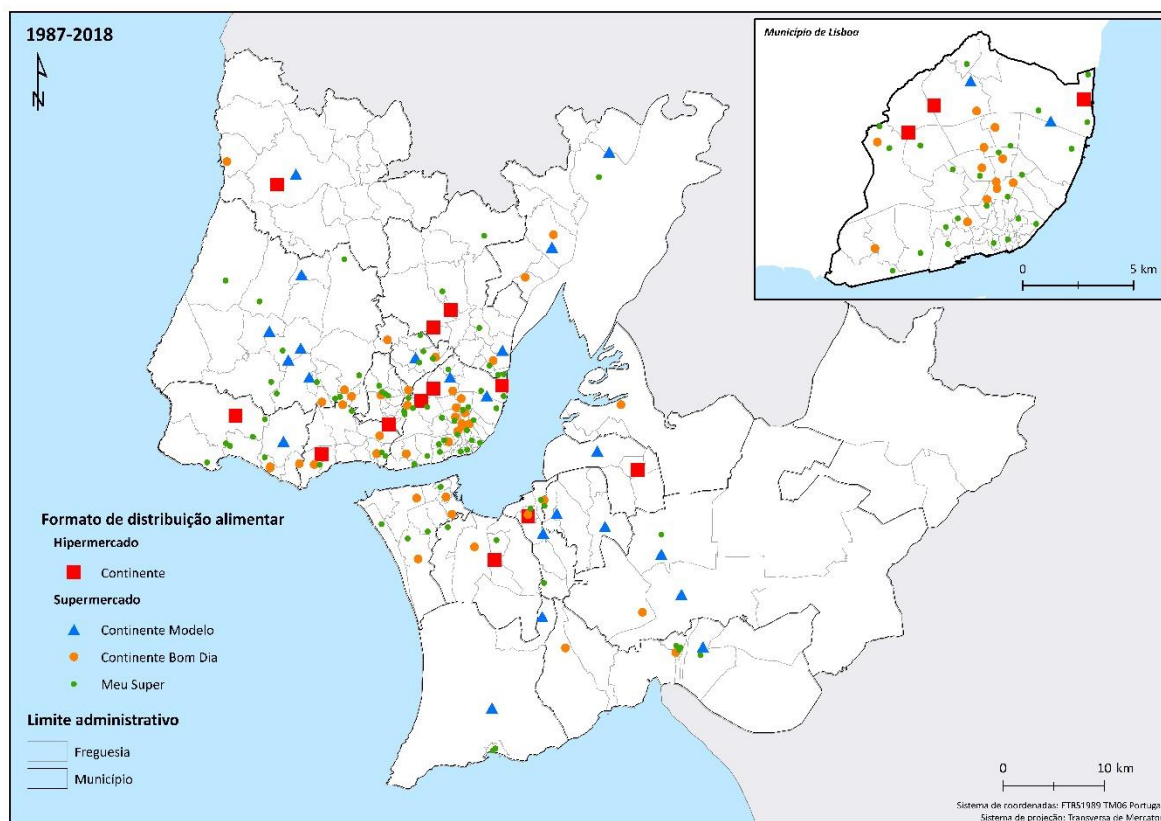


Figura 6.24: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018)

6.2.3.2. Estratégias espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

A geografia da distribuição alimentar da Sonae MC permitiu sistematizar as principais tendências da recomposição espacial da oferta na AML nas últimas décadas. Porém, a construção de métricas de distribuição espacial, como as medidas de centralidade e as elipses de distribuição (SDE), permitem-nos analisar e discutir as mudanças espaço-temporais da distribuição alimentar, identificando tendências de centralização e de descentralização espacial⁴⁸.

No contexto metropolitano, entre 1987 e 2018, o padrão da distribuição alimentar da Sonae MC afigurou-se inconstante, apresentando múltiplas transições espaciais e temporais. Observando o comportamento espacial de todos os segmentos de dominante alimentar explorados pela cadeia, numa análise geral, registou-se, nos momentos iniciais, uma tendência de descentralização que, num último momento, se inverteu, aproximando-se da área central do sistema metropolitano. Mais especificamente, entre 1987 e 1993, o ponto mais central do investimento foi representado pelo

⁴⁸ Recordamos que a construção destas métricas resulta dos estabelecimentos geocodificados. Assim, em determinados períodos, não foi possível espacializar as SDE, uma vez que a construção desta medida implica que existam, num certo período de análise, pelo menos, três unidades em funcionamento ou inauguradas.

hipermercado Continente da Amadora. Entre 1994 e 2004, o ponto central moveu-se para as freguesias pericentrais da cidade de Lisboa, coincidindo com a localização do Centro Comercial Colombo. O terceiro período, entre 2005 e 2010, configurou a magnitude máxima do processo de descentralização do investimento, com uma inflexão para áreas progressivamente mais distantes das áreas centrais, localizando-se o ponto mais central nas Colinas do Cruzeiro, em Odivelas. Finalmente, entre 2011 e 2018, inverteram-se as tendências de descentralização até então verificadas, tendo o ponto central estado localizado em áreas mais próximas das áreas centrais, em Lisboa. Este padrão espacial resultou do número de inaugurações registadas em cada período, verificando-se que, nos três primeiros momentos, os formatos foram inaugurados predominantemente em áreas da primeira coroa suburbana ou nas áreas pericentrais da cidade-centro seguido de uma expansão espacial da oferta para territórios ainda mais distantes. Num último momento, observou-se uma clara aproximação da estratégia espacial da Sonae MC às áreas centrais do sistema metropolitano, uma vez que aí se têm vindo a localizar grande parte das novas aberturas (Figura 6.25A).

Porém, não é consequente que o investimento não cumulativo, isto é, considerando apenas as inaugurações por cada período, coincida com o investimento cumulativo da cadeia de distribuição, considerando as inaugurações desde o primeiro ano. Ainda assim, neste caso, o padrão espacial não se alterou profundamente, não se tendo verificado, contudo, um padrão de descentralização tão acentuado entre 1987 e 2010. Entre 1987 e 1993 e entre 1987 e 2004, o padrão espacial do investimento manteve-se localizado nas áreas da primeira coroa suburbana e pericentrais de Lisboa, respetivamente. Porém, se entre 2005 e 2010, o investimento ocorreu sobretudo nas áreas periféricas da AML Norte, se considerarmos o investimento acumulado entre 1987 e 2010, o ponto central manteve-se numa localização pericentral. Por outro lado, o investimento acumulado entre 1987 e 2018 traduziu, igualmente, uma tendência espacial de aproximação às áreas centrais, revelando que, na estratégia global da empresa, se observou um investimento em estabelecimentos que tenderam a localizar-se predominantemente na cidade-centro, invertendo um ciclo de investimento em formatos implantados em localizações periféricas (Figura 6.25B).

A análise detalhada da geometria espacial descrita deve considerar as inconstâncias espaço-temporais do investimento da cadeia Sonae MC em determinados segmentos da distribuição alimentar, pelo que a determinação de medidas de centralidade e das SDE se revelaram métricas espaciais importantes para compreender a evolução e a distribuição de cada formato. Fortes tendências de concentração resultariam em elipses circunscritas em torno dos respetivos centroides, com pequeno raio e com forma tendencialmente circular. Porém, analisando a morfologia das SDE obtidas, verificou-se que, nos formatos dos hipermercados Continente e dos supermercados Modelo, em geral, as formas obtidas diferiram dessa tendência, indiciando um padrão de distribuição disperso, decorrente de SDE com formas especialmente oblongadas. Nos formatos de proximidade, quer na insígnia Bom Dia quer na insígnia Meu Super, as formas das SDE cartografaram uma geometria com

um padrão menos oblongado e tendencialmente mais concêntrico, o que indicia que a dispersão existente não apresentou uma magnitude tão significativa comparativamente com os segmentos dos hipermercados e dos grandes supermercados (Figuras 6.26 a 6.29).

Contudo, os diferentes formatos de distribuição alimentar apresentaram geometrias espaciais com variações temporais. Em primeiro lugar, os hipermercados Continente registaram, ao longo do tempo, tendências de descentralização progressivamente maiores, decorrentes de SDE com crescentes distensões espaciais, particularmente visível no raio da SDE no último período, e com a evolução ultraperiférica dos pontos centrais. Num primeiro momento, entre 1987 e 1993, a distribuição dos hipermercados concentrou-se no eixo Lisboa-Amadora-Cascais, onde se localizavam os três hipermercados da Sonae MC a operar na AML. Entre 1994 e 2004, a distribuição dos hipermercados expandiu-se periféricamente, tendo sido inaugurados dois hipermercados em áreas pericentrais e quatro hipermercados em áreas da primeira coroa suburbana, nomeadamente nos municípios de Oeiras e de Loures e, na margem sul, nos municípios do Montijo e do Seixal, inaugurações que contribuíram para que a forma da SDE se tornasse mais oblongada. A distensão espacial deste formato de estabelecimentos atingiu a sua maior magnitude entre 2005 e 2010, sugerindo que a expansão ocorreu segundo um modelo de dispersão tendencialmente axial, e não segundo um padrão concêntrico, para o qual contribuíram as aberturas em áreas periféricas dos hipermercados de Mafra e de Loures e, na margem sul, do Barreiro (Figura 6.26A). Considerando o investimento acumulado no segmento dos hipermercados, a tendência de periferação registou magnitudes crescentes, uma vez que as SDE transitaram, num primeiro momento, de formas mais longilíneas com uma orientação oeste-leste para um padrão onde as dinâmicas de descentralização e distensão espaciais se intensificaram com uma orientação sudeste-noroeste. Este processo não se afigurou ainda mais disperso devido à fraca presença de hipermercados em áreas distantes na margem sul, o que contribuiu, sobretudo, para o avanço do eixo maior em direção a noroeste, comparativamente com o período 1987 e 2004 (Figura 6.26B).

Ainda assim, comparativamente com os hipermercados Continente, os supermercados Modelo foram, de todos os formatos de dominante alimentar, aqueles que registaram um padrão espacial superlativamente disperso, apesar de, num último período, essa tendência se ter invertido. Esta constatação foi observável através da evolução do posicionamento dos pontos centrais que, primeiro, entre 1987 e 1993 e entre 1994 e 2004, se localizaram na margem sul, no Montijo e no Barreiro, respetivamente. Porém, numa segunda fase, as inaugurações entre 2005 e 2010 contribuíram para a inflexão do ponto central para o município de Loures, uma vez que a totalidade de inaugurações ocorreram na margem norte da AML. Notavelmente, o padrão espacial descrito pelos supermercados Modelo, entre 2011 e 2018, transformou-se, uma vez que o ponto central do investimento nesse período se localizou, pela primeira vez, no município de Lisboa. De facto, as SDE comprovaram igualmente essa tendência de distribuição espacial, tendo-se observado, entre 1987 e

2010, formas especialmente alongadas, o que confirma que o processo de distribuição assumiu um padrão mais distenso no espaço e ao longo dos principais eixos estruturantes. Este modelo de dispersão decorreu, entre 1987 e 2010, da localização dos supermercados Modelo em áreas periféricas da primeira coroa suburbana, como no Montijo, em Loures e em Odivelas, mas especialmente em áreas da segunda coroa suburbana e periurbana, com particular destaque para os supermercados localizados em Sintra, em Mafra e em Vila Franca de Xira, na margem norte, e nos municípios de Palmela, de Setúbal e de Sesimbra, na margem sul. Contudo, entre 2011 e 2018, a SDE registou um basculamento espacial que resultou de inaugurações que ocorreram, sobretudo, na cidade-centro e que se estenderam para ocidente, transformando a morfologia da SDE mais oblongada numa configuração mais longilínea com um raio significativamente menor. Esse basculamento permitiu inferir a existência de baixas comunalidades entre as variâncias espaciais entre 1987 e 2010 com o período 2011 e 2018 (Figura 6.27A). Analisando o investimento acumulado desta insígnia, observou-se que os supermercados Modelo assumiram um padrão espacial particularmente disperso no contexto metropolitano, localizando-se em áreas distensas relativamente à cidade-centro. Ainda assim, as SDE, apesar de se manterem especialmente oblongadas, uma vez que englobam todos os estabelecimentos existentes, registaram uma minimização na magnitude de dispersão espacial nos últimos anos, particularmente entre 1987 e 2018, resultado do impacto das inaugurações entre 2011 e 2018, mais concentradas espacialmente (Figura 6.27B).

Com uma polaridade inversa aos formatos anteriormente descritos, a estratégia espacial dos supermercados de conveniência Bom Dia mapeou uma realidade distinta. Neste formato, a localização central registou-se, entre 1987 e 2018, no interior da cidade de Lisboa ou nas áreas imediatamente envolventes. Numa análise geral, a localização do ponto central desta insígnia contribuiu para que, no contexto metropolitano, entre 1994 e 2004, a distensão espacial da distribuição alimentar da cadeia Sonae MC não tenha sido tão acentuada quanto no período subsequente. Entre 1994 e 2004, foram inaugurados 13 supermercados desta insígnia, sendo que o investimento central se localizou em Benfica, tendo-se deslocado para Algés, entre 2005 e 2010, devido à única abertura ocorrida nesse período. Mais recentemente, entre 2011 e 2018, o ponto central sofreu um desvio para o supermercado Bom Dia da Avenida Duque de Loulé, localizado numa das freguesias centrais da cidade-centro. A leitura desta tendência espacial deve ser complementada pelas diferenças no tamanho e na forma das SDE. No caso dos supermercados Bom Dia, o tamanho da SDE configurou uma forma substancialmente menor comparativamente com os formatos descritos anteriormente, sobretudo entre 1994 e 2004. Esta geometria espacial permitiu inferir que esta insígnia se distribuiu de forma menos dispersa no espaço, descrevendo uma tendência de concentração espacial deste formato nas áreas centrais e na sua envolvente (Figura 6.28A). Considerando que entre 2005 e 2010 apenas foi inaugurado um estabelecimento desta insígnia, o comportamento espacial acumulado deste formato não se alterou, mantendo-se uma elipse com uma orientação oeste-leste e com uma

forma relativamente concêntrica que abrangeu os municípios de Lisboa e, em menor proporção, o eixo Amadora-Oeiras, sugerindo uma fraca dispersão espacial deste formato (Figura 6.28B). Porém, entre 2011 e 2018, a tendência de distribuição assumiu uma forma mais oblonga de orientação sudeste-noroeste para áreas progressivamente mais periféricas, com a abertura de 27 novos estabelecimentos da insígnia Bom Dia. Nesse período, apesar de se ter mantido uma proporção significativa de pontos de venda inaugurados na cidade-centro, a SDE sugere que este formato se distendeu espacialmente, avançando para os municípios da primeira coroa suburbana, designadamente Odivelas, na margem norte, e Almada, Seixal, Alcochete e Moita, na margem sul. Registaram-se ainda, embora com menor proporção relativa, algumas aberturas de unidades Bom Dia em áreas da segunda coroa suburbana e periurbanas, nos municípios de Vila Franca de Xira e de Mafra, na margem norte, e de Palmela e de Setúbal, na margem sul. Esta configuração espacial contribuiu para a deslocalização do ponto central para áreas localizadas na cidade-centro, aventando-se ainda como explicação, além das inaugurações verificadas na cidade-centro entre 2011 e 2018, o peso das inaugurações que ocorreram em áreas mais distantes da margem sul nesse período (Figura 6.28A). Analogamente, se atendermos ao padrão acumulado da insígnia Bom Dia, o retrato espacial manteve-se. Num primeiro momento, entre 1987 e 2010, os supermercados Bom Dia tenderam a seguir um padrão relativamente concêntrico e de fraca dispersão. Porém, num segundo momento, a SDE assumiu uma forma mais oblongada, indiciando uma tendência para a dispersão espacial, embora, cumulativamente, entre 1987 e 2018, a forma alongada da SDE não tenha sido tão expressiva comparativamente com o período entre 2011 e 2018, permitindo concluir que este formato se tendeu a localizar predominante na cidade-centro, entre 1987 e 2010, ou nas áreas imediatamente na sua envolvente, tendência que se consolidou a partir de 2011 (Figura 7.28B).

Finalmente, os supermercados de proximidade, em regime de *franchising*, Meu Super apresentaram um padrão espacial semelhante ao descrito pela insígnia Bom Dia, indiciando estratégias e lógicas espaciais complementares. O posicionamento do ponto central deste formato localizou-se no estabelecimento da Avenida Columbano Bordalo Pinheiro, numa das freguesias da cidade-centro. Numa primeira análise, como referimos, a SDE apresentou uma forma e tamanho que se coadunam com um fenómeno relativamente disperso em torno das áreas localizadas na primeira coroa suburbana, particularmente nos municípios da Amadora, de Odivelas, de Loures e de Almada, embora o processo de distribuição esteja centrado no município de Lisboa (Figura 6.29). Porém, se compararmos as métricas de distribuição espacial dos distintos formatos, particularmente dos hipermercados Continente ou dos supermercados Modelo, o padrão e a morfologia espaciais dos supermercados Meu Super afiguram-se mais concêntricos e com tendências espaciais que se localizaram no centro metropolitano.

Assim, após um período de descentralização entre 1987 e 1993, justificado pela distribuição espacial periférica dos hipermercados, cuja amplitude se reforçou entre 2005 e 2010, devido ao

investimento significativo no formato dos hipermercados Continente e dos supermercados Modelo localizados em áreas progressiva e espacialmente mais distensas, mais recentemente o investimento em formatos de menor dimensão contribuiu para uma reversão dessa morfologia espacial que, entre 1994 e 2004, não foi mais expressiva devido às inaugurações da insígnia Bom Dia que se localizaram nas áreas centrais ou imediatamente na sua envolvente. Este padrão de distribuição espacial, predominantemente periférico, foi totalmente revertido entre 2011 e 2018. Neste período registou-se um investimento evidente nas insígnias Bom Dia e Meu Super, em resultado da saturação do modelo de abastecimento liderado pelos segmentos dos hipermercados e dos grandes supermercados, materializando-se num declínio significativo do número de inaugurações desses formatos no espaço metropolitano.

Considerando que a AML comporta duas margens e a cidade-centro se localiza inteiramente numa delas, na análise das dinâmicas centro-periferia, pareceu-nos adequado complementar o estudo das estratégias espaciais dos estabelecimentos considerando apenas a margem norte, na qual se situa a cidade de Lisboa. Esta opção pode ajudar-nos a compreender melhor as relações entre o desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na AML, nomeadamente através da análise da evolução do posicionamento dos pontos centrais e da forma e do tamanho das SDE do tecido comercial explorado pela cadeia de distribuição.

Observando o comportamento espacial de todos os formatos de dominante alimentar na AML Norte, numa leitura geral, registou-se uma tendência de descentralização que, à semelhança do contexto metropolitano, num último período, se aproximou do limite da cidade-centro. Mais especificamente, entre 1987 e 1993, o ponto mais central localizou-se no hipermercado Continente da Amadora, tal como no contexto metropolitano. Esta localização deveu-se ao facto da introdução do segmento dos hipermercados ter sido iniciada na AML Norte. Entre 1994 e 2004, o ponto central registou um desvio, sobrepondo-se ao limite administrativo da cidade-centro, na freguesia de Benfica. O terceiro período esboçou uma tendência de periferização superlativa do investimento da cadeia de distribuição, com o ponto central a localizar-se no município de Odivelas. Finalmente, entre 2011 e 2018, o ponto central do investimento indicou uma propensão para a reversão dessa tendência de descentralização, uma vez que foi nesse período que o ponto central, na AML Norte, mais se aproximou das freguesias centrais da cidade-centro (Figura 6.30A).

Contudo, se analisarmos as tendências cumulativas do investimento, verificamos que o padrão espacial apresentou uma geometria distinta, sendo, porém, observáveis as tendências de descentralização e de aproximação às áreas centrais. Entre 1987 e 1993, contrariamente ao contexto metropolitano, e entre 1987 e 2010, o investimento acumulado coincidiu com localizações periféricas no município da Amadora. Por outro lado, o período entre 1987 e 2004, momento em que as inaugurações se aproximaram de localizações pericentrais, deve ser interpretado considerando, por

um lado, o investimento realizado em múltiplos formatos de dominante alimentar, especialmente na insígnia Bom Dia, e, por outro lado, com atributos de implantação espacial distintos, indiciando o peso das aberturas na cidade-centro e na cintura periférica, situação igualmente descrita com maior intensidade pelo posicionamento do ponto central entre 1987 e 2018, que substituiu a estrutura descentralizada cartografada até então (Figura 6.30B).

Na AML Norte, os diferentes formatos de estabelecimentos apresentaram geometrias espaciais relativamente semelhantes quando comparadas com o contexto metropolitano (Figuras 6.31 a 6.34). Em primeiro lugar, os hipermercados Continente registaram, no contexto da AML Norte, tendências de descentralização crescentes, particularmente entre 2005 e 2010, momento em que o ponto central se deslocou para o município de Loures, devido à abertura de estabelecimentos desta insígnia em Loures e em Mafra. Porém, num primeiro momento, e uma vez que a abertura de hipermercados ocorreu, entre 1987 e 1993 exclusivamente na AML Norte, o ponto central localizou-se no hipermercado Continente da Amadora e a distribuição deste formato apresentou uma forma longilínea, concentrando-se no eixo Lisboa-Amadora-Cascais. Entre 1994 e 2004, o ponto central localizou-se numa freguesia pericentral da cidade-centro, refletindo a abertura dos hipermercados Continente nos centros comerciais Colombo e Vasco da Gama. Nesse período, a SDE assumiu uma nova orientação e uma forma mais oblongada, abrangendo os municípios de Oeiras e de Loures e, por isso, sugerindo uma maior tendência de dispersão. À semelhança do contexto metropolitano, os hipermercados consolidaram, entre 2005 e 2010, uma tendência de distensão espacial que se situou no eixo Loures-Mafra com a abertura de dois estabelecimentos nessas localidades (Figura 6.31A). Considerando o investimento acumulado deste formato, a tendência de periferização registou magnitudes crescentes, uma vez que as SDE transitaram dos eixos da primeira coroa suburbana para áreas progressivamente mais distantes com eixos igualmente crescentes (Figura 6.31B).

Os supermercados Modelo foram, à semelhança do descrito para o contexto metropolitano, a insígnia que registou o padrão superlativamente mais disperso, apesar de, num último período, essa tendência espacial se ter minimizado. Considerando que as primeiras unidades inauguradas na AML Norte se localizaram na Tapada da Mercês, em Mafra, no Lourel e em Vila Franca de Xira, a forma da SDE, entre 1994 e 2004, revelou uma configuração fortemente oblongada, descrevendo uma distribuição com uma orientação sudoeste-nordeste e que resultou da localização dos estabelecimentos no eixo Sintra-Vila Franca. Porém, entre 2005 e 2010, registou-se um basculamento espacial da SDE que assumiu uma orientação oeste-este e, paralelamente, uma forma menos oblongada e de raio menor, indiciando uma tendência de menor dispersão das inaugurações destes supermercados. Paralelamente, nesse período, observou-se uma crescente aproximação da distribuição às áreas centrais, tal como, além do posicionamento da SDE, ilustra o posicionamento do ponto central, que transitou da Tapada das Mercês, no município de Sintra, para a Arroja, em Odivelas. Também à semelhança do contexto metropolitano, entre 2011 e 2018, a SDE manteve uma orientação

oeste-este e deslocou-se mais para sul, intersectando algumas freguesias da cidade-centro. O novo posicionamento da SDE e do ponto central permitiram confirmar que a estratégia espacial dos supermercados Modelo se transformou, uma vez que metade das inaugurações entre 2011 e 2018 ocorreram no município de Lisboa e as restantes se estenderam para ocidente (Figura 6.32A). Porém, o comportamento espacial acumulado das SDE permitiu concluir que o padrão desta insígnia se afigurou manifestamente disperso, apresentando formas especialmente oblongadas em todos os períodos, o que revela comunalidades elevadas entre as variâncias espaciais ao longo do tempo. Contudo, apesar dessa significância estatística, a intensidade da dispersão espacial reduziu-se ligeiramente entre 1987 e 2018, como sugere a redução do raio das SDE, resultante das inaugurações na cidade-centro ou em áreas localizadas na sua envolvente entre 2011 e 2018 (Figura 6.32B).

Com uma estrutura espacial distinta dos formatos anteriormente descritos, a distribuição dos supermercados Bom Dia e Meu Super, também na AML Norte, revelou uma localização mais central no sistema metropolitano, localizando-se em áreas situadas no interior da cidade de Lisboa ou imediatamente na sua envolvente. Em primeiro lugar, os supermercados Bom Dia, entre 1994 e 2004, localizaram-se nos eixos Lisboa-Oeiras e Amadora-Queluz. O posicionamento do ponto central entre 1994 e 2004 resultou das inaugurações, com igual peso, no centro de Lisboa e também nas áreas da primeira coroa suburbana. Entre 2005 e 2010, como apresentamos anteriormente, apenas foi inaugurado um estabelecimento, o que contribuiu para o desvio do ponto central para Algés. Porém, mais recentemente, entre 2011 e 2018, o ponto central infletiu ligeiramente para norte, localizando-se na freguesia de Alfovelos, na Amadora, desvio justificado pelo peso das aberturas na primeira coroa suburbana e, em menor proporção, no setor nordeste da AML Norte (Figura 6.33A). Porém, no formato dos supermercados Bom Dia, o tamanho da SDE afigurou-se, comparativamente com o investimento acumulado dos demais segmentos, entre 1987 e 2004 e entre 1987 e 2010, visivelmente menor, o que depreende que este formato registou distribuições menos dispersas, particularmente em relação ao período entre 1994 e 2010, quando a tendência espacial da insígnia se concentrou nas áreas centrais ou na sua envolvente mais imediata. Porém, entre 2011 e 2018, apesar da SDE descrever um padrão concêntrico, indiciando, por isso, uma menor dispersão em torno do centroide, e uma forma tendencialmente circular, o número de aberturas foi relativamente homogêneo ao longo dos eixos da SDE, sugerindo que, apesar deste formato manter uma importância significativa nas áreas da cidade-centro, as aberturas neste período se dispersaram mais no espaço, abrangendo localizações na primeira e, com menor importância, na segunda coroa suburbanas. Tais evidências verificaram-se igualmente na leitura acumulada do investimento neste formato. Em primeiro lugar, o ponto central não registou qualquer mutação espacial, indiciando que, apesar do crescente número de aberturas e da sua dilatação espacial, a posição central não se alterou, depreendendo-se que, num contexto geral, a estratégia espacial deste formato se manteve relativamente inalterada. Em segundo lugar, entre 1987 e 2018, as inaugurações descreveram uma forma de SDE muito semelhante à registada entre

2011 e 2018, embora o tamanho, no caso da leitura acumulada, não tenha revelado eixos tão longos, o que permite concluir que a preponderância das aberturas na cidade-centro ou nas áreas imediatamente envolventes contribuíram fortemente para a forma da SDE, cujo raio sofreu um estiramento maior (Figura 6.33B). Por fim, os supermercados de proximidade Meu Super foram, entre todos os formatos, aqueles cujo ponto central do investimento, na AML Norte, se posicionou no interior da cidade-centro. Notavelmente, a SDE esboçou uma forma muito semelhante à dos supermercados da insígnia Bom Dia, embora o tamanho, no caso da SDE do Meu Super, tenha sido ligeiramente menor, evidenciando uma tendência de menor dispersão, além do processo de distribuição destes estabelecimentos ter estado centrado no município de Lisboa. À semelhança do que discutimos para o contexto metropolitano, as métricas espaciais associadas ao ponto central e às elipses de distribuição permitiram concluir que, comparativamente com os formatos de maior dimensão, como os hipermercados Continente ou os supermercados Modelo, o padrão espacial das lojas Meu Super afigurou-se mais concêntrico e com tendências de distribuição que realçaram a preponderância do centro metropolitano na estratégia espacial deste formato (Figura 6.34).

Assim, se compararmos os resultados no conjunto do sistema metropolitano com os da AML Norte, verificamos que as tendências de localização dos estabelecimentos da Sonae MC registaram, entre 1987 e 1993 e entre 2005 e 2010, padrões de periferação substanciais, que decorreram da concentração do investimento, num primeiro momento, no formato dos hipermercados Continente e, numa segunda fase, nos formatos dos hipermercados Continente e também dos supermercados Modelo. Ainda assim, entre 1994 e 2004, apesar de, em ambos os casos, o ponto central se ter deslocado para as freguesias pericentrais, em parte resultado do investimento no segmento dos hipermercados localizados nas áreas pericentrais da cidade-centro, foi registada uma tendência de enfraquecimento nas dinâmicas de descentralização, particularmente explicada pela abertura de alguns supermercados de conveniência da insígnia Bom Dia. Apesar desta evidência, o período entre 2011 e 2018 caracterizou-se, porém, por um elevado investimento em formatos de proximidade e de menor dimensão, concorrendo para o desvio significativo do ponto central para localizações inseridas na cidade-centro, onde estes estabelecimentos se tendem a concentrar com mais significado.

A análise da evolução da localização dos pontos centrais e da morfologia das SDE dos diferentes formatos permitiu concluir que o espaço tem sido, de forma ativa, mobilizado pela cadeia de distribuição de forma diferenciada ao longo do tempo, lançando, em distintos períodos, formatos comerciais que melhor se ajustam à sua estratégia de crescimento na AML. De um modo geral, podem-se distinguir três grandes momentos na estratégia espacial da Sonae MC no espaço metropolitano:

- i. A fase inicial, de entrada no mercado, liderada pelo formato dos hipermercados Continente. Estes estabelecimentos localizaram-se em áreas pericentrais e periféricas e descreveram, ao longo do tempo, um padrão de distribuição progressivamente mais distenso no espaço, uma

vez que o ponto central da distribuição dos estabelecimentos da insígnia Continente se desviou para territórios progressivamente mais distantes das áreas centrais.

- ii. A fase intermédia foi liderada, sobretudo, pelos supermercados de grande dimensão da insígnia Modelo, em complementaridade com os hipermercados Continente. Inicialmente, os estabelecimentos da insígnia Modelo localizaram-se preferencialmente em cidades médias das áreas periurbanas ou da segunda coroa suburbana, originando SDE com formas especialmente oblongadas, sugerindo índices de distensão espacial muito significativos. No entanto, a estratégia de localização dos pontos de venda associados a este formato alterou-se nos últimos anos, mudança particularmente visível na leitura não acumulada da estratégia espacial deste formato entre 2011 e 2018. Além do basculamento espacial da SDE e da minimização da sua morfologia especialmente oblongada, o ponto central localizou-se no interior do município de Lisboa, sugerindo uma reversão das tendências ultraperiféricas descritas por esta insígnia num período mais recente.
- iii. A fase final, de consolidação da quota de mercado da cadeia de distribuição, foi liderada pelos estabelecimentos dos formatos de proximidade das insígnias Bom Dia e Meu Super, que apresentaram um padrão espacial muito semelhante. Em ambos os formatos e em todos os períodos de análise, os pontos centrais da distribuição destes estabelecimentos localizaram-se sempre no interior do município de Lisboa ou nas áreas que lhe estão muito próximas. Além disso, as SDE apresentaram um tamanho menor comparativamente com os restantes formatos e centraram-se em Lisboa, permitindo equacionar a importância da cidade-centro na estratégia espacial destes segmentos.

Esta tipificação permitiu sistematizar a recomposição espaço-temporal das estratégias da distribuição alimentar na AML. Por um lado, minimizaram-se as tendências de descentralização espacial, decorrente do desinvestimento em formatos que privilegiam tais implantações espaciais, designadamente os hipermercados Continente, a que acresce ainda o contributo da inversão da estratégia espacial dos supermercados Modelo. Por outro lado, reforçaram-se tendências de maior proximidade relativamente às áreas centrais que decorrem, por um lado, da ausência de inaugurações de estabelecimentos de grandes e médias dimensões em áreas superlativamente dispersas, e, sobretudo, do investimento significativo e mais recente em formatos de proximidade, veiculados pelos pequenos supermercados de conveniência Bom Dia e pelas lojas de proximidade Meu Super.

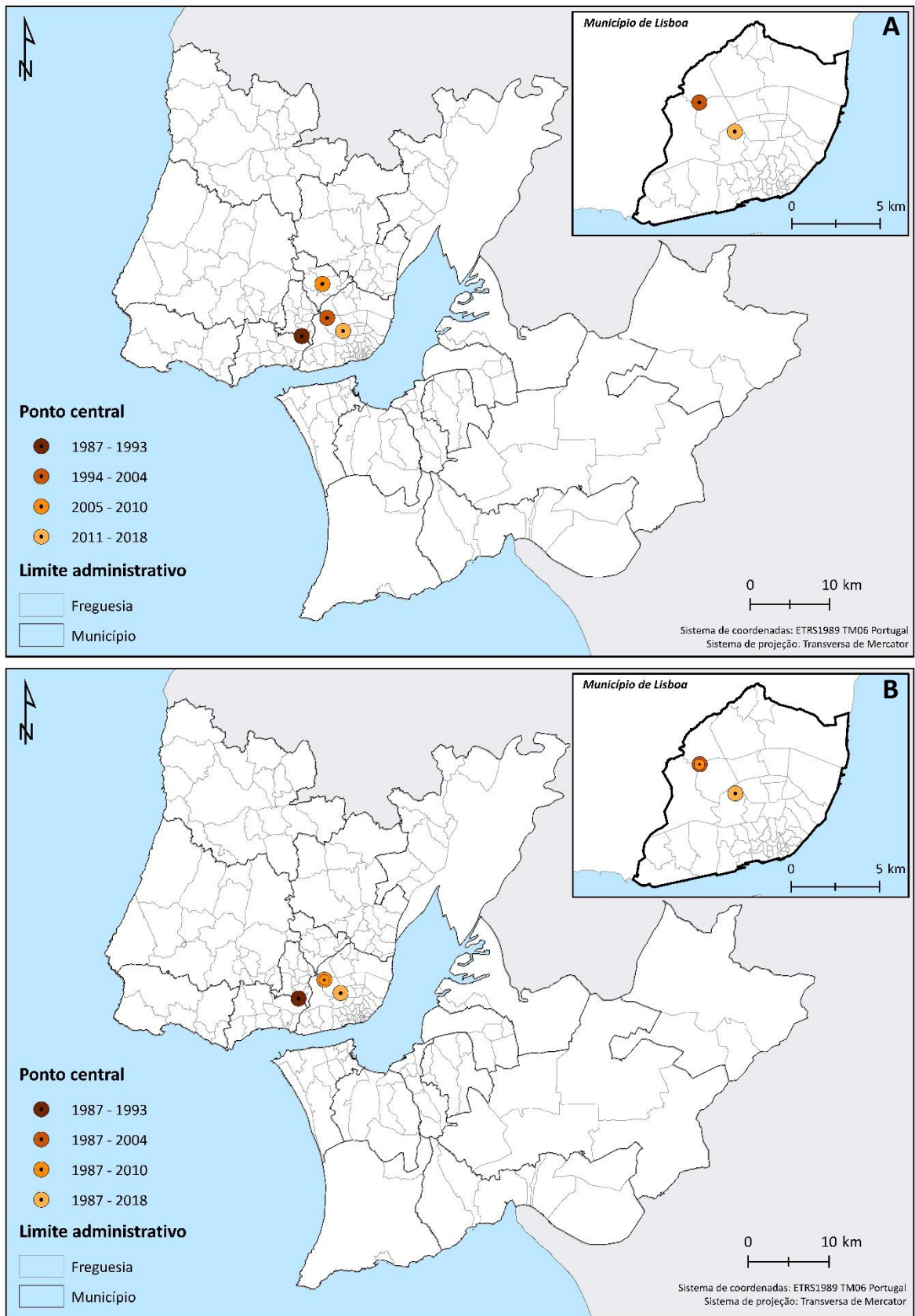


Figura 6.25: distribuição dos pontos centrais de todos os formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

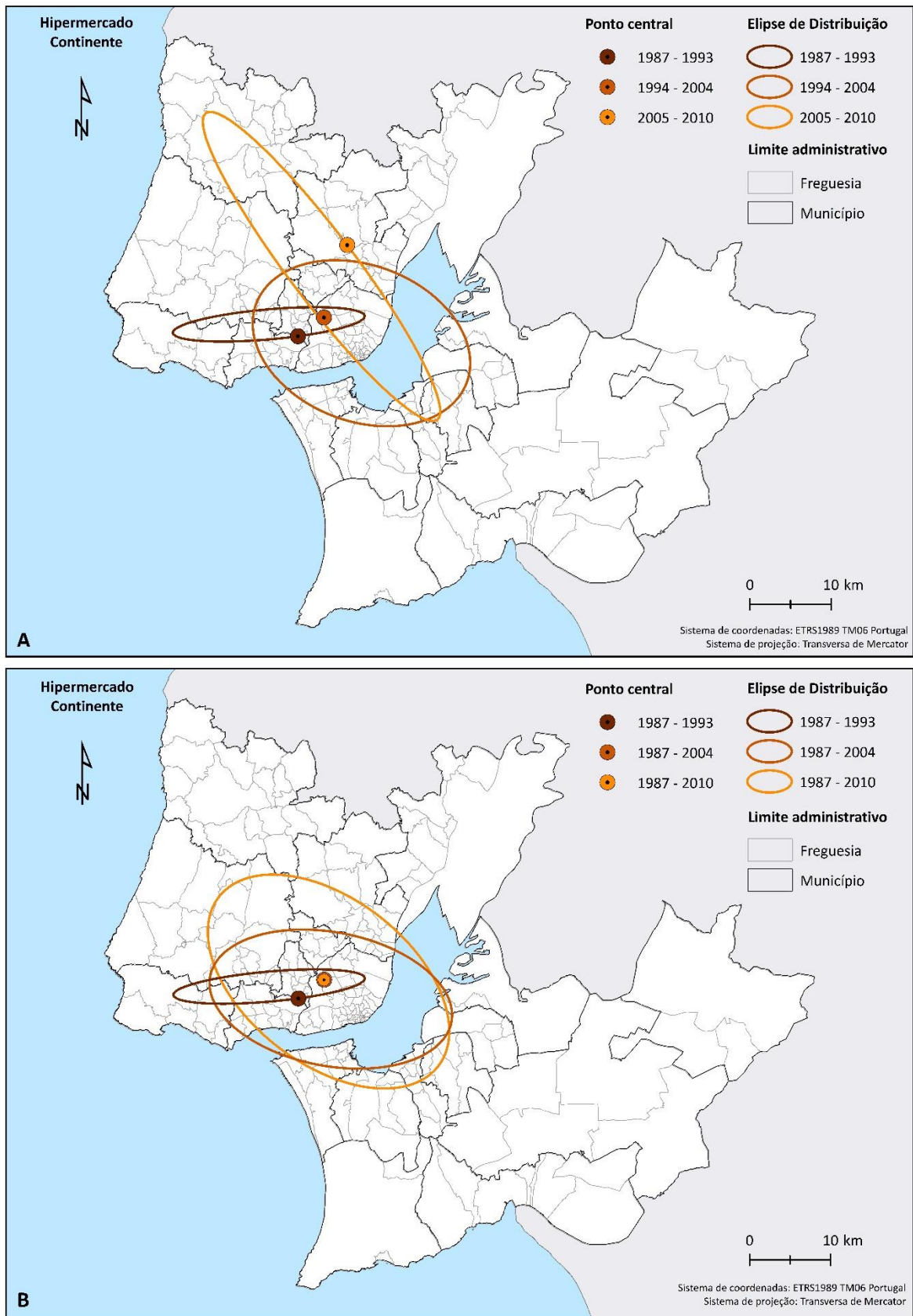


Figura 6.26: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos hipermercados Conteúdo da Sonae MC na AML (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

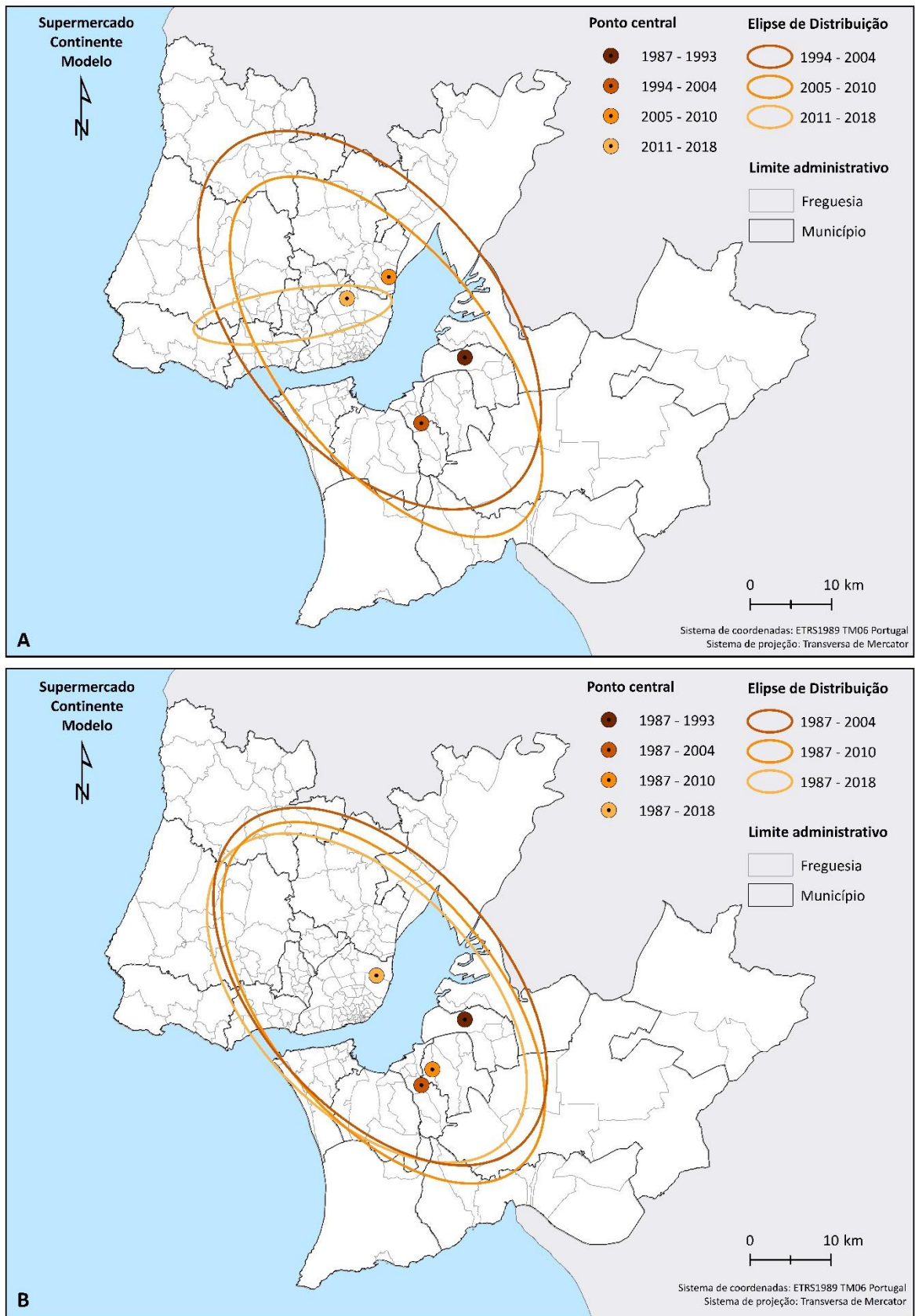


Figura 6.27: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Modelo da Sonae MC na AML (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

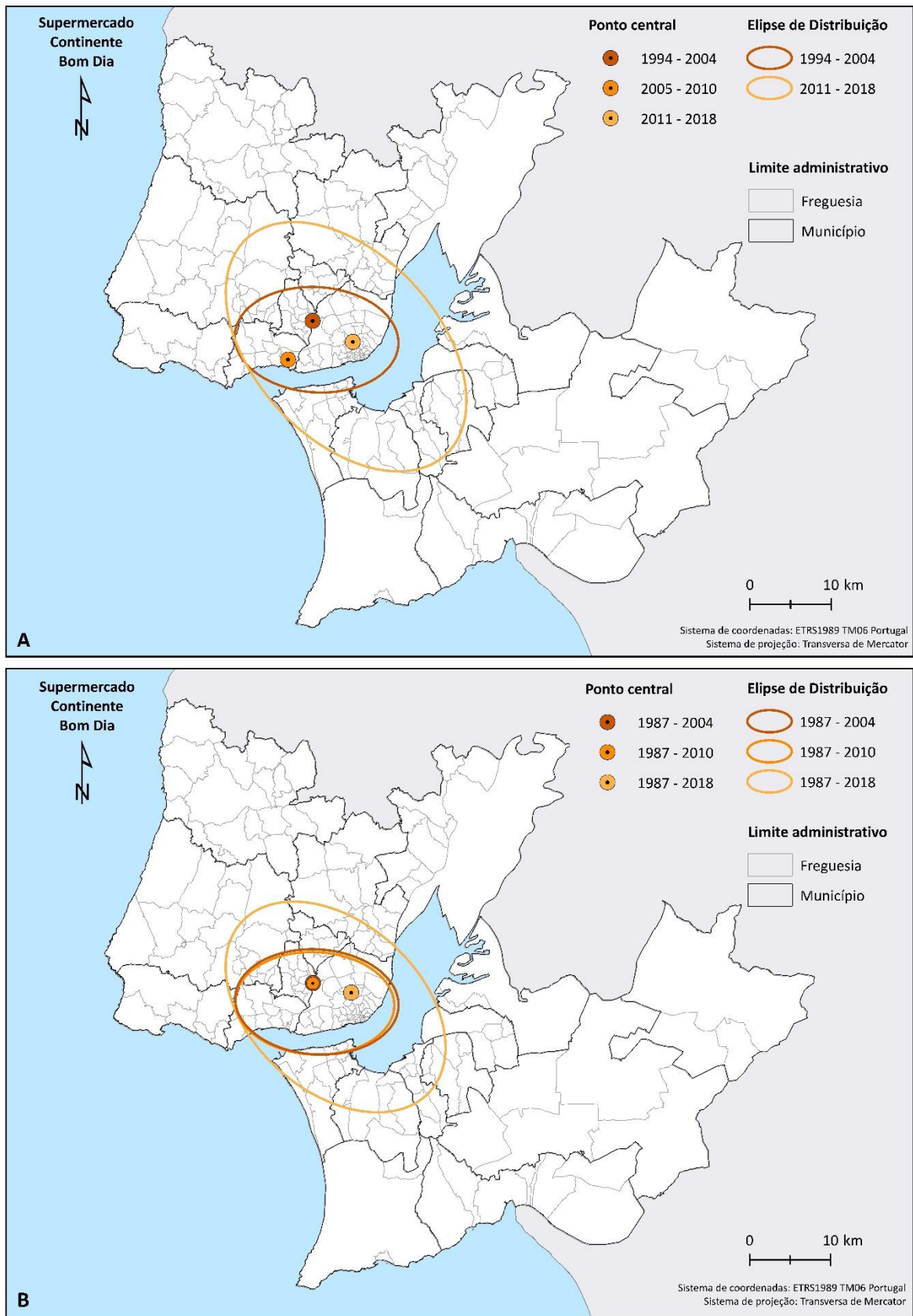


Figura 6.28: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Bom Dia da Sonae MC na AML (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

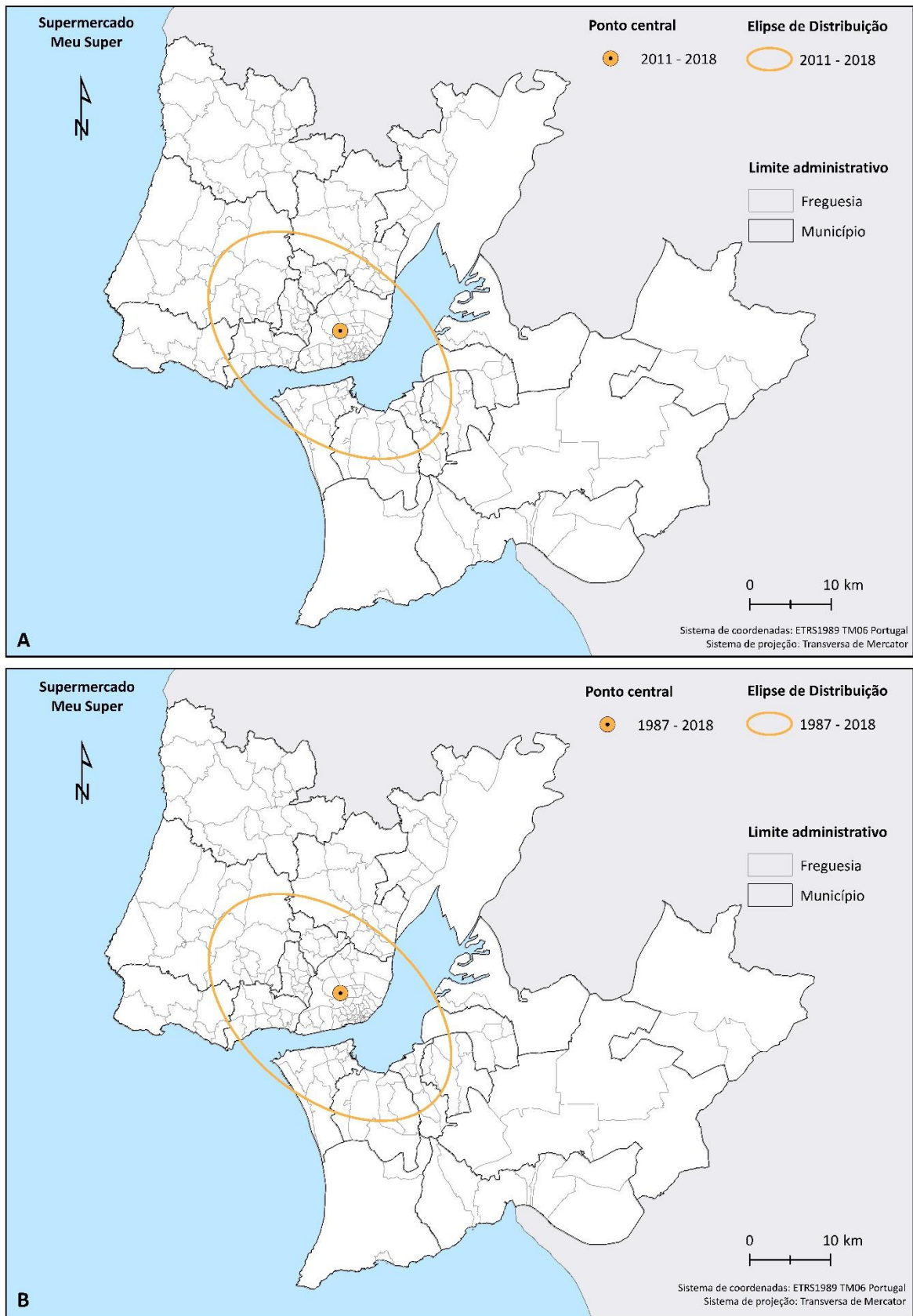


Figura 6.29: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Meu Super da Sonae MC na AML (1987-2018): (A) sem cumulativo e (B) com cumulativo

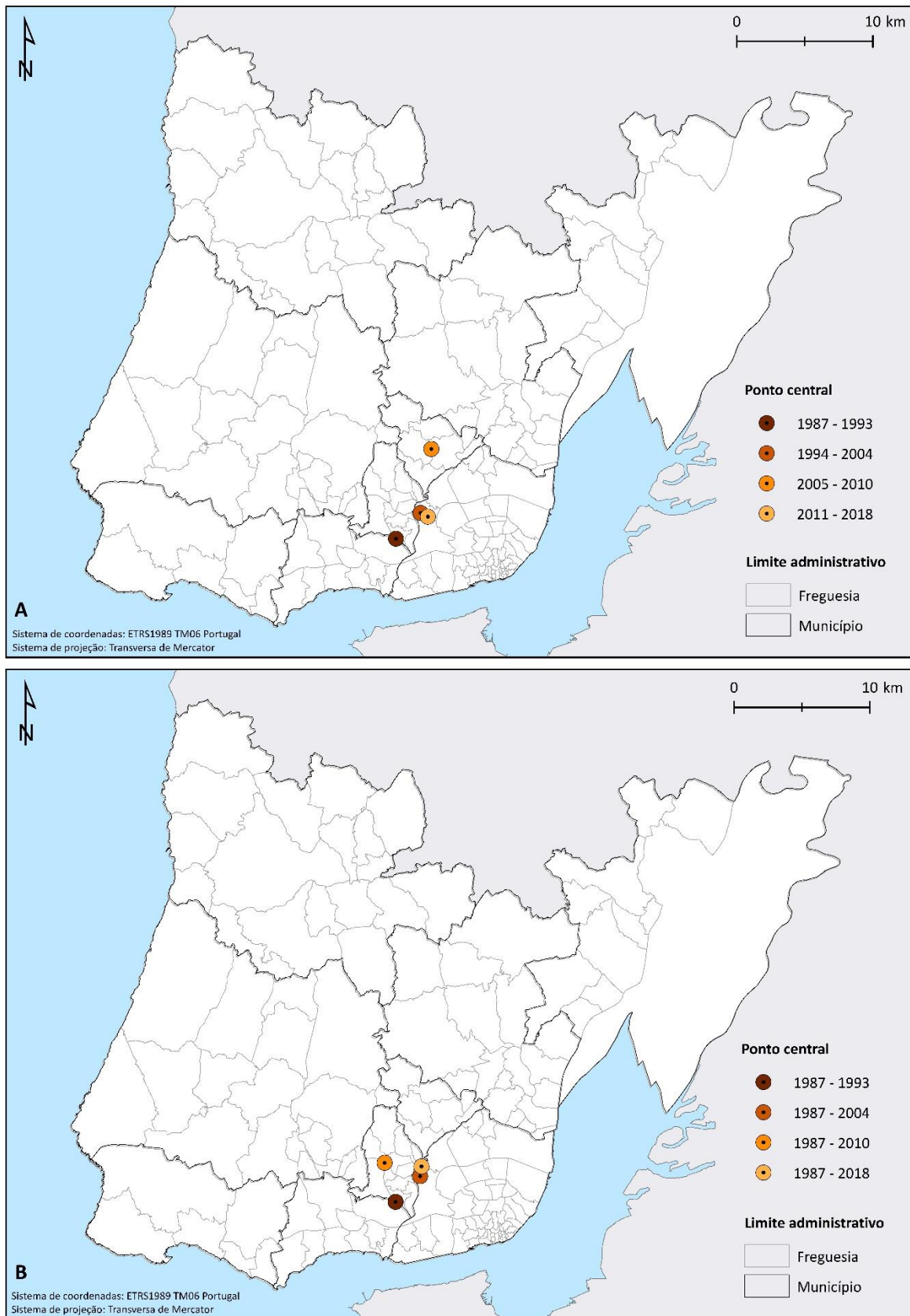


Figura 6.30: distribuição dos pontos centrais de todos os formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

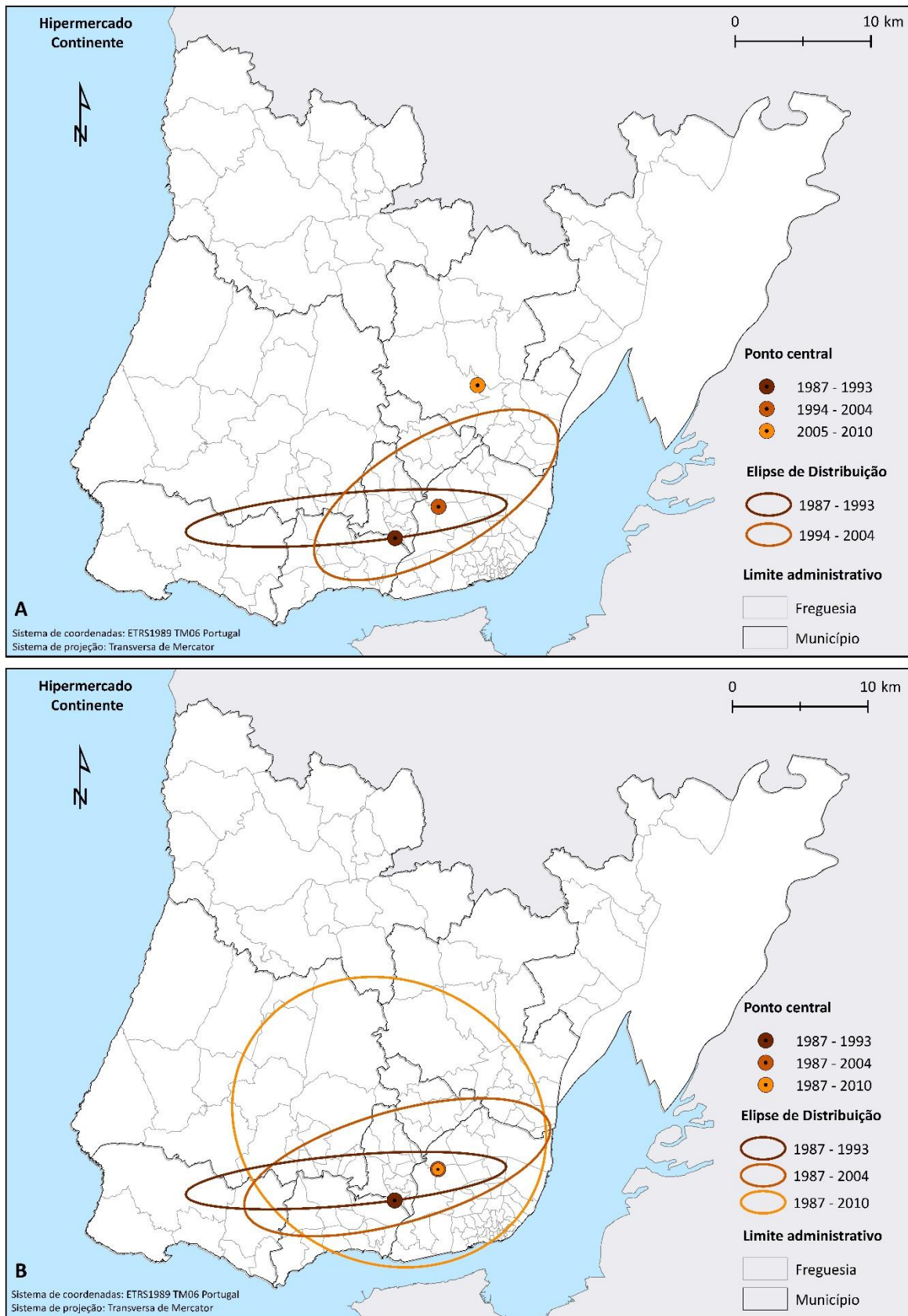


Figura 6.31: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos hipermercados Continente da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

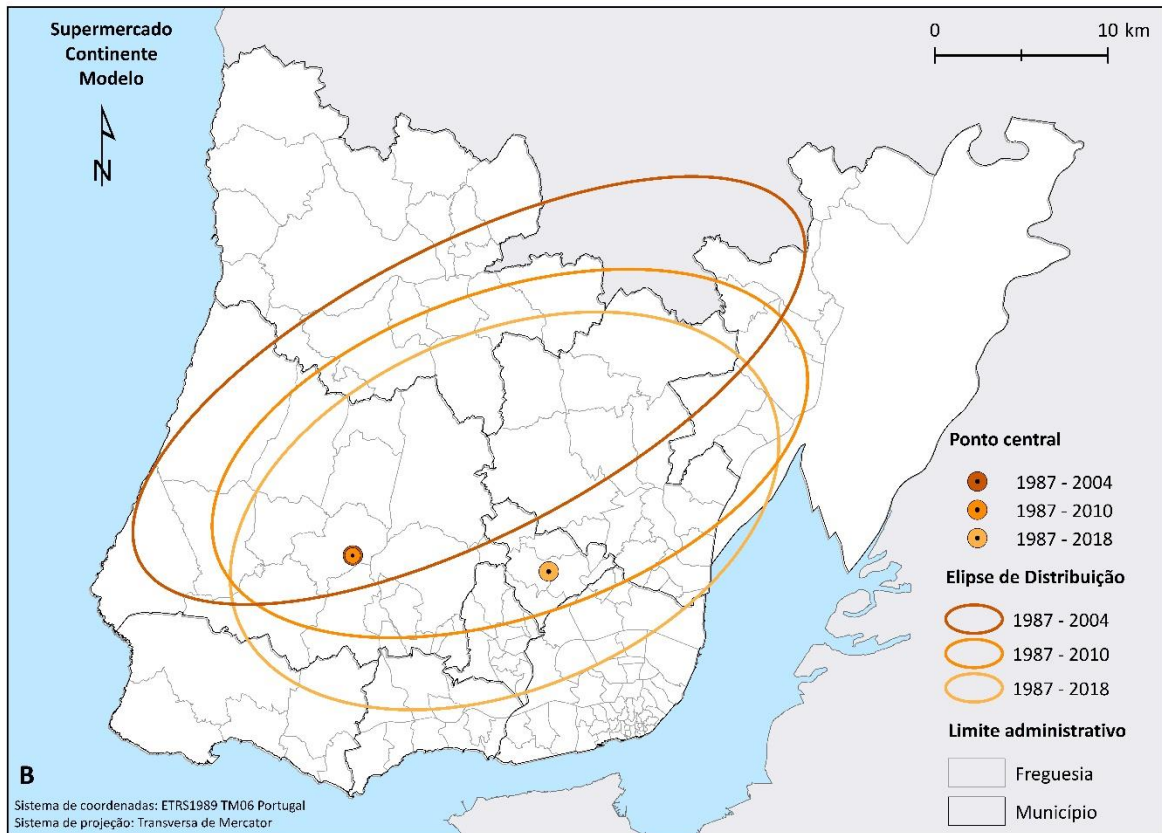
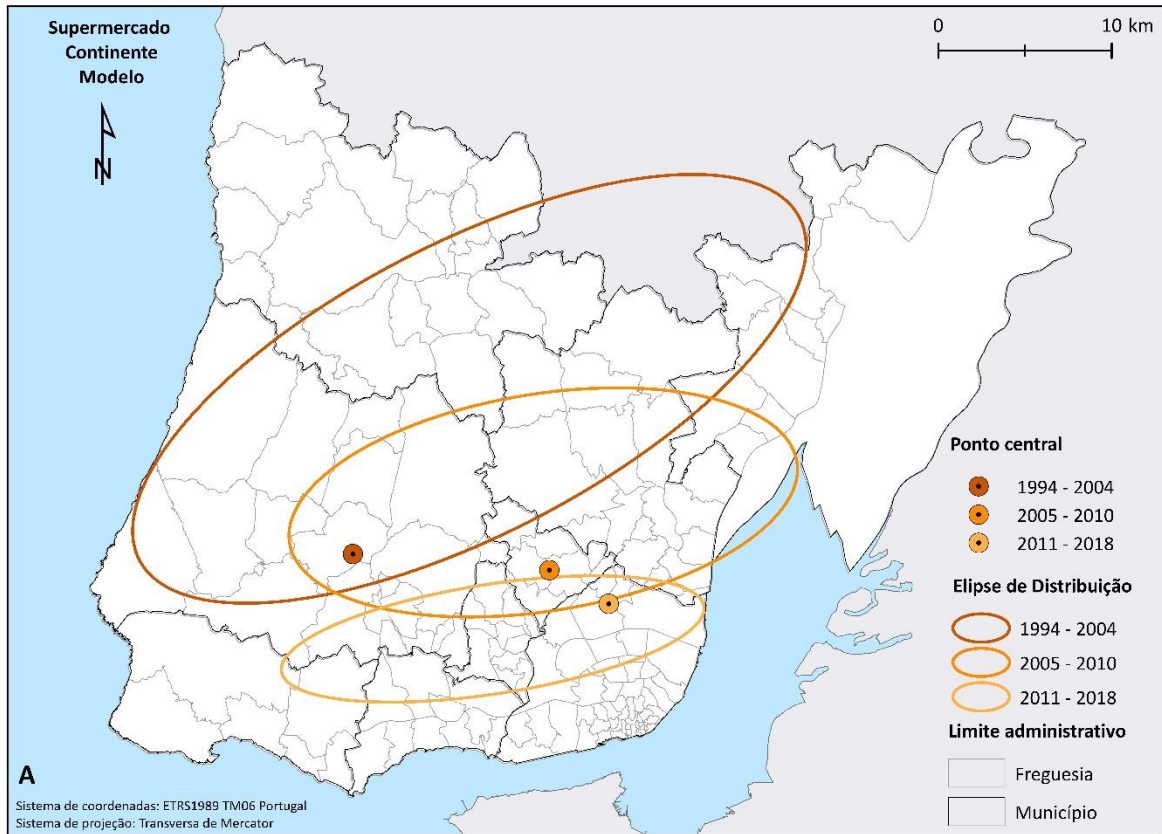


Figura 6.32: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Modelo da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

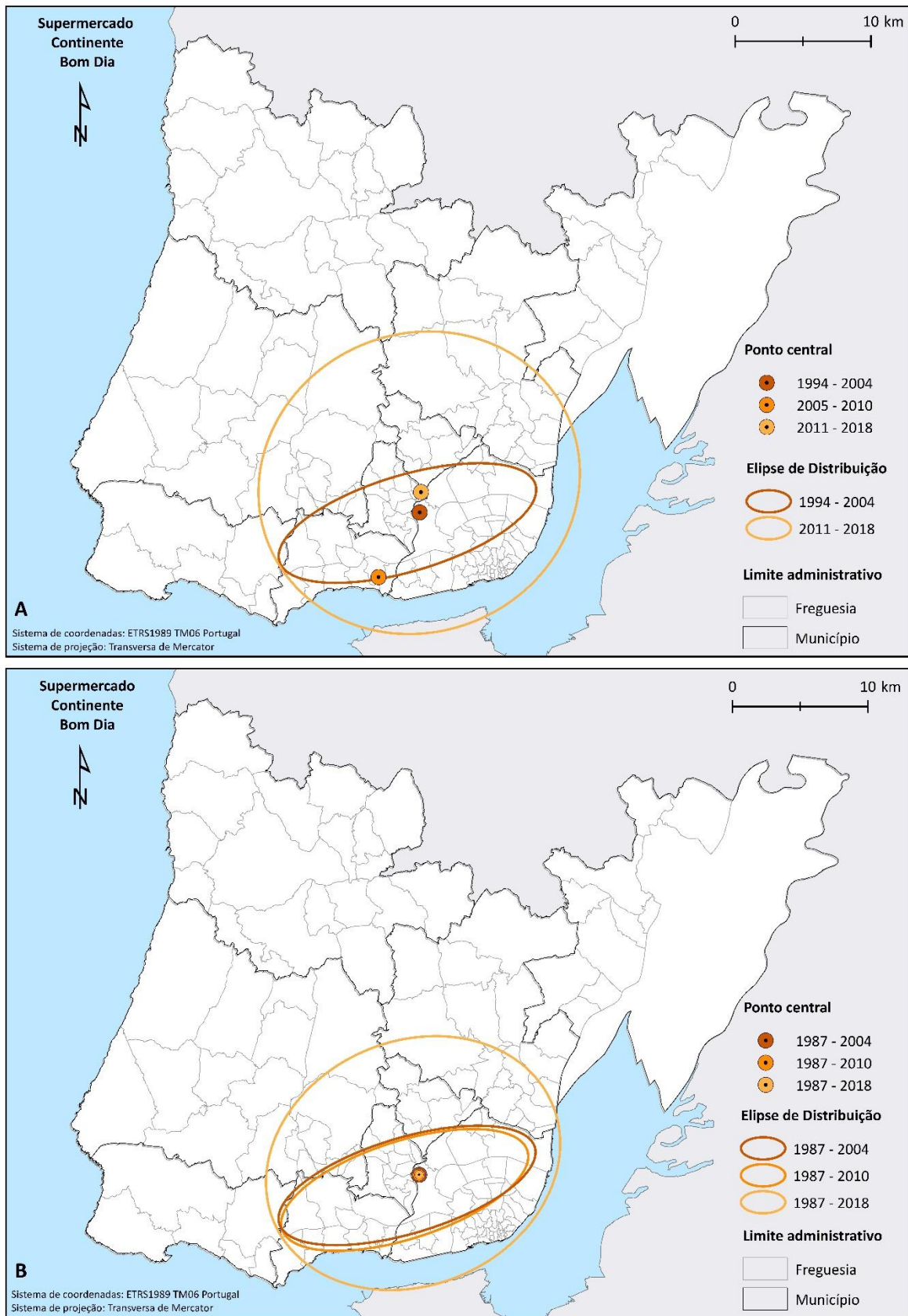


Figura 6.33: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Continente Bom Dia da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

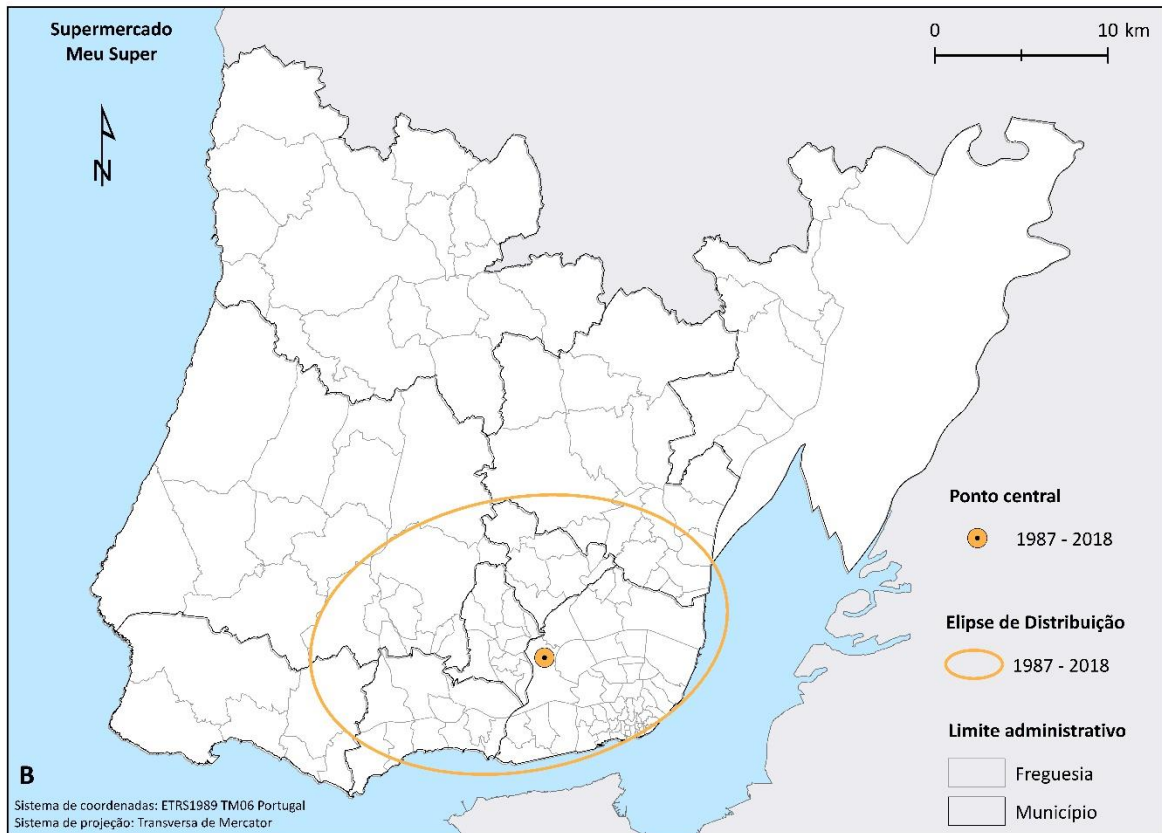
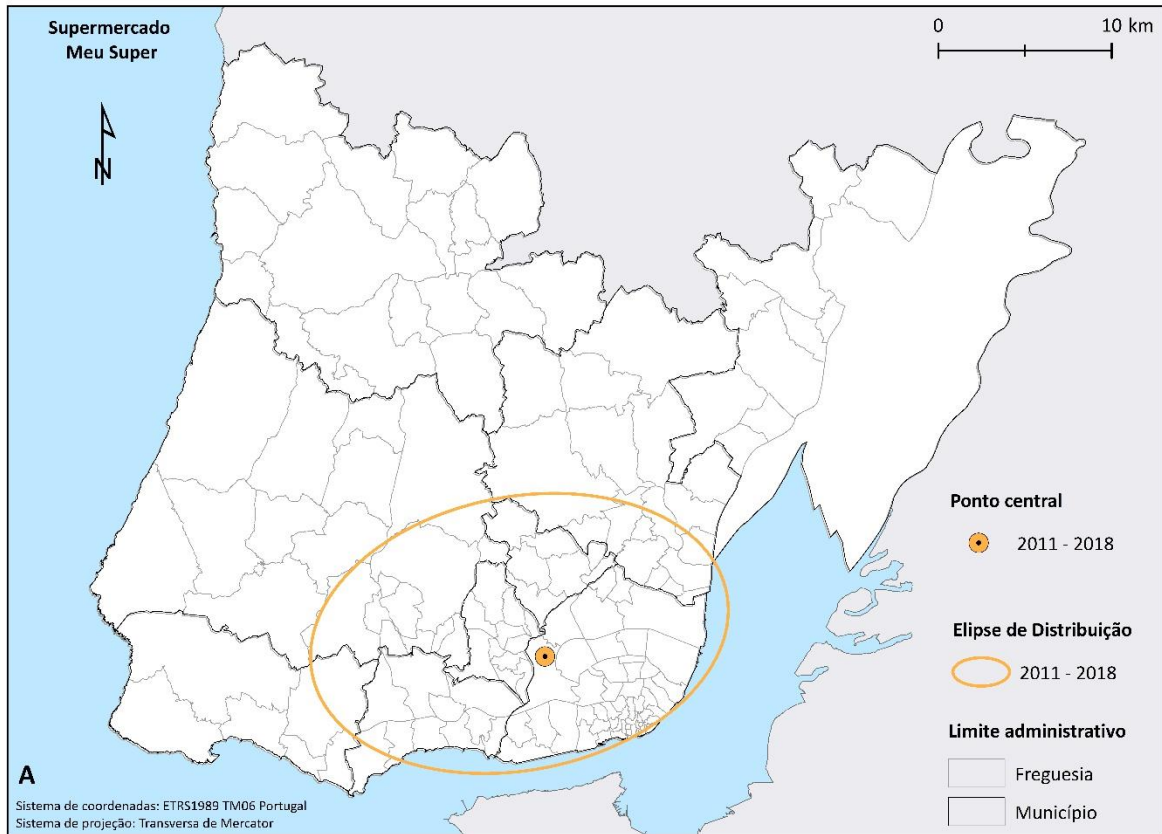


Figura 6.34: distribuição dos pontos centrais e das elipses de distribuição dos supermercados Meu Super da Sonae MC na AML Norte (1987-2018): **(A)** sem cumulativo e **(B)** com cumulativo

6.2.4. Atributos espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa: da acessibilidade à proximidade

Considerando que os diferentes formatos de dominante alimentar revelaram padrões e morfologias de localização espaciais distintos, procedemos ao cálculo da Densidade de Kernel para, face às tendências descritas, identificar intensidades espaciais dos formatos, o que permitirá discutir os atributos espaciais a que cada insígnia se associa (Figura 6.35).

Os resultados revelaram que os hipermercados Continente e os supermercados Modelo apresentaram densidades espaciais menores. No primeiro caso, observaram-se concentrações espaciais em torno das áreas pericentrais do município de Lisboa e das áreas da primeira coroa suburbana, designadamente em Odivelas e em Loures. No caso dos supermercados Modelo, o padrão afigurou-se disperso, revelando baixas tendências de *clusterização*, confinadas sobretudo aos municípios de Sintra e da Moita. Estes resultados são coerentes com a lógica de funcionamento destes formatos de estabelecimentos. Sendo de grande dimensão, a sua área de influência é maior, o que explica que estes apresentem densidades espaciais menores, uma vez que esses pontos de venda se encontram espacialmente distantes entre si. Em oposição, os supermercados Bom Dia e Meu Super revelaram tendências de *clusterização* espacial substancialmente mais elevadas, indiciando uma maior proximidade entre os estabelecimentos, evidência que é concordante com a reduzida área de influência destes pontos de venda, que tendem a existir em maior número no espaço metropolitano.

Neste contexto, os padrões espaciais dos supermercados Bom Dia e Meu Super afiguraram-se mais complexos, apresentando formas essencialmente polinucleadas, unidas por halos de maior intensidade, comparativamente com os formatos de grandes dimensões inicialmente apresentados, acompanhando os principais aglomerados de maior densidade populacional no espaço metropolitano. Por um lado, a densidade de representação na cintura periférica mais distante dos supermercados Bom Dia e das lojas Meu Super, apesar de existir, mostrou-se relativamente reduzida. Por outro lado, as densidades mais intensas registaram-se no município de Lisboa, avançando ainda com algum significado sobre as áreas da primeira coroa suburbana. O pequeno supermercado de proximidade Meu Super apresentou densidades mais elevadas e polinucleadas, revelando a sua proximidade face ao consumidor em determinados tecidos urbanos e atuando em áreas onde as unidades Continente não existam ou não se revelem competitivas. À semelhança do padrão espacial do supermercado Bom Dia, os estabelecimentos Meu Super evidenciaram igualmente uma forte tendência de *clusterização* nas áreas centrais do sistema metropolitano, estendendo-se ainda com alguma intensidade para o eixo Amadora-Queluz, havendo ainda alguma expressão territorial no município de Setúbal e nas áreas da margem sul mais próximas da cidade-centro, junto aos principais núcleos urbanos.

Numa primeira análise, é evidente que se registou uma mudança na estratégia espacial da Sonae MC, veiculada pelos distintos formatos de estabelecimentos (Tabela 6.3). A correlação espacial demonstrou, por um lado, que os supermercados Bom Dia e Meu Super apresentaram uma associação positiva e muito forte, sugerindo que estes são conceitos com uma lógica ancorada em atributos espaciais idênticos. Por outro lado, a correlação espacial entre esses conceitos e os de maior dimensão afigurou-se, em geral, fraca, indiciando uma certa divergência nos atributos que presidem à sua implantação espacial. Ainda assim, os supermercados Meu Super revelaram uma associação espacial moderada com os hipermercados Continente, facto explicável pela implantação inicial deste último formato em áreas pericentrais e da primeira coroa suburbana.

Tabela 6.3: correlação espacial entre a densidade de Kernel dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML

Formato dos estabelecimentos	Hipermercado	Supermercado	Supermercado	Supermercado
	Continente	Continente Modelo	Continente Bom Dia	Meu Super
Hipermercado Continente	-	0,317	0,469	0,536
Supermercado Continente Modelo		-	0,256	0,348
Supermercado Continente Bom Dia			-	0,808
Supermercado Meu Super				-

A fim de aprofundar estas evidências, procuramos medir mais especificamente os atributos espaciais aos quais se associam os distintos formatos de dominante alimentar. Por um lado, medimos quais foram os formatos cuja distância euclidiana média foi mais consentânea com a proximidade relativamente às principais vias rápidas, indicador que permitirá inferir atributos espaciais associados à acessibilidade, e, por outro lado, medimos a proximidade dos formatos aos tecidos urbanos contínuos e descontínuos, indicador representativo do atributo espacial relacionado com a proximidade face ao consumidor (Figura 6.36 e Tabela 6.4).

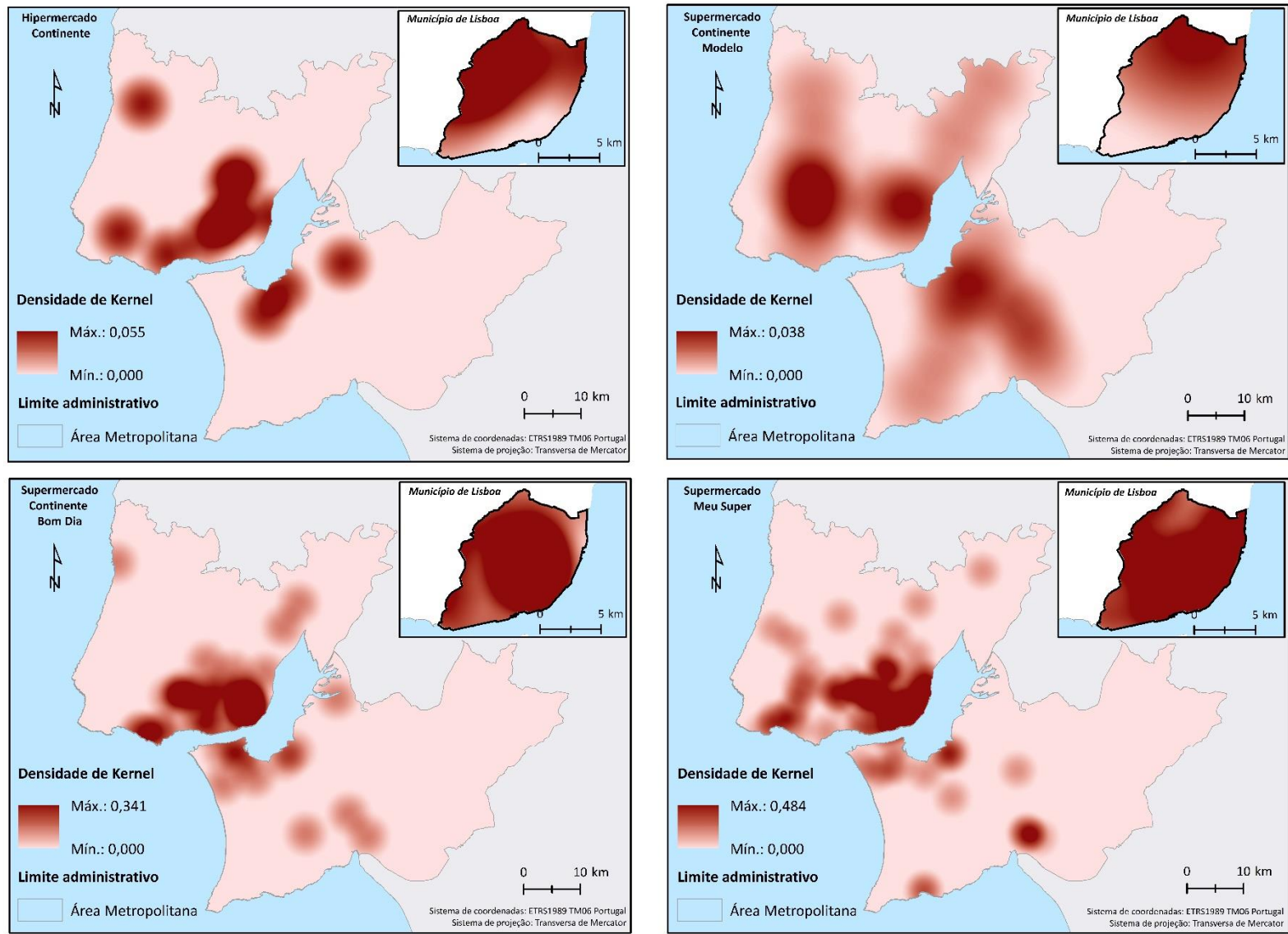


Figura 6.35: densidade de Kernel dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML

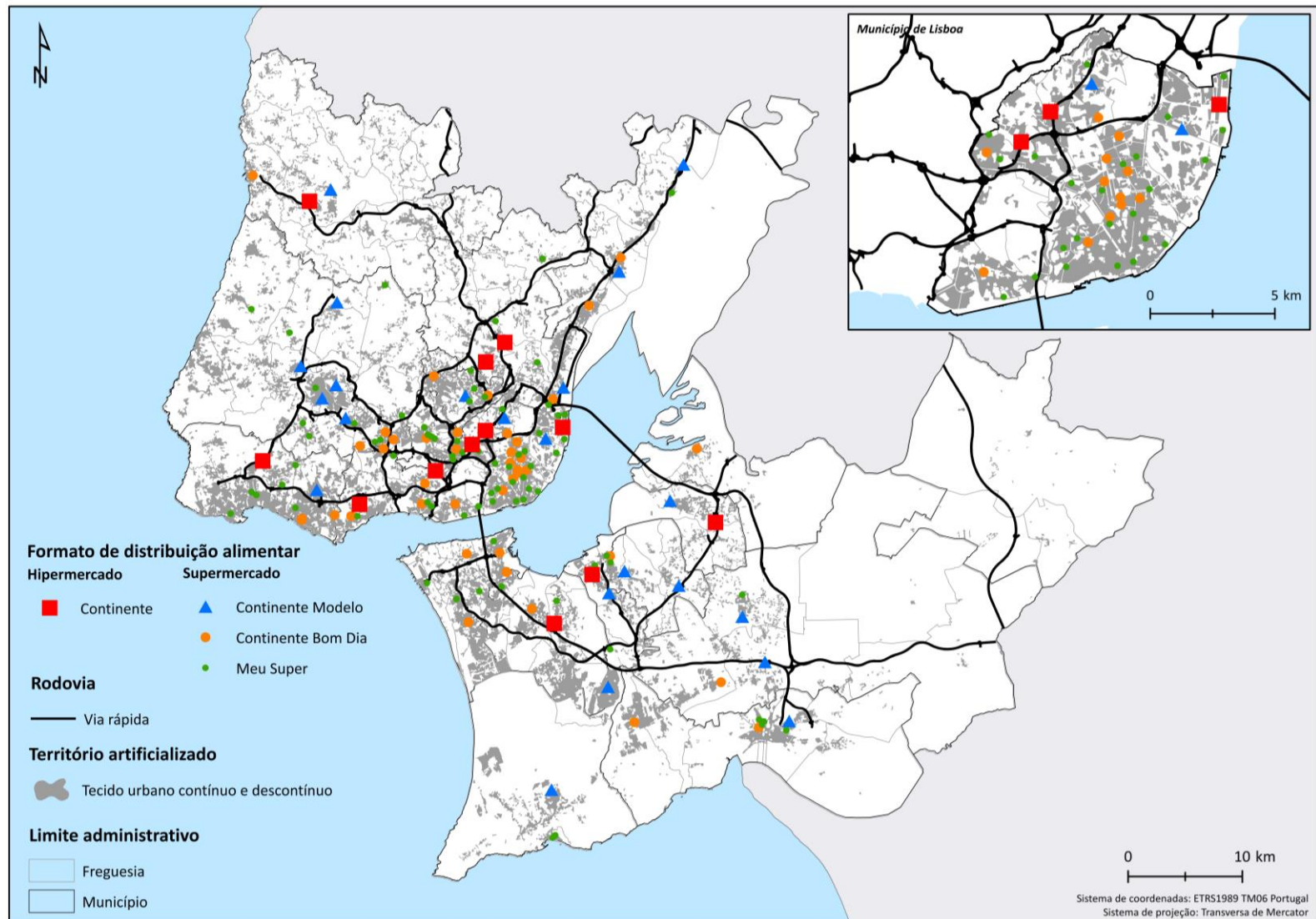


Figura 6.36: distribuição dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC em relação à rede rodoviária (autoestradas e vias equiparadas) e dos territórios artificializados na AML

A análise espacial permitiu constatar que os hipermercados Continente foram o formato de dominante alimentar que apresentou uma distância euclidiana média à via rápida substancialmente mais baixa, inferior a 500 metros, o que indicia uma estratégia espacial que privilegia a localização junto dos principais nós rodoviários, valorizando-se o primado da acessibilidade e do estacionamento. Os supermercados Modelo revelaram uma distância euclidiana média às vias rápidas relativamente elevada. Porém, o desvio-padrão registado foi elevado, facto explicável pela localização do estabelecimento Modelo de Sesimbra, que se localiza a mais de 11km de uma via rápida. Se retirássemos da estrutura analítica apenas esse estabelecimento, a distância média à via rápida reduzir-se-ia para 912m, sugerindo que a acessibilidade é igualmente um atributo espacial considerado na estratégia espacial deste formato. Por outro lado, as distâncias médias euclidianas dos supermercados Bom Dia e Meu Super à via rápida foram elevadas, localizando-se a 1.174 e a 1.630m de uma via rápida, respetivamente. Os resultados sugerem, assim, que as duas últimas insígnias se afastaram de estratégias espaciais associadas à proximidade das vias rápidas, rejeitando, por isso, na sua estratégia de implantação espacial, o capital veiculado pela acessibilidade, protagonizado pelas principais vias rápidas.

Tabela 6.4: distância dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC em relação às vias rápidas e aos centroides dos tecidos urbanos na AML

Formato dos estabelecimentos	Distância euclidiana média dos formatos à via rápida ¹ (m)		Distância euclidiana média dos formatos aos tecidos urbanos ² (m)	
	<i>Média</i>	σ	<i>Média</i>	σ
Hipermercado Continente	426,7	482,7	1012,1	438,1
Supermercado Continente Modelo	1391,4	2413,0	1063,1	539,3
Supermercado Continente Bom Dia	1173,7	930,8	677,1	604,0
Supermercado Meu Super	1629,8	2540,1	733,4	634,0

Notas:

¹ Integra a Rede Fundamental, constituída por Itinerários Principais (IP), a Rede Complementar, composta por Itinerários Complementares (IC), e a Rede Nacional de Autoestradas, que integra as Autoestradas (AE).

² Considerou-se a classificação de uso e ocupação do solo da COS2015 (Territórios Artificializados: Tecido Urbano Contínuo e Tecido Urbano Descontínuo).

Se considerarmos a distância euclidiana média dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC ao centroide do tecido urbano mais próximo, os hipermercados Continente e os supermercados Modelo apresentaram, comparativamente com os outros formatos, distâncias euclidianas médias mais elevadas, indiciando que os atributos espaciais privilegiados na sua estratégia

espacial não consideram, com elevada importância, a proximidade relativamente às áreas residenciais. Consequentemente, a implantação espacial dos estabelecimentos destes formatos é mais sensível a atributos espaciais como a acessibilidade comparativamente com a proximidade física ao consumidor. Com uma polaridade antagónica, destacaram-se os supermercados Bom Dia e as lojas de proximidade Meu Super, com distâncias ao tecido urbano que, em média, foram 31 a 36,3% mais baixas comparativamente com os hipermercados e com os grandes supermercados, com distâncias euclidianas médias de 677 e 733m, respetivamente. Esta evidência permite afirmar que, relativamente aos formatos de maior dimensão, os pontos de venda de menor dimensão mobilizam atributos espaciais relacionados com a proximidade ao consumidor, localizando-se, consequentemente, no interior dos principais núcleos urbanos.

Assim, se é verdade que podemos concluir que os hipermercados Continente e, de algum modo, os supermercados Modelo mobilizam atributos como a acessibilidade e a facilidade em estacionar, localizando-se junto dos principais eixos rodoviários, resultando em distâncias euclidianas médias reduzidas relativamente a estes, é igualmente correto afirmar que os estabelecimentos das insígnias Bom Dia e Meu Super acionam atributos espaciais associados à proximidade do consumidor, localizando-se no interior dos principais aglomerados urbanos, e rejeitam atributos associados à acessibilidade, tendo apresentado distâncias euclidianas médias superiores face às vias rápidas comparativamente com os formatos de maior dimensão.

Consequentemente, se relembrarmos as tendências temporais de investimento da cadeia de distribuição⁴⁹, a redução recente do investimento em determinados formatos, designadamente nos supermercados Modelo, ou até o desinvestimento noutros, como nos hipermercados Continente, permite equacionar que as insígnias que privilegiam o primado da acessibilidade estão em declínio na estratégia espacial da distribuição alimentar da cadeia Sonae MC na AML. Por outro lado, mais recentemente, o forte investimento nas insígnias de proximidade Bom Dia e Meu Super vêm confirmar essa inflexão na estratégia espacial da cadeia, que se tem desviado do primado da acessibilidade em detrimento da proximidade ao consumidor (Figura 6.37).

⁴⁹ Ver subcapítulo 6.2.2.

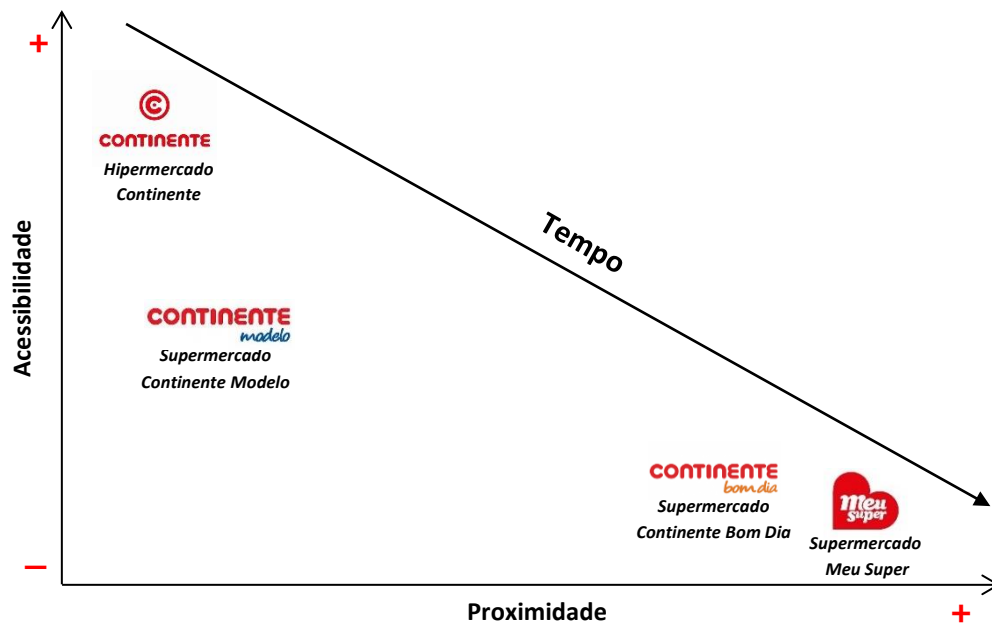


Figura 6.37: evolução temporal dos atributos espaciais dos formatos de dominante alimentar da Sonae MC na AML

6.3. Dinâmicas do desenvolvimento urbano e estratégias espaciais da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

Antes de estabelecermos a relação entre as grandes tendências do desenvolvimento urbano e a distribuição alimentar na AML, importa sistematizar as principais observações empíricas das subsecções anteriores, que permitirão estabelecer a relação entre os dois processos.

Em primeiro lugar, o pilar das dinâmicas do desenvolvimento urbano permitiu, entre 1950 e 2011, identificar as grandes etapas do processo de expansão urbana na AML com uma terminologia centro-periferia. Durante esse período, o sistema metropolitano experienciou um estágio de desenvolvimento integrado no quadrante da suburbanização com taxas de crescimento médias anuais da periferia particularmente significativas até 1981. Embora se tenham registado diferenças na magnitude do comportamento demográfico das componentes da aglomeração, que possibilitaram as transições entre as terceira e quarta fases do desenvolvimento urbano, a suburbanização foi, entre 1950 e 2011, o estágio que sintetizou a estrutura evolutiva do povoamento na AML. Porém, entre 2001 e 2011, apesar da evidência geral do estágio de suburbanização, a magnitude do comportamento demográfico dos dois parâmetros da aglomeração reduziu-se comparativamente com as décadas anteriores em duas aceções. Como analisamos, apesar da cidade-centro ter observado crescimentos médios anuais ainda negativos, a grandeza das perdas absolutas e relativas diminuiu consideravelmente quando comparada com as duas décadas anteriores. Numa segunda aceção, demonstramos que a periferia metropolitana registou, entre 2001 e 2011, o crescimento mais ténue no período em análise, indiciando, portanto, uma quebra na pujança de crescimento demográfico da cintura periférica da AML. Estes resultados permitiram-nos equacionar a possibilidade de transição do sistema metropolitano entre a fase 4 e, muito provavelmente, a fase 7 ou 8 do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano, sugerindo, assim, o avanço para um estágio de reurbanização. Mais especificamente, constatou-se que, entre 2001 e 2011, a cidade-centro registou perdas absolutas de cerca de 17 mil habitantes, contrapondo com a magnitude superlativada das perdas entre 1981 e 1991 (-144.543 habitantes) e entre 1991 e 2001 (-98.827 habitantes). Analogamente, a periferia metropolitana cresceu entre 2001 e 2011 apenas 177 mil habitantes enquanto, entre 1991 e 2001, esse valor ultrapassou os 240 mil. Demonstramos ainda que o sistema metropolitano não experienciou, com grande rigor, um estágio de desurbanização, tendo sido, porém, entre 1981 e 1991, o período em que os parâmetros demográficos foram mais concordantes com esse estágio, combinando, por um lado, perdas fortemente negativas na cidade-centro e crescimentos positivos mas baixos na cintura periférica. O estágio de desurbanização não ocorreu simplesmente porque a AML registou um crescimento reduzido, porém positivo. É relevante mencionar ainda que, apesar do

enquadramento num estágio de suburbanização, o padrão espaço-temporal de distribuição da população residente se revelou inconstante no contexto metropolitano. Por um lado, realçamos a importância demográfica da cidade-centro e da periferia mais imediata (0-10km) que, conjuntamente, em 2011, albergavam 65,9% do total de residentes na AML, descrevendo uma tendência de declínio comparativamente com as décadas anteriores, porém, como apontamos, a um ritmo mais lento. Ainda assim, em todos os períodos censitários, estas áreas apresentaram-se como sendo as mais densamente povoadas. Por outro lado, as áreas da periferia entre os 10 e os 30km reforçaram a sua pujança demográfica ao longo dos anos. Assim, demonstramos que à medida que transitamos temporalmente, a densificação dos aglomerados mais distantes foi aumentando progressivamente.

Em segundo lugar, para compreendermos as estratégias espaciais da distribuição alimentar, consideraram-se três pilares associados às suas transições espaço-temporais. Começamos por identificar as principais tendências de transformação do mercado da grande distribuição alimentar. Num primeiro momento, demonstrou-se que quer o número de estabelecimentos quer a quota de mercado das mercearias e dos puros-alimentares têm vindo a declinar, e, paralelamente, os formatos de dominante alimentar associados à grande distribuição registaram um aumento considerável no número de estabelecimentos e na quota de mercado, iniciado no segmento dos hipermercados seguido dos supermercados de grande dimensão e, mais recentemente, transitando para o segmento dos pequenos supermercados. Posteriormente, verificamos que a maior cadeia de distribuição alimentar a operar em Portugal, a Sonae MC, tem acompanhado essas transformações temporais, iniciando a sua estratégia de crescimento com o formato dos hipermercados da insígnia Continente e, ao longo do tempo, transitando para os grandes supermercados da insígnia Modelo e, mais recentemente, para os supermercados de pequena dimensão das insígnias Bom Dia e Meu Super, este último também identificado enquanto loja de proximidade. Assim, atestou-se que, ao longo do tempo e com a progressiva saturação do mercado, esta cadeia de dominante alimentar tem vindo a desinvestir nos formatos de estabelecimentos de maior dimensão e transferido o seu investimento para outros conceitos mais pequenos em termos de superfície de venda e de raio de atração. Em terceiro lugar, constatamos que, além de temporalmente irregulares, as estratégias da distribuição alimentar da Sonae MC na AML afiguraram-se espacialmente inconstantes. Em linhas gerais, a geografia da distribuição alimentar cartografada pela Sonae MC foi marcada, numa fase inicial, por uma tendência de descentralização espacial, com aberturas predominantemente localizadas nas áreas pericentrais da cidade-centro e nas coroas suburbanas, e, mais recentemente, entre 2011 e 2018, por uma recentralização espacial liderada pelos novos formatos de pequena dimensão, evidência visível na cartografia da evolução quer do investimento acumulado quer do investimento realizado nos distintos formatos de dominante alimentar da Sonae MC em diversos períodos de crescimento.

Em terceiro lugar, tomando como referência o *portfólio* de estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC, pode afirmar-se que a evolução dos padrões de localização dos estabelecimentos na AML testemunha uma mudança na estratégia espacial da grande distribuição, caracterizada por uma transição de fases de descentralização para um momento de recentralização, mobilizando, para tal, formatos de estabelecimentos distintos segundo critérios de superfície de venda, de natureza e diversidade do sortido e ainda requisitos de implantação espacial. A inconstância da estratégia espacial comporta duas etapas distintas. A primeira ocorreu com a introdução dos hipermercados e, mais tarde, dos grandes supermercados, respetivamente das insígnias Continente e Modelo, que apostaram em localizações de elevada acessibilidade e, por isso, revelaram uma lógica de implantação espacial que privilegiou espaços periféricos ou pericentrais. A segunda, que tem ocorrido nos anos mais recentes, tem-se caracterizado pela aposta do investimento no interior das principais áreas residenciais consolidadas. Ancorada na proximidade física relativamente ao consumidor, esta etapa é liderada pelo investimento em formatos de pequena dimensão: os supermercados de conveniência da insígnia Bom Dia e as lojas de proximidade da insígnia Meu Super.

Identificados os principais resultados das dinâmicas do desenvolvimento urbano e das transições espaciais da distribuição alimentar na AML, iniciamos agora a discussão da relação entre estas componentes.

Neste sentido, começamos por reconhecer que os estabelecimentos da cadeia de distribuição alimentar Sonae MC patentearam arranjos inconstantes no tempo e no espaço (Figura 6.38). Numa primeira fase, verificou-se que os estabelecimentos se localizaram em áreas próximas ou na envolvente imediata da cidade-centro. Seguidamente, entre 1990 até 2010, a tendência geral da estratégia espacial foi caracterizada por uma dispersão significativa. Essa evidência foi comprovada, num primeiro momento, entre 1994 e 2004, pela consolidação das inaugurações no segmento dos hipermercados entre os 10 e os 20km da cidade-centro. Porém, nesse período, destacou-se particularmente a expansão territorial da insígnia Modelo para áreas progressivamente mais periféricas, localizadas entre os 20 e os 30km da cidade-centro. Num segundo momento, entre 2005 e 2010, atingiu-se a maior magnitude da tendência de descentralização dos estabelecimentos, para a qual concorreu a inauguração de três hipermercados, um dos quais a mais de 30km de distância da cidade-centro. A magnitude da descentralização, nesse mesmo período, foi ainda intensificada pela abertura dos supermercados Modelo em áreas progressivamente mais distensas. Das 9 inaugurações desta insígnia, quatro localizaram-se entre os 20 e os 30km e três entre os 30 e os 40km de distância relativamente à cidade-centro. Finalmente, entre 2011 e 2018, registou-se uma quebra significativa na magnitude de inaugurações em localizações ultraperiféricas e em formatos de maior dimensão, tendo-se observado ainda um crescimento muito substancial da intensidade de inaugurações em

áreas da cidade-centro ou localizadas até 10km desta, tendência veiculada espacialmente pelas insígnias de supermercados de proximidade Bom Dia e Meu Super. Dos 27 pontos de venda Bom Dia inaugurados entre 2011 e 2018, cerca de 26% destes localizaram-se na cidade-centro e 48% em áreas que distam desta menos de 10km. Resultados semelhantes foram verificados na insígnia Meu Super com 31% das inaugurações a localizarem-se na cidade de Lisboa e 40% na cintura periférica imediata. Assim, considerando as distâncias espaciais relativamente à cidade-centro, verificamos que, após um período inicial de localização em áreas pericentrais ou na periferia mais imediata, a distribuição alimentar da Sonae MC, num segundo momento, foi-se descentralizando, ocupando áreas progressivamente mais distensas no espaço. Finalmente, num terceiro momento, essa tendência foi revertida e registou-se uma importância significativa das localizações da cidade-centro e da periferia mais imediata.

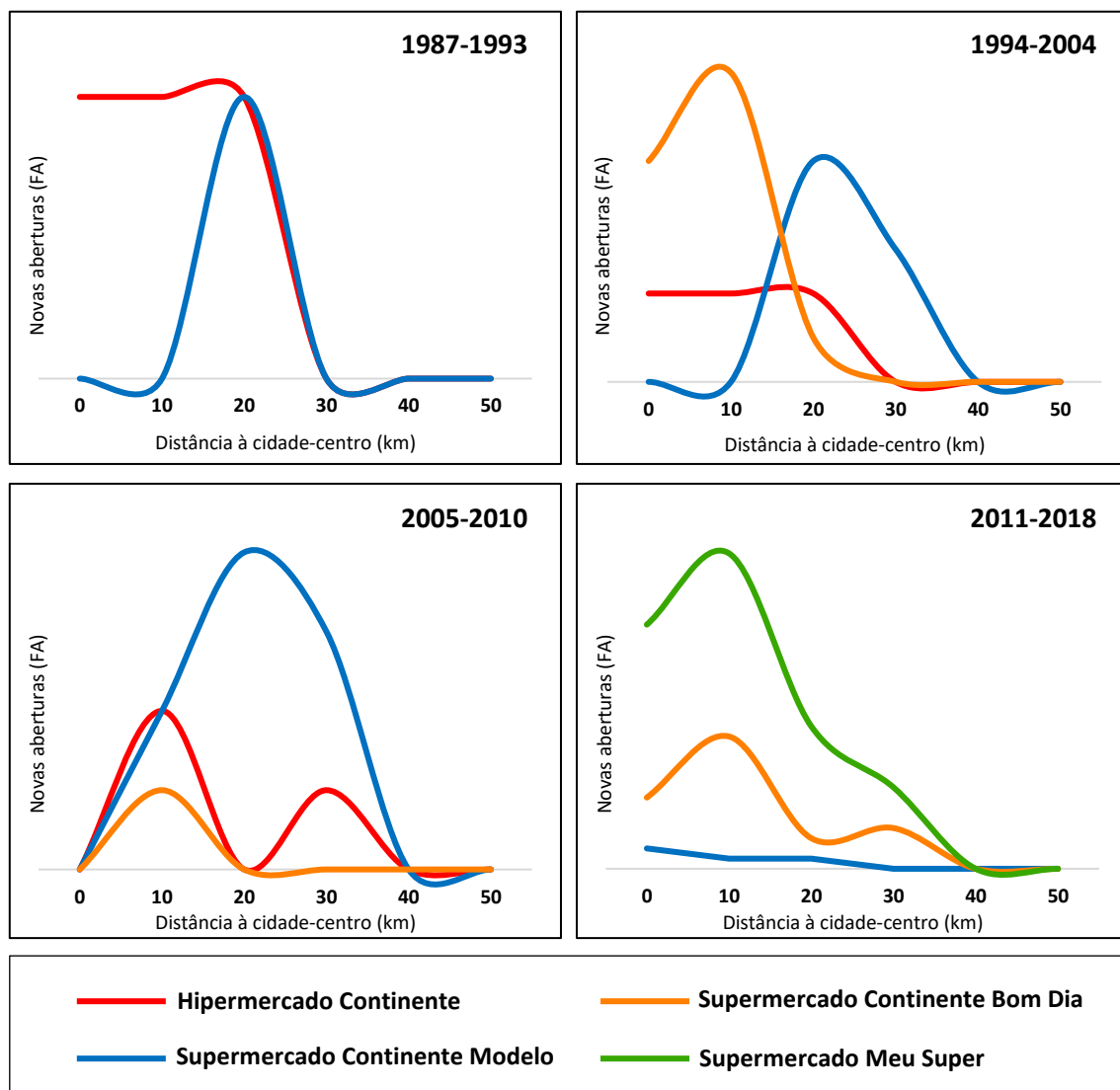


Figura 6.38: distribuição geográfica do número absoluto de estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC, por classe de distância à cidade-centro na AML (1987-2018)

Aprofundando a análise, verificamos que o sistema metropolitano registou, entre 1950 e 1981, taxas de crescimento médias anuais particularmente elevadas em classes de distância entre os 0 e os 10km da cidade-centro, valores que atingiram particular destaque entre 1970 e 1981. Ora, num primeiro momento, as inaugurações dos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC ocorreram nas áreas pericentrais da cidade de Lisboa e em territórios que distam desta menos de 10km. Assim, a existência de elevadas taxas de crescimento da periferia mais imediata justificou que, num primeiro momento, as inaugurações tenham ocorrido nas áreas mais próximas da cidade-centro, facto ilustrado, por exemplo, pela abertura do hipermercado Continente da Amadora. Estas tendências locativas nos anos 1980 e 1990 não podem, ainda assim, estar descontextualizadas da reduzida taxa de motorização das famílias portuguesas, o que justificou um primeiro investimento no segmento dos hipermercados em áreas mais próximas e nas quais o contingente demográfico absoluto o justificava, tal como aconteceu com a unidade integrada, por exemplo, no centro comercial de influência regional Colombo.

Um segundo argumento que legitima a importância do desenvolvimento urbano para a formulação das estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML verificou-se com a distensão espacial do processo de suburbanização. Como constatamos, a partir de 1991, o estágio de suburbanização absoluta coincidiu, de um modo geral, com um processo de crescimento significativo das áreas periféricas progressivamente mais distantes no espaço, como sucedeu na generalidade dos territórios inseridos nos municípios de Mafra e de Palmela, onde o processo se iniciou na década anterior, e de Sintra. Esta evidência comprova, assim, uma expansão do processo de suburbanização para áreas localizadas entre os 10 e os 20km e também entre os 20 e os 30km de distância à cidade-centro. Em consequência, verificamos que a estratégia espacial da Sonae MC acompanhou essa distensão espacial, comportamento reativo que se iniciou no final dos anos 1990 estendendo-se ainda para a primeira década do novo século, particularmente em territórios onde a taxa de crescimento demográfico, além de positiva, mais se acentuou. A insígnia que mais se associou a este período foi, precisamente, aquela que registou um padrão cuja estratégia espacial evidenciou uma tendência superlativamente descentralizada, ou seja, os supermercados Modelo. A título de exemplo, inauguraram-se vários estabelecimentos Modelo que se inserem nesta associação, designadamente os de Mafra (1996), da Tapada das Mercês (1996), do Lourel (1999), da Quinta do Conde (2000), do Pinhal Novo e da Moita (ambos inaugurados em 2001). A reação espacial da cadeia de distribuição a estas tendências de desenvolvimento urbano consolidou-se ainda mais tardiamente, com a inauguração dos supermercados Modelo em Palmela (2008) ou Sesimbra (2009), isto é, em aglomerados de média dimensão. Como demonstramos anteriormente, entre 1991 e 2001 e entre 2001 e 2011, as áreas que registaram maiores crescimentos demográficos localizaram-se nas classes

de distância à cidade-centro entre os 10 e os 40km, sendo igualmente nesses territórios que a estratégia da cadeia de distribuição mais se concentrou com a inauguração de supermercados Modelo. Das 17 unidades inauguradas entre 1991 e 2010, mais de 82% seguiram uma lógica de implantação espacial que ou privilegiaram localizações entre os 10 e os 40km de distância e/ou favoreceram territórios de média dimensão com taxas de crescimento demográfico com uma variação positiva.

Posteriormente ao estágio de desenvolvimento de suburbanização absoluta, o sistema metropolitano indicou uma tendência transitória, entre 2001 e 2011, de abrandamento na tendência de periferização da população residente e, ao mesmo tempo, de recuperação demográfica da cidade-centro, cuja magnitude, embora ainda negativa, foi menos austera comparativamente com as décadas anteriores. Esta evidência, como analisamos, permitiu equacionar a possibilidade de transição para um novo estágio do desenvolvimento urbano, uma vez que se registou um abrandamento do padrão de descentralização da população residente e, por outro lado, algumas freguesias da cidade-centro registaram dinâmicas positivas após décadas de encolhimento demográfico. O declínio do ritmo de crescimento da cintura periférica da aglomeração, consolidado mais significativamente no último exercício censitário, parece ter tido repercussões na estratégia espacial da distribuição alimentar na AML em dois eixos distintos. Em primeiro lugar, a reação da cadeia de distribuição, entre 2011 e 2018, veio demonstrar a aparente falência do investimento em formatos de estabelecimentos de dominante alimentar associados a atributos e localizações espaciais periféricos. Se, por um lado, é correto afirmar que, nos últimos anos, não se registou qualquer inauguração no segmento dos hipermercados da Sonae MC, é igualmente correto declarar, por outro lado, que os supermercados Modelo, que até então revelaram um padrão espacial superlativamente distenso, transformaram a sua estratégia espacial, passando a localizar-se em áreas da cidade-centro ou da periferia imediata e, portanto, descrevendo padrões menos descentralizados. Esta tendência de transformação é ilustrada pela inauguração de duas unidades na cidade-centro entre 2017 e 2018. Em segundo lugar, a abertura de formatos de pequena dimensão veio confirmar o declínio da relevância da cintura periférica na estratégia espacial da cadeia de distribuição. Consequentemente, os supermercados de conveniência Bom Dia e as lojas de proximidade Meu Super foram inaugurados sobretudo na cidade-centro e na sua periferia mais imediata. Estas inaugurações revelaram que a implantação espacial dos estabelecimentos destes formatos não seguiu uma tendência de localização em áreas com as maiores taxas de variação demográficas, mas sim em áreas densamente povoadas, que podem estar a enfrentar tendências de encolhimento demográfico ou tendências embrionárias de reurbanização. Assim, demonstra-se que os estabelecimentos das insígnias Bom Dia e Meu Super tendem a difundir-se pelos aglomerados mais densamente povoados, atestando a relevância do atributo espacial da

proximidade na estratégia espacial privilegiada por esses pontos de venda. Por exemplo, em 2011, a cidade-centro apresentou uma densidade populacional de 10.159 hab./km² e na periferia entre os 0 e os 10km esse valor era igualmente muito elevado (7.551 hab./km²), seguido dos territórios localizados entre os 10 e os 20km da cidade-centro, com apenas 3.388 hab./km² (Tabela 6.2). O declínio demográfico do crescimento da cintura periférica e, paralelamente, a elevada densidade populacional da cidade-centro e da sua periferia mais imediata estão em consonância com a estratégia espacial descrita por estas duas insígnias. Entre 2011 e 2018, cerca de 26% dos supermercados Bom Dia foram inaugurados na cidade-centro e em áreas muito densamente povoadas e 48% na periferia entre os 0 e os 10km. A mesma evidência é ainda descrita pelos supermercados de proximidade Meu Super em que, das 77 inaugurações realizadas entre 2011 e 2018, mais de 31% ocorreram na cidade-centro, seguindo-se a esta os territórios entre os 0 e 10km, onde se localizaram 31 novos pontos de venda desta insígnia. A associação entre a densidade demográfica e a densidade espacial dos estabelecimentos destas duas insígnias permitiu consolidar a análise até aqui empreendida, ficando demonstrada a existência de uma correlação espacial positiva e forte entre os dois processos (supermercado Bom Dia $r=0,689$ e supermercado Meu Super $r=0,716$).

Assim, de um modo geral, a estratégia de crescimento da cadeia de distribuição começou por reagir às tendências de suburbanização mais intensas na primeira coroa suburbana, designadamente entre os 0 e os 10km de distância, e nas áreas pericentrais da cidade-centro, com um investimento significativo no segmento dos hipermercados, que se estendeu, em parte, ao longo dos anos 1990. Nos anos seguintes, entre 1991 e 2001, assistiu-se a um processo de suburbanização que se dilatou para áreas progressivamente mais distantes e com taxas de variação demográficas tendencialmente positivas, dinâmica do desenvolvimento urbano que justificou a expansão espacial dos hipermercados Continente e, muito particularmente, dos supermercados Modelo para territórios localizados entre os 10 e os 40km da cidade-centro. Finalmente, num terceiro momento, o comportamento demográfico das componentes do sistema metropolitano entre 2001 e 2011 vieram demonstrar que a cintura periférica da AML registou a sua pior performance em termos de crescimento demográfico, tendência igualmente considerada na estratégia reativa da cadeia de distribuição alimentar, uma vez que, entre 2011 e 2018, as tendências de distensão espacial das inaugurações se reverteram. Paralelamente ao declínio da pujança demográfica da cintura periférica, as tendências de recuperação do dinamismo da área central parecem ter justificado o investimento em formatos de dominante alimentar de menor dimensão e de maior proximidade, localizados nas áreas mais densas da cidade-centro ou da sua periferia mais imediata. Verificamos também que os supermercados Modelo, apesar de se terem mostrado um formato tendencialmente descentralizado, num último momento, precisamente entre 2011 e 2018, transformaram a sua estratégia espacial,

revertendo a sua implantação em áreas superlativamente periféricas. Este resultado, além de demonstrar o enfraquecimento da importância da cintura periférica, demonstra ainda a relevância, entre 2011 e 2018, de uma estratégia espacial que se tende a aproximar, pela primeira vez, das áreas mais centrais da cidade-centro.

Perante a relação anteriormente estabelecida, é legítimo afirmar que a estratégia espacial da cadeia de distribuição alimentar não foi indiferente às dinâmicas do desenvolvimento urbano. Por isso, é correto afirmar que a distribuição alimentar assumiu estratégias espaciais reativas face às grandes dinâmicas demográficas verificadas no sistema metropolitano. Assim, a suburbanização da distribuição alimentar ocorreu, em parte, devido à suburbanização da área metropolitana. Esta evidência foi particularmente significativa nas primeiras duas fases de crescimento e expansão da cadeia de distribuição em estudo, potenciando, conseqüentemente, um declínio da hegemonia da área central do sistema metropolitano enquanto destino de compras e um investimento em formatos de estabelecimentos de grande dimensão e progressivamente mais dispersos à medida que se foi acentuando a expansão urbana para áreas mais distantes. Por outro lado, esta tendência dominante parece ter vindo a ser desafiada pelo declínio do ritmo de crescimento da cintura periférica. A redinamização demográfica das áreas centrais dos núcleos urbanos, ou, pelo menos, a inversão do seu declínio, pode ser, em parte, um veículo para a mudança da estratégia espacial da cadeia de distribuição alimentar Sonae MC na AML, que, como vimos, tem vindo a apostar em formatos de estabelecimentos de pequena dimensão, localizados em áreas centrais densas, tendo igualmente desinvestido em formatos de grandes dimensões, em parte devido à saturação do mercado, que estão associados a estádios de desenvolvimento pautados por tendências de descentralização da população residente. Verificou-se ainda que, de um modo geral, os formatos de maior dimensão apresentaram um carácter reativo mais dilatado no tempo enquanto a resposta através de pequenos estabelecimentos que se associam à proximidade ao consumidor foi mais imediata.

A Tabela 6.5. sistematiza os casos válidos e inválidos segundo o modelo de análise que estabelecemos para a investigação. Consideremos a suburbanização o estádio do desenvolvimento urbano que mais se intensificou entre 1950 e 2001, independentemente das suas dinâmicas absolutas ou relativas. A transição para um estádio de eventual reurbanização foi sobretudo confirmada com o exercício censitário de 2011. Recordemos que, de acordo com o modelo de análise, associamos os hipermercados Continente e os supermercados Modelo aos estádios de suburbanização e desurbanização e que associamos os supermercados Bom Dia e Meu Super a tendências de desenvolvimento urbano de reurbanização num contexto metropolitano polinucleado. Numa análise geral, a analogia estabelecida apresentou uma validade média consideravelmente elevada, embora tenham sido observados constrangimentos ao modelo de análise.

Tabela 6.5: relação entre o estágio do desenvolvimento urbano e a abertura de estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC na AML (casos válidos e inválidos)

Formato de dominante alimentar e resposta da cadeia de distribuição	Suburbanização (após 1981)				Transição reurbanização (após 2011)			
	Positivo		Negativo		Positivo		Negativo	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Hipermercado Continente	12	100,0	0	0,0	0	0,0	12	100,0
Supermercado Continente Modelo	18	81,8	4	18,2	4	18,2	18	81,8
Supermercado Continente Bom Dia	14	34,1	27	65,9	27	65,9	14	34,1
Supermercado Meu Super	0	0,0	77	100,0	77	100,0	0	0,0
Validade média		86,9	-	13,1		86,9		13,1

Nota: a cor verde indica consonância com o modelo de análise e a cor vermelha indica constrangimento ao modelo de análise da investigação.

Primeiramente realça-se que a totalidade dos hipermercados da AML foram inaugurados em resposta a períodos em que o sistema metropolitano enfrentou um estágio de desenvolvimento urbano integrado na suburbanização da população residente, particularmente nos períodos em que este processo foi mais intenso, não tendo sido inaugurado nenhum estabelecimento desse segmento após o exercício censitário de 2011 ter confirmado que a periferia tinha registado a mais baixa variação demográfica do período em estudo e uma tendência de recuperação da área central. Enquanto formato de dominante alimentar que privilegia atributos espaciais como a acessibilidade, os hipermercados Continente tenderam a localizar-se em áreas suburbanas irrigadas com vias rápidas. Seguidamente, cerca de 82% dos supermercados Modelo foram inaugurados em reação a um período em que o sistema metropolitano experienciou um estágio de suburbanização intenso e, sobretudo, distenso no espaço, como sucedeu entre 1991 e 2010, privilegiando, de certo modo, a localização em aglomerados de média dimensão com ausência de oferta de dominante alimentar da Sonae MC. Ainda assim, cerca de 18% dos supermercados Modelo não se enquadraram no modelo de análise estabelecido. Estes casos decorreram das inaugurações registadas entre 2011 e 2018, que se localizaram na cidade-centro ou na sua periferia mais imediata, num estágio de desenvolvimento transitório em que tal não era previsível. Além de se ter constatado uma redução substancial do investimento neste formato, a estratégia espacial inverteu-se profundamente, pois as inaugurações realizadas nesse período vieram reverter o padrão superlativamente suburbano e periurbano que caracterizava esta insígnia. Consequentemente, apesar destes 4 estabelecimentos constrangerem o modelo de análise, a sua implantação espacial aproximou-se de uma estratégia espacial mais consonante com a dinâmica transitória do desenvolvimento urbano verificada na AML. Em terceiro lugar, os supermercados Bom Dia revelaram, com um elevado grau de validade, estar em consonância com o modelo de análise. Ainda assim, 34% dos estabelecimentos desta insígnia devem ser

interpretados como uma limitação ao modelo analítico, evidência que abrange os supermercados inaugurados entre 1997 e 2007, ou seja, em resposta a um período em que o sistema metropolitano experienciou uma dinâmica geral de suburbanização. Este resultado demonstra que existem outros fatores que podem afetar as estratégias espaciais de uma cadeia de distribuição alimentar, tal como sucedeu nos anos 1990 com a imposição de regulamentações legais face à abertura de novas unidades comerciais de dimensão relevante. Apesar disso, demonstramos também que os supermercados Bom Dia tendem a localizar-se em áreas densamente povoadas e este critério foi também validado nestes 14 estabelecimentos (34%). Por outro lado, 66% dos supermercados Bom Dia confirmaram o modelo de análise, localizando-se em áreas centrais densamente povoadas, e, portanto, invocando um atributo espacial de proximidade. Ao mesmo tempo, este formato registou um maior investimento num período posterior às quebras das dinâmicas demográficas na periferia, acompanhadas de uma recuperação demográfica das áreas centrais. Finalmente, a insígnia das lojas de proximidade Meu Super registou uma total consonância com o modelo de análise, não se tendo assistido a nenhuma inauguração em reação a um período de intensa suburbanização da população residente. A maioria das inaugurações ocorreu a partir de 2013, isto é, poucos anos após a informação censitária ter demonstrado a inversão de uma tendência de crescimento demográfico acentuada da periferia e, paralelamente, uma recuperação relativa da cidade-centro.

Em síntese, em geral, as tendências de inauguração dos hipermercados Continente e dos supermercados Modelo localizaram-se em espaços suburbanos e periurbanos, particularmente junto das principais vias rápidas, infraestruturas que potenciaram o crescimento demográfico dessas áreas. Porém, com a quebra do crescimento periférico e com a saturação dos respetivos formatos, demonstrado através do declínio do ritmo de inaugurações e da respetiva quota de mercado, verificou-se uma transição para outras unidades de maior proximidade e com atributos espaciais menos consonantes com a localização periférica e junto às principais vias rápidas. Assim, num primeiro momento, a aposta no segmento dos hipermercados, ancorados em atributos espaciais como a acessibilidade e facilidade de estacionamento, foi consequência direta da consolidação do processo de suburbanização metropolitana. Posteriormente, a expansão do crescimento periférico para áreas espacialmente mais distensas e de média dimensão veio consolidar essa estratégia espacial, inaugurando-se, além de hipermercados, supermercados de grande dimensão. Mais recentemente, a consolidação das quebras de crescimento periférico e a tendência de recuperação da cidade-centro parecem ter contribuído para uma mudança na estratégia espacial da cadeia de distribuição, por um lado, através da redução do investimento em segmentos de grande dimensão, implantados junto aos principais eixos viários, e, por outro lado, pela forte aposta em formatos de pequena dimensão, que possibilitaram uma fase de recentralização da estratégia espacial da Sonae MC na AML.

A relação entre as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as dinâmicas territoriais da distribuição alimentar da Sonae MC na AML encontra-se sistematizada no corema da Figura 6.39. A linguagem coremática mobiliza um processo de assimilação espacial que permite, a partir de um conjunto de mapas⁵⁰, construir um modelo que simplifique as estruturas subjacentes a uma determinada realidade. Segundo Fonseca & Valadão (2018), os modelos são mapas que possibilitam analisar interações e relações de causalidade entre os fenómenos espaciais para a composição de uma determinada realidade, representando a sua materialidade e as forças que a originam ou condicionam (Brunet, 2001). Através deste corema, podemos identificar as dinâmicas do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na AML.

Em primeiro lugar, destacam-se os principais eixos de desenvolvimento suburbano que cresceram significativamente até 1981 e que extravasam os limites do tecido urbano consolidado. Os aglomerados da primeira coroa suburbana, designadamente os dos municípios da Amadora e de Odivelas, bem como do eixo Oeiras-Cascais e, com menor intensidade, do eixo que se prolonga até Vila Franca de Xira, na margem norte, e alguns dos aglomerados de génese industrial dos municípios de Almada, do Seixal, do Barreiro e do Montijo, na margem sul, apresentaram ritmos de crescimento demográfico muito acelerados comparativamente com a cidade-centro, que registou crescimentos globais positivos essencialmente explicados pelo incremento demográfico significativo das freguesias pericentrais. Esta dinâmica de expansão da primeira coroa suburbana, que permitiu a configuração de uma aglomeração regional adjacente à cidade-centro, foi estruturada em torno das principais vias rodoferroviárias, na margem norte, e, na margem sul, através de movimentos pendulares, numa primeira fase, ancorados preferencialmente no transporte fluvial. Se compararmos essa evolução com a dinâmica territorial inicial da distribuição alimentar da Sonae MC, verificamos que os primeiros estabelecimentos a serem inaugurados pela cadeia de distribuição se localizaram, de um modo geral, em áreas onde a expansão suburbana mais se intensificou até 1981, ou seja, em territórios próximos da cidade-centro. Deste modo, os primeiros hipermercados Continente foram inaugurados, no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, nos principais eixos de expansão da primeira coroa suburbana, com uma evidente seletividade territorial que privilegiou a margem norte da AML, graças aos elevados contingentes demográficos quando comparados com os valores da margem sul, aventando-se ainda a importância da conclusão de alguns dos mais importantes eixos rodoviários estruturantes da expansão suburbana. Por exemplo, o hipermercado da Amadora e a inauguração do primeiro hipermercado Continente num centro comercial no município de Cascais são ilustrativos dessa estratégia territorial. Ainda assim, no mesmo período, a Sonae MC não ignorou o crescimento de

⁵⁰ Os mapas de suporte à construção do corema foram apresentados ao longo do capítulo 6.

alguns dos aglomerados da primeira coroa suburbana da margem sul, tendo localizado, no município do Montijo, o seu primeiro grande supermercado Modelo na AML.

Em segundo lugar, o processo de desenvolvimento urbano da AML consolidou-se nos anos 1990 e seguintes com uma dinâmica de suburbanização caracterizada por uma crescente distensão espacial, o que justificou a transição dos eixos de desenvolvimento urbano para áreas da segunda coroa suburbana e também periurbanas, sobretudo após o recenseamento de 1991. Entre os principais eixos de expansão identificaram-se, num primeiro momento, a progressiva densificação dos aglomerados mais distantes de Sintra, um eixo de desenvolvimento orientado para o município de Loures e ainda a consolidação mais expressiva de um outro eixo direcionado para Vila Franca de Xira. Também os territórios mais distantes da faixa costeira nos municípios de Oeiras e Cascais registaram uma densificação significativa posterior a 1991. Na margem sul, a distensão espacial do processo de suburbanização afigurou-se, numa primeira fase, relevante com o crescimento demográfico registado em alguns aglomerados dos municípios de Almada e, sobretudo, do Seixal, localizados a distâncias maiores relativamente ao Rio Tejo. Num segundo momento, na margem norte, as dinâmicas do desenvolvimento urbano caracterizaram-se pelo aparecimento de eixos ainda mais dilatados no espaço, ilustrados pelo município de Mafra, e, na margem sul, pelos municípios de Sesimbra e de Palmela. Comparando esta dinâmica do desenvolvimento urbano com a estratégia espacial desenvolvida pela Sonae MC, verificamos que, em geral, a partir de finais dos anos 1990 e sensivelmente até 2010, se registou uma tendência reativa de distensão espacial da distribuição alimentar com a proliferação de formatos de grande dimensão que acompanhou os principais padrões espaciais do desenvolvimento urbano verificados. Neste contexto, foram inaugurados diversos estabelecimentos de dominante alimentar em áreas que, muito provavelmente, até então, não justificaram a sua implantação. São exemplos disso as inaugurações no final dos anos 1990 dos supermercados Modelo em alguns dos aglomerados dos municípios de Sintra, de Mafra e de Vila Franca de Xira, e, já nos anos 2000, as inaugurações dessa mesma insígnia nos municípios do Seixal, de Sesimbra e de Palmela, na margem sul. Também os hipermercados Continente desenvolveram uma lógica de implantação espacial semelhante, afastando-se espacialmente das áreas que já apresentavam alguma oferta de dominante alimentar da cadeia de distribuição, integrando, em vários casos, lojas-âncora de centros comerciais.

Finalmente, as tendências do desenvolvimento urbano representadas a vermelho pretendem sistematizar duas propensões nas dinâmicas urbanas centro-periferia da AML. Além da periferia ter vindo a registar taxas de crescimento sucessivamente menores num período mais recente, a cidade-centro tem vindo a recuperar da sua dinâmica demográfica intensamente negativa. Se, por um lado, os eixos de expansão da periferia metropolitana não registaram grandes alterações,

com exceção, por exemplo, do crescimento de alguns aglomerados dos municípios de Mafra, de Alcochete ou de Sesimbra, por outro lado, merece destaque a nova tendência demográfica que se tem vindo a consolidar na cidade-centro do sistema metropolitano e, mais especificamente, em algumas das suas freguesias centrais, que, desde 1981, não registavam uma dinâmica positiva. O recenseamento de 2011 permitiu confirmar que, comparativamente com as décadas anteriores, o ritmo de declínio da área central não foi tão intenso. Esta nova dinâmica demográfica parece ter sido decalçada pela estratégia espacial da Sonae MC. Por um lado, a estabilização dos eixos de desenvolvimento urbano periféricos e, sobretudo, a redução de novos eixos de crescimento suburbanos ou periurbanos comparativamente com as décadas anteriores, dinâmicas que contribuiriam para o abrandamento da robustez demográfica da periferia, permitem explicar que as inaugurações de estabelecimentos de dominante alimentar tenham diminuído significativamente na cintura periférica. Ao mesmo tempo, as áreas consolidadas do sistema metropolitano, particularmente as da cidade-centro, têm vindo a receber, sobretudo após 2011 e pela primeira vez, o investimento de algumas das insígnias de dominante alimentar da Sonae MC. Contrariamente aos eixos de expansão suburbanos e periurbanos, onde predominou uma oferta ancorada em empreendimentos de grande dimensão, também integrados em complexos comerciais que ultrapassam a oferta de dominante alimentar, e de maior acessibilidade potencial, liderada pelos hipermercados Continente e supermercados Modelo, as dinâmicas territoriais da distribuição alimentar da Sonae MC têm sido lideradas por estabelecimentos de menor dimensão das insígnias Bom Dia e Meu Super, localizados no interior de tecidos urbanos consolidados e de maior densidade. Importa ainda realçar que os supermercados Modelo têm invertido a lógica de implantação espacial superlativamente dispersa que até então os caracterizava e que, desde 2011, têm igualmente desencadeado uma nova estratégia espacial, centrada na cidade-centro.

Assim, a representação coremática aclara que as estratégias espaciais da distribuição alimentar são, em parte, condicionadas pelas dinâmicas do desenvolvimento urbano do sistema metropolitano. Após períodos de forte crescimento demográfico da cintura periférica, primeiro em áreas adjacentes à cidade-centro e, posteriormente, em áreas progressivamente mais distensas, que justificaram o investimento em formatos de grande dimensão, com os quais a Sonae MC foi povoando a AML, mais recentemente, têm sido as áreas residenciais consolidadas, sobretudo da cidade-centro, que, combinando o declínio da hegemonia demográfica da periferia metropolitana com a tendência de inversão das dinâmicas de encolhimento da cidade-centro, têm contribuído para a reorganização do padrão das estratégias espaciais da Sonae MC na AML.

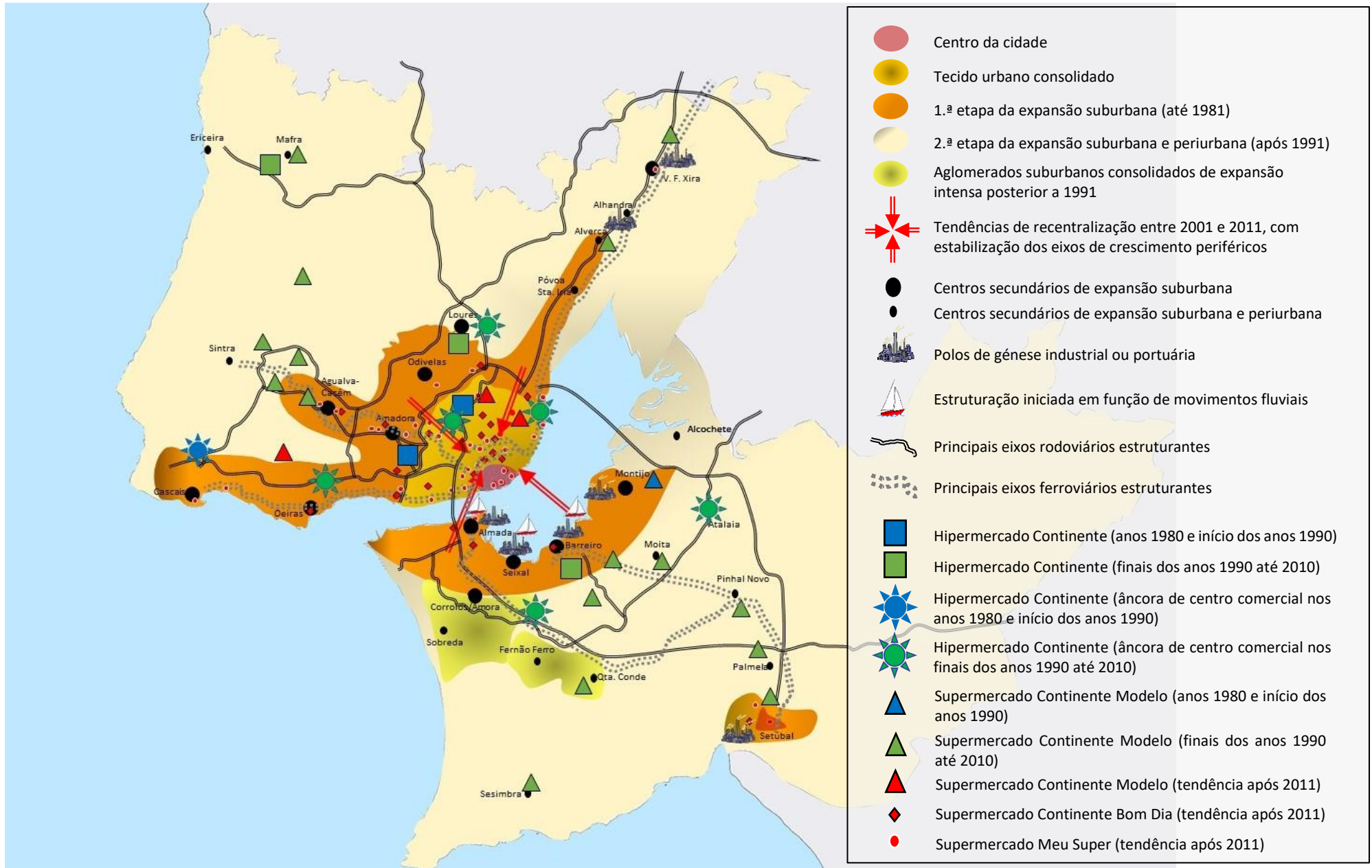


Figura 6.39: corema-síntese: dinâmicas territoriais do desenvolvimento urbano e da distribuição alimentar da Sonae MC na AML

7. Discussão e considerações finais

A investigação desenvolvida tinha como intenção discutir e relacionar a evolução da organização espacial da distribuição de dominante alimentar com as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano em contexto metropolitano, tendo-se considerado como caso de estudo a principal cadeia de distribuição a operar no mercado português: a Sonae MC. A investigação permitiu obter resultados sobre a evolução das estratégias espaciais dessa cadeia de distribuição e a sua relação com a evolução espaço-temporal do desenvolvimento urbano na AML.

Afigura-se relevante, neste momento da investigação, recordar as três hipóteses secundárias propostas inicialmente que concorreram para o desenvolvimento da hipótese geral do estudo. Relembremos, então, as hipóteses apresentadas:

- ⌘ **H1.** O modelo dos estádios do desenvolvimento urbano permite reconstruir a vida de um sistema metropolitano, traduzindo-se em momentos de centralização e de descentralização que seguem etapas sucessivas de urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização.
- ⌘ **H2.** O aparecimento de novos conceitos de estabelecimentos resulta de uma estratégia adaptativa desenvolvida pelas cadeias de distribuição a fim de responder aos desafios do mercado, desinvestindo ou abandonando determinados formatos e privilegiando outros.
- ⌘ **H3.** O espaço, através dos seus atributos, revela-se um actante que condiciona a localização dos diferentes formatos de estabelecimentos, uma vez que este, sob a forma de capital, é estrategicamente mobilizado pelas cadeias de distribuição nas suas estratégias espaciais.
- ⌘ **HG.** A relação entre a cidade e o comércio alimentar tem-se transformado no espaço e no tempo, transitando de uma relação umbilical para relações de progressivo divórcio e de conveniência, mutações que decorrem, em grande medida, das transformações nas dinâmicas do desenvolvimento urbano.

Em relação à H1, a investigação demonstrou que o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano permite reconstruir a vida urbana da AML, tendo sido possível identificar diversas tendências espaciais e temporais de distribuição da população residente, designadamente a transição de uma metrópole para uma região metropolitana polinucleada. Porém, apesar da analogia do ciclo espacial inerente ao modelo, a evolução espaço-temporal da vida urbana da AML não foi consentânea com mudanças sucessivas e lineares, tal como concebido originalmente no modelo dos estádios do desenvolvimento urbano (Klaassen *et al.*, 1981; Rodrigue *et al.*, 1997). Neste contexto, a investigação indica que, entre 1950 e 2011, a AML não registou uma transição sucessiva entre estádios de

urbanização, suburbanização, desurbanização e reurbanização. Em primeiro lugar, no período em análise, o sistema metropolitano não se inscreveu num estágio de urbanização, uma vez que os crescimentos médios demográficos observados na periferia metropolitana foram sempre superiores aos crescimentos médios registados na cidade-centro, implicando, portanto, um enquadramento num estágio de suburbanização. Em segundo lugar, o processo de suburbanização ocorreu com diferentes intensidades, permitindo concluir que a AML se caracteriza por uma tendência de elevada heterogeneidade nos espaços suburbanos, designadamente na sua tipologia e densidade (Audirac *et al.*, 2012; Rérat, 2012). Num primeiro momento, particularmente entre 1950 e 1981, a análise revelou que o crescimento ocorreu em áreas próximas da cidade-centro a um ritmo explosivo, contribuindo para o esvaziamento da cidade-centro, para, num momento posterior, após 1991, se expandir para áreas mais distensas no espaço, porém a ritmos mais lentos, à semelhança do descrito por Barata-Salgueiro (1997, 2001, 2006). Em terceiro lugar, a não-linearidade do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano foi ainda ilustrada pelo retrocesso do sistema metropolitano, entre 1970 e 1981, para uma fase de suburbanização relativa após um período de suburbanização absoluta. Tal deveu-se a uma inversão do declínio demográfico da cidade-centro, justificada pelo saldo migratório explosivo ocorrido nos anos 1970, o que fez aumentar a pressão habitacional nas áreas centrais, facto que o modelo não prevê, à semelhança do que sucedeu noutros contextos (Morelli *et al.*, 2014). Em quarto lugar, era expectável que, após um estágio de desenvolvimento cujos parâmetros demográficos da cidade-centro, da periferia e da aglomeração se sintonizaram com características associadas a um período de suburbanização, o sistema metropolitano avançasse para um estágio de desurbanização. O período entre 1981 e 1991 foi aquele que mais se aproximou das características desse estágio, porém, apesar do reduzido crescimento da periferia, do declínio significativo da cidade-centro e da ligeira diminuição da capacidade atrativa da AML, a aglomeração não experienciou declínios demográficos, impossibilitando, portanto, o avanço para o terceiro estágio do desenvolvimento urbano. Deste modo, contrariamente ao concebido por Fielding (1994), a desurbanização parece descrever, na AML, uma simples distensão espacial do processo de suburbanização e não uma inversão das lógicas de metropolização, tal como problematizou Champion (2001). Finalmente, no período entre 2001 e 2011, a análise demonstrou sinais característicos de um período de interregno no desenvolvimento da AML, o que se revelou complexo de compreender no contexto do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano. Mais especificamente, surgiram algumas evidências que implicam que os resultados possam ser interpretados como um período de transição que sugere a passagem de um estágio de suburbanização absoluta para um estágio de potencial reurbanização. Tal tendência justifica-se pelo declínio do ritmo de crescimento da periferia metropolitana e pela inversão da intensidade do declínio demográfico da cidade-centro, aferida pelo

comportamento demográfico positivo registado por algumas freguesias do centro histórico, à semelhança do verificado noutras áreas metropolitanas mediterrâneas (Morelli *et al.*, 2014; Salvati & Carlucci, 2016), o que permite demonstrar as limitações demográficas e organicistas subjacentes a este modelo (Roberts, 1991; Nyström, 1992; Rérat, 2012). Por outro lado, contrariamente ao previsto no modelo, também na AML, a aparente consolidação de dinâmicas de reurbanização ainda não significou o fim do crescimento periférico, mas apenas o seu enfraquecimento, tal como verificaram Champion (2001) e Rérat (2012). Por estes motivos, o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano não descreveu, na AML, um ciclo de vida espacial, que implicaria a sucessão inexorável entre estádios. Ainda assim, para os efeitos desta investigação, a conceptualização regional mobilizada, proposta por Parr (2005), revelou-se satisfatória para a identificação de períodos de centralização e de descentralização no sistema metropolitano, permitindo transpor as conceções do desenvolvimento urbano de escalas intraurbanas para escalas regionais e metropolitanas. Considerando estes argumentos, os resultados da investigação permitem concluir sobre a necessidade de rever parcialmente esta hipótese.

Seguidamente, a investigação conduzida permite-nos concluir sobre a confirmação da H2 através de quatro argumentos, que passamos a apresentar. Em primeiro lugar, a Sonae MC desenvolveu uma estratégia ativa que gerou processos dinâmicos de transformações e renovações constantes, o que permitiu identificar estratégias adaptativas por forma a garantir e consolidar a sua posição no mercado. Como demonstramos, a evolução da distribuição alimentar nas últimas décadas possibilitou, por um lado, assinalar a redução substancial do número de estabelecimentos inseridos no segmento retalhista independente e, por outro, destacar a crescente importância da distribuição moderna e a revolução por ela liderada, particularmente no volume de vendas (Barata-Salgueiro, 1996, 1997; Gardner & Sheppard, 1989; Pratas & Brito, 2019). Porém, ao longo das últimas décadas, o segmento retalhista integrado caracterizou-se por estratégias temporais inconstantes, primeiro com um forte investimento no segmento dos hipermercados e posteriormente no segmento dos supermercados. Esta tendência, em linha com a apresentada por Dawson (1995) ou Birkin *et al.* (2002), verificou-se também na estratégia de investimento desenvolvida pela Sonae MC na AML, tendo sido possível identificar grandes ruturas de distribuição através da evolução do número de estabelecimentos inaugurados. Se, num primeiro momento, os hipermercados foram o formato privilegiado para a entrada no mercado da distribuição alimentar, num segundo momento foram os grandes supermercados que preponderaram e, finalmente, os pequenos supermercados têm vindo a constituir o mais recente pilar do investimento da Sonae MC.

Em segundo lugar, o conceito de *spatial switchings*, desenvolvido por Wrigley & Lowe (2002), permitiu traduzir plenamente as vagas de transformação da organização espacial da distribuição

alimentar da Sonae MC na AML que transitaram das áreas pericentrais e suburbanas, ancoradas na acessibilidade motorizada, para, num último momento, configurar organizações espaciais menos descentralizadas e tendencialmente centradas na proximidade e na conveniência em relação ao consumidor pedestre. Porque as cadeias de distribuição alimentar não iniciam as estratégias espaciais em modelos de organização espacial ancorados na centralidade, a entrada da Sonae MC no mercado da distribuição alimentar na AML circunscreveu-se, num primeiro momento, às áreas suburbanas mais imediatas e com elevado mercado potencial, através de um avultado investimento no segmento dos hipermercados com grande capacidade de atração. Esta tendência foi alimentada, nos anos 1990, pela inauguração de centros comerciais de influência regional nas áreas pericentrais de Lisboa, aí localizados devido à fraca motorização da população residente e nos quais o hipermercado funciona com uma loja-âncora (Bromley & Thomas, 1993a; Burt & Dawson, 1994; Cachinho, 2005). Contudo, a tendência de descentralização atingiu a maior magnitude aquando da abertura de hipermercados e de grandes supermercados localizados em áreas progressivamente mais distensas no espaço. Finalmente, a última transição inverteu esse padrão espacial e sugeriu um regresso às áreas centrais do sistema metropolitano, liderada pela introdução de novos conceitos de estabelecimentos, confirmando, deste modo, a hipótese sugerida por Kellerman (1985) e Dawson (1995) de que a tendência de descentralização do retalho alimentar pode ser invertida.

Em terceiro lugar, as reconfigurações temporais e espaciais que foram caracterizando o *portfólio* da Sonae MC na AML descreveram uma clara sincronização com o conceito de destruição criativa de Schumpeter (1950 [1942]), implicando uma mutação na estrutura empresarial, designadamente através do aparecimento de novas fórmulas comerciais que visam responder aos desafios do mercado e que resultam da saturação de uma realidade e da necessidade de desenvolver novos formatos adaptativos, tal como apresentado por Ozuduru *et al.* (2013) e por Tester (2009). Este argumento é ilustrado tanto pelas transições espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na paisagem metropolitana, que detalhamos no parágrafo anterior, como também pela introdução e desenvolvimento de novos conceitos de lojas de dominante alimentar ao longo das últimas décadas. Nos anos 1990, a Sonae MC desenvolveu dois conceitos. Por um lado, os hipermercados Continente, com os quais foi povoando as principais localizações e com os quais pretendeu saturar o mercado na AML, concorrendo com outros grupos de distribuição que investiram no mesmo segmento de mercado, e, por outro lado, os grandes supermercados Modelo, que podem ser considerados uma réplica dos hipermercados Continente, mas adaptados, em dimensão e sortido, a centros urbanos de menor dimensão. Os supermercados Modelo são, portanto, uma fórmula que adapta o conceito de hipermercado a territórios cujo mercado potencial pode não justificar a sua implantação, o que possibilitou a expansão territorial da Sonae MC para áreas progressivamente mais distantes da cidade-

centro e de menor densidade. Num último momento, apesar desta fórmula comercial ter sido introduzida no final dos anos 1990, foi mais recentemente que a sua importância na estratégia de investimento da Sonae MC mais se acentuou. Referimo-nos aos pequenos supermercados Bom Dia, localizados em áreas centrais de elevada densidade. O seu aparecimento, ainda nos anos 1990, implicou uma adaptação da cadeia de distribuição aos desafios decorrentes de imposições legais que vieram limitar a abertura de grandes superfícies (Barata-Salgueiro, 1996). Por isso, a Sonae MC desenvolveu um novo conceito, de menor dimensão, que permitiu respeitar as imposições legais e, ao mesmo tempo, conquistar quota de mercado em áreas até então sem implantação de outros formatos da cadeia, primeiramente nos principais bairros residenciais da cidade de Lisboa e, posteriormente, nas áreas suburbanas mais imediatas, constituindo uma verdadeira corrida no espaço metropolitano (Wood & McCarthy, 2014). A par destes condicionalismos, a introdução de novas fórmulas comerciais pela Sonae MC decorre ainda do esgotamento dos modelos de abastecimento ancorados nas grandes superfícies, sobretudo do hipermercado, argumento inteiramente transposto das realidades francesa e inglesa para o contexto metropolitano de Lisboa (Herbert *et al.*, 2018; Wood & McCarthy, 2014). A penetração no mercado de distribuição alimentar da AML de novos formatos de menor dimensão, onde se inserem, além dos supermercados Bom Dia, também as lojas de proximidade em regime de *franchising* Meu Super, é resultado do progressivo abandono dos modelos de abastecimento alimentar ancorados no tempo rápido do automóvel, veiculados pelo segmento dos hipermercados e até dos grandes supermercados com elevados raios de atração (Cachinho, 2005, 2010; Dawson, 1995, 2002). O desinvestimento por parte da Sonae MC nesses formatos tem permitido a emancipação e a redescoberta de outros que valorizam a proximidade e a conveniência, atributos que caracterizavam os modelos de abastecimento anteriormente liderados pelas mercearias e pelos puros-alimentares e que parecem, novamente, caracterizar as estratégias espaciais recentes do retalho alimentar, em linha com o discutido por Gasnier & Guillemot (2011) e Öner & Larsson (2014). Deste modo, as transformações no modelo de abastecimento das famílias, atentamente reconhecidas pelos grandes distribuidores, implicaram que se desenvolvessem novas fórmulas comerciais dissonantes desses modelos de abastecimento profundamente descentralizados. Como tal, estas mudanças potenciaram o investimento em novos conceitos de forma a responder a uma mudança no mercado protagonizada pela crescente apologia do tempo lento e da conveniência (Cachinho, 2010; Wood & McCarthy, 2014), adaptando-se aos indivíduos com agendas mais complexas (Southerton, 2003) e ainda ao segmento de consumidores mais idoso (Meneely *et al.*, 2009), que, devido a constrangimentos espaço-temporais, não consegue deslocar-se a um grande supermercado ou hipermercado, preferindo, portanto, a proximidade das novas fórmulas comerciais localizadas no interior de bairros residenciais densos, resultados que estão em consonância com os argumentos de

alguma da literatura existente (Birkin *et al.*, 2002; Bromley & Thomas, 1993b Dawson, 1995, 2002; Leboulenger, 2012; Lemoine & Duchemin, 2010; Meissonnier, 2002). A saturação do modelo de massificação ancorado nas grandes superfícies é ainda ilustrada pela diminuição da sua importância no número de inaugurações mais recentes, o que possibilitou a transição da estratégia espacial da Sonae MC na AML para uma distribuição espacial tendencialmente mais centralizada, e ainda pelo declínio do volume de vendas que tem caracterizado o segmento dos hipermercados desde o final dos anos 1990, à semelhança do que sucedeu noutros contextos metropolitanos (Wrigley & Lowe, 2002; Wood & McCarthy, 2014). Os supermercados de pequena dimensão das insígnias Bom Dia e Meu Super são, por estes motivos, as fórmulas reativas desenvolvidas pela Sonae MC para responder à saturação do mercado ancorado nas grandes superfícies e à falta de espaço para a implantação de unidades de grande dimensão nos principais tecidos urbanos consolidados (Alonso, 1960). Os pequenos supermercados, praticamente inexistentes no início da presente década, representam atualmente mais de metade dos estabelecimentos explorados pela cadeia na AML. Constituem, por isso, a resposta da Sonae MC à progressiva rejeição dos consumidores em despenderem tempo para espaços-destino localizados em áreas de compras massificadas, proporcionadas pelas grandes superfícies em localizações periféricas, evidência também espelhada em diversos estudos (Herbert *et al.*, 2018; Leboulenger, 2012; Meissonnier, 2002). Ainda assim, apesar dos hipermercados terem sido um conceito de enorme sucesso, este segmento não parece ter sido fortemente abalado pelos supermercados, sobretudo pelos de pequena dimensão, uma vez que, apesar do número de inaugurações dos pequenos supermercados ter aumentado recentemente, a quota de volume de vendas dos hipermercados tem estabilizado nos últimos anos, implicando que a proximidade e a conveniência que é conferida aos pequenos supermercados lhes reserva um papel importante na compra quotidiana e de complemento que é realizada nas áreas residenciais por alguns consumidores que efetuam a compra forte nos hipermercados, embora, como apontam Teixeira (1996) ou Herbert *et al.* (2018), a euforia pelos modelos de abastecimento descentralizados esteja a diminuir. Por isso, em linha com Cachinho & Barata-Salgueiro (2016), também na AML se podem distinguir dois tipos de áreas comerciais de dominante alimentar: as de influência regional, orientadas para o automóvel e lideradas pelo hipermercado, e as de proximidade e de conveniência, orientadas para a satisfação de necessidades diárias dos consumidores pedonais e lideradas pelos pequenos supermercados que vão povoando o interior das áreas centrais. O abandono total do investimento no segmento dos hipermercados e o progressivo desinvestimento nos supermercados de grande dimensão estão, sobretudo, associados à saturação do mercado, como foi demonstrado por Wood & McCarthy (2014), seja pelos estabelecimentos explorados pela Sonae MC, seja pelas unidades exploradas por outras cadeias de distribuição.

Por fim, o quarto argumento que atesta a importância do conceito de destruição criativa nesta investigação alberga as morfologias espaço-temporais das estratégias implementadas pela Sonae MC e que ilustram a importância da inovação como mecanismo que visa preservar a posição da cadeia no mercado. Através das sucessivas estratégias adaptativas, no espaço e no tempo, a cadeia continua a garantir o domínio do mercado através do aumento do número de estabelecimentos e do volume de vendas. Depois de pouco mais de duas décadas de avultado investimento em formatos de grandes dimensões, que viabilizaram um padrão espacial de abastecimento alimentar progressivamente mais descentralizado, o recente investimento nos supermercados de pequena dimensão e a redução ou mesmo ausência de inaugurações das fórmulas comerciais de grandes dimensões têm permitido à Sonae MC desenvolver, recentemente, uma forte estratégia de expansão na AML que, deste modo, é realizada de forma mais discreta, resultado da aposta em segmentos com menores custos associados ou ainda através de parcerias em regime de *franchising*. Estas opções estratégicas, lideradas pela rede de lojas Continente Bom Dia e Meu Super, potenciam uma expansão ainda mais acelerada na inauguração de novas unidades e de cobertura territorial e ainda no aumento da quota de mercado, tal como discutido por Burt & Dawson (1994) e Cachinho (2005). Estes conceitos comerciais da Sonae MC desenvolvem lógicas complementares com uma proposta de valor baseada na proximidade e têm proporcionado, por um lado, o aumento da importância do segmento dos pequenos supermercados, quer no número de pontos de venda quer no volume de vendas, e, por outro, permitido concorrer diretamente com as lojas de desconto de outras cadeias de distribuição, que, até então, praticamente monopolizavam o abastecimento alimentar no interior de áreas residenciais densas (Wrigley & Lowe, 1996, 2002; Bromley & Thomas, 1993a; Meneely *et al.*, 2009). Estes argumentos comprovam a existência de um comportamento adaptativo contínuo que envolve uma transformação da estrutura interna da empresa em resposta às mudanças e aos desafios do mercado, no espaço e no tempo.

A terceira hipótese secundária definida nesta investigação é igualmente confirmada. Em primeiro lugar, as estratégias espaciais desenvolvidas pela Sonae MC na AML permitiram cartografar diversas transições espaciais, sugerindo que o espaço metropolitano foi percecionado, ao longo do tempo, de forma diferenciada pela cadeia de distribuição. A mudança no sistema de distribuição alimentar resulta das decisões e das práticas de diferentes atores com repercussões espaciais diversas. Agindo ativamente, a Sonae MC foi acompanhando as mudanças que a AML foi inscrevendo no seu território, o que permitiu, a partir das propriedades espaciais, retirar vantagens competitivas do espaço e consolidar a posição da cadeia de distribuição na AML. Este argumento é ilustrado, por exemplo, pelas mudanças no padrão e morfologia espaciais da estratégia da Sonae MC, que descreveram, num primeiro momento, uma preferência por áreas pericentrais e da primeira coroa

suburbana, para, num segundo momento, acentuar a sua estratégia de descentralização e, finalmente, desinvestir nessas lógicas espaciais e aproximar-se dos centros das principais áreas residenciais consolidadas.

Em segundo lugar, determinados atributos espaciais, como a acessibilidade e a facilidade de estacionamento, começaram por desempenhar uma importância significativa na estratégia da cadeia. Por exemplo, num momento inicial da estratégia de implantação e de crescimento do grupo na AML, a rede rodoviária e as condições de acessibilidade por ela veiculadas permitiram valorizar a seleção de determinados locais em detrimento de outros para a implantação das primeiras grandes superfícies de dominante alimentar, em linha com o discutido por Bromley & Thomas (1993a) e Wrigley & Lowe (2002). Como ficou demonstrado, particularmente os hipermercados Continente privilegiam lógicas de implantação espacial de proximidade às vias e nós rodoviários de maior acessibilidade. Deste modo, a localização das superfícies de grande dimensão beneficiou da conclusão de alguns projetos rodoviários que vieram potenciar as condições de mobilidade motorizada, demonstrando que a seleção destes locais permitiu potenciar a lógica de funcionamento desses empreendimentos (Amcoff, 2016; Dawson, 1995; Kellerman, 1985). O capital ou, se quisermos, a mais-valia que o interesse por estes espaços de elevada acessibilidade significa para a Sonae MC não está desconectada da lógica de funcionamento dos hipermercados, caracterizada por um tipo de formato que surge mais disjuntamente no espaço devido ao seu elevado nível de atração. Tal como discutido por Balsas (1999) ou Colla (2003), as compras agrupadas são uma tendência pesada da compra em hipermercado que tende a privilegiar o automóvel como principal meio de transporte. Consequentemente, a melhoria do sistema de transportes na área metropolitana, primeiro através da concretização das radiais e das circulares regionais na envolvente da cidade-centro, e, posteriormente, através dos avanços possibilitados pela expansão das principais vias rápidas para áreas progressivamente mais distantes e com crescente mercado potencial possibilitaram a emancipação de novas e melhores condições de acessibilidade e mobilidade na AML, atributos que foram ativamente explorados na estratégia de expansão da Sonae MC, sobretudo na inauguração de grandes superfícies comerciais que beneficiam da proximidade às principais vias rápidas, quer por questões logísticas quer por questões de venda (Cachinho, 2010; Öner, 2017).

O terceiro argumento para comprovar a terceira hipótese é dado pela crescente saturação do mercado das grandes superfícies. Como constatamos pela confirmação da hipótese anterior e de acordo com Bennison *et al.* (1995), Herbert *et al.* (2018) e Wood & McCarthy (2014), o esgotamento dos modelos de abastecimento ancorados nas grandes superfícies tem justificado o deslocamento do investimento de unidades de grande dimensão, que privilegiam o tempo rápido do automóvel e a compra forte, para o investimento em estabelecimentos de menor dimensão e de maior proximidade

ao consumidor, sendo este o pilar atualmente mais representativo da estratégia espacial da Sonae MC na AML. Consequentemente, os pequenos supermercados das insígnias Bom Dia e Meu Super recusam as lógicas de implantação espacial protagonizadas pelas grandes superfícies. Recentemente, além de ter desinvestido em formatos de maior dimensão, os atributos espaciais que configuram a estratégia da Sonae MC na AML também se alteraram, denotando-se uma clara aproximação ao consumidor pedonal e às áreas residenciais mais densas da cidade-centro ou com potencial turístico, em linha com o descrito por Dawson (1995, 2002) e Herbert *et al.* (2018).

Deste modo, o capital veiculado pelos atributos espaciais associados a elementos como as vias rápidas ou os parques de estacionamento foi substituído pela importância de elementos como as áreas residenciais e o consumidor pedonal. A análise empreendida permitiu demonstrar, em parte, que a textura do espaço se revelou um importante agente de diferenciação, tendo fornecido à cadeia Sonae MC um conjunto de condições que enformaram a sua ação estratégica. O espaço não é neutro e a sua textura contribui, de facto, para a diferenciação dos territórios, tal como sugeriram Deleuze & Guattari (2008), tendo permitido concluir que o espaço e os seus atributos são mobilizados de forma diferenciada pela Sonae MC, que introduz, em diferentes momentos, por um lado, formatos comerciais que melhor se ajustam à sua estratégia de crescimento na AML e, por outro, formatos caracterizados por diferentes atributos espaciais que tendem a privilegiar determinados territórios em detrimento de outros. Neste contexto, a estratégia de crescimento da Sonae MC na AML esteve ancorada, nos primeiros anos, em segmentos de mercado de grande dimensão, onde os atributos espaciais dos espaços pericentrais e da primeira coroa suburbana, designadamente a boa acessibilidade rodoviária, a existência de espaço a baixo preço e ainda a possibilidade de estacionamento, foram privilegiados pela cadeia de distribuição. Num segundo momento, o desenvolvimento urbano de áreas progressivamente mais distantes da cidade-centro possibilitou uma diferenciação geográfica desses lugares, contribuindo para uma progressiva descentralização seletiva do investimento para espaços caracterizados, uma vez mais, pela elevada acessibilidade rodoviária, pela existência de estacionamento, bem como por um crescente mercado potencial, o que justificou a expansão mais tardia das grandes superfícies da Sonae MC para esses territórios. Mais recentemente, os atributos do espaço suburbano e periurbano deixaram de ser valorizados pela cadeia de distribuição na persecução da sua estratégia de expansão na AML, uma vez que o funcionamento do sistema comercial se alterou, sendo atualmente a proximidade ao domicílio e não a acessibilidade motorizada o atributo espacial que caracteriza as tendências recentes do mercado da grande distribuição e a corrida que as grandes cadeias de distribuição enformam no espaço (Lemoine & Duchemin, 2010; Herbert *et al.*, 2018; Wood & McCarthy, 2014). Assim, as alterações descritas pela estratégia espacial da Sonae MC na AML subentendem que os distintos formatos dos

estabelecimentos e os atributos espaciais que privilegiam se alteraram, sendo conclusivo que o espaço é mobilizado ativamente por forma a responder aos desafios do mercado (Lévy, 2014). Deste modo, o espaço incorpora um conjunto de recursos que são explorados ativamente por um ator, isto é, por uma cadeia de distribuição, que lhe permite tirar vantagens de forma a responder aos choques do mercado e ainda garantir a sua posição no mercado da distribuição alimentar na AML (Lévy & Lussault, 2003; Mace, 2017).

Apesar destes argumentos, não devemos olvidar que as estratégias espaciais definidas pela Sonae MC na AML não tendem a ignorar, além da concentração populacional e dos atributos espaciais anteriormente discutidos, a estrutura sociodemográfica e o novo comportamento de abastecimento alimentar na AML e ainda a concorrência de outros grupos de distribuição. Por exemplo, a implantação de alguns dos primeiros hipermercados em determinados eixos, particularmente no eixo ocidental da AML Norte, parece refletir as diferenças socioeconómicas existentes, contribuindo, também, para uma textura territorial diferenciada (Cachinho, 1992; Teixeira, 1996). Mais recentemente, como apontam Birkin *et al.* (2002), Dawson (2002) ou Gardner & Sheppard (1989), a introdução das pequenas lojas de conveniência não pode estar dissociada de uma estrutura etária progressivamente mais grisalha que se caracteriza por constrangimentos espaço-temporais na ida ao hipermercado enquanto modelo de abastecimento massificado e dirigido a consumidores mais motorizados (Bauman, 1998b; Bromley & Thomas, 1993b; Lipovetsky, 2007; Meneely *et al.*, 2009). Também a existência de outras cadeias de distribuição alimentar a operar na AML deve ser equacionada na formulação de estratégias espaciais das cadeias de distribuição alimentar. Por estes motivos, a afirmação feita na H3 pode ser afinada, em futuras investigações, com outras dimensões que interferem numa textura diferenciada do espaço geográfico e que, desse modo, podem contribuir para explicar as estratégias espaciais da distribuição alimentar numa área metropolitana.

Finalmente, a investigação permitiu confirmar a hipótese geral enunciada. Na AML, à semelhança de outros contextos metropolitanos mais desenvolvidos, a relação que se estabelece entre a cidade e o comércio alimentar experienciou profundas mudanças, no espaço e no tempo. Apesar do período em análise nesta investigação não ter, por um lado, permitido identificar um estágio de urbanização do sistema metropolitano e, por outro lado, o caso de estudo empírico ter sido uma cadeia de distribuição que só surgiu nos anos 1980, tal não significa que, antes da entrada de atores mais dinâmicos no mercado, não existissem outros que exploravam a venda a retalho alimentar (Barata-Salgueiro, 1996; Cachinho, 1992; Fernandes *et al.*, 2000). Demonstramos essa evidência, por exemplo, com o sucessivo declínio das mercearias e dos puros-alimentares na estrutura de retalho alimentar e ainda com a estrutura marcadamente monocêntrica que caracterizou o povoamento da AML até 1950 e, embora com menor intensidade, até 1960, com o predomínio de aglomerados com importantes contingentes demográficos na cidade-centro. Outros estudos, como o de Alves (2010),

demonstraram que nas freguesias da cidade de Lisboa, entre o final do século XIX e o início do século XX, período em que a cidade-centro cresceu mais rapidamente do que a periferia metropolitana, predominava o pequeno comerciante independente, resultando numa correlação positiva e forte entre população e licenças de estabelecimentos alimentares. Com a expansão urbana de Lisboa para norte e, mais tarde, para as freguesias pericentrais, Teixeira (1996) deixou claro que o número de mercearias se expandiu com mais significado nesses espaços e reduziu-se nas freguesias da área central, o que traduz o declínio demográfico observado e a consequente redução da procura por esses estabelecimentos nesses territórios. Além disso, os primeiros supermercados do segmento retalhista associado, que surgiram nos anos 1960, localizaram-se nos principais eixos de expansão da cidade. Perante isto, a preponderância demográfica da cidade de Lisboa no contexto metropolitano potenciou a hegemonia da Baixa enquanto destino de compras, revelando a importância das lógicas hierárquicas na organização espacial do comércio (Gaspar, 1977; Öner, 2014), sendo, no caso do retalho alimentar, a proximidade uma das características mais salientes dessa organização.

No entanto, foi com a intensificação do processo de metropolização da AML que as transformações nas estruturas comerciais mais se acentuaram. A consolidação do processo de suburbanização da população residente potenciou o interesse das principais cadeias de distribuição alimentar no mercado português e, mais especificamente, nas suas áreas metropolitanas (Barata-Salgueiro, 1989, 1996). A Sonae MC representa um desses atores mais dinâmicos que não foram indiferentes à consolidação de um estágio de crescente suburbanização da população na AML. Isto significou que a progressiva descentralização da população residente concorreu para a expansão da oferta do retalho de dominante alimentar para os espaços suburbanos. Num primeiro momento, a estruturação da AML caracterizou-se por uma crescente dinâmica de densificação da coroa suburbana adjacente à cidade, junto dos principais eixos rodoviários estruturantes que potenciaram o seu crescimento (Cheshire, 1995; Champion, 2001; Soja, 1995, 2001), que foi decalcada pela Sonae MC. A cadeia começou por estruturar a sua estratégia espacial na AML com uma evidente aposta nos espaços pericentrais e suburbanos mais imediatos da cidade-centro do sistema metropolitano, localizando aí os seus primeiros hipermercados. Este novo formato de estabelecimentos, que se foi descentralizando ao longo do tempo, permitiu concentrar a oferta alimentar e até não-alimentar num mesmo espaço, rompendo com a lógica hierárquica e tradicional que até então estruturava a venda a retalho (Guy, 2007; Teller, 2008; Wrigley & Lowe, 2002). A lógica de implantação dos hipermercados privilegiou os espaços pericentrais e suburbanos, onde, a par com as boas condições de acessibilidade e de estacionamento, existia uma deficiente estrutura comercial, inadaptada para responder à crescente procura das populações suburbanas (Cachinho, 1994, 2005). Os atributos espaciais privilegiados por este novo formato subverteram a tendência de abastecimento alimentar dominada pela cidade-centro, possibilitando a consolidação de um mercado massificado descentralizado. Esta estratégia da Sonae MC contribuiu para a transformação da relação entre a cidade e o comércio, possibilitando um

progressivo afastamento entre estas duas esferas, uma vez que a concentração de diversos produtos num único estabelecimento potenciou a compra agrupada, à semelhança do verificado por Balsas (1999), Bromley & Thomas (1993a) ou Chiodelli & Moroni (2015), o que é consentâneo com o padrão mais descentralizado desenvolvido por este formato, dados os elevados níveis de atração para a compra forte. Consequentemente, os consumidores começaram a realizar parte das suas compras de bens alimentares e para o lar em espaços pericentrais e suburbanos acessíveis, o que contribuiu para o enfraquecimento do elo de ligação entre a cidade e o comércio, simbolicamente representado pela ascensão de um estado de divórcio. Num segundo momento, a partir do final dos anos 1990, a intensidade desse estado de divórcio foi particularmente amplificada pelo crescimento suburbano para áreas ainda mais distensas no espaço metropolitano, dinâmica atentamente vigiada pela cadeia de distribuição Sonae MC que rapidamente respondeu com uma nova estratégia espacial igualmente mais descentralizada, liderada, sobretudo, pelos supermercados Modelo. Esta insígnia tende a localizar-se em áreas de média dimensão com algum mercado potencial, mas onde, em determinado momento, não se justifica a implantação de um hipermercado. Este facto revela que os fortes crescimentos demográficos registados em áreas progressivamente mais distensas no espaço e, tal como descrito por Cachinho (1992), com dinâmicas urbanas até então mais letárgicas, onde o processo de metropolização chegou mais tardiamente, não foi ignorado pela estratégia de crescimento da Sonae MC na AML, tendo sido inaugurados diversos estabelecimentos em territórios até então sem oferta de dominante alimentar da cadeia. Deste modo, desde a entrada da Sonae MC na AML, nos anos 1980, a estratégia espacial foi decalcando os principais eixos de estruturação da AML, revelando, por isso, uma estratégia reativa às principais dinâmicas de desenvolvimento urbano que foram surgindo no espaço e no tempo: primeiro, em áreas pericentrais e da primeira coroa suburbana nos anos 1980 e 1990 e, mais tarde, na transição para o novo milénio, para áreas progressivamente mais distantes, onde o processo de suburbanização se consolidou mais tardiamente e onde a oferta de dominante alimentar da Sonae MC era inexistente. De forma conjunta, ambos os momentos se caracterizaram pelo progressivo divórcio entre a cidade-centro e o retalho alimentar, resultante da progressiva descentralização espacial da população residente que permitiu esboçar uma verdadeira revolução comercial da periferia metropolitana e que potenciou a consolidação de regimes de abastecimento pós-hierárquicos com estruturas descentralizadas, liderados pelos hipermercados Continente e pelos grandes supermercados Modelo.

Embora o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano preveja um estágio de desurbanização, na AML, tal não se verificou, tendo ocorrido um simples processo de dilatação espacial do processo de suburbanização (Champion, 2001; Fielding, 1994), que culminou na expansão e proliferação de diversos aglomerados de média dimensão em territórios mais distantes da cidade-centro que foram, também mais tarde, explorados pelos estabelecimentos de dominante alimentar da Sonae MC. Além da AML não ter experienciado um verdadeiro estágio de desurbanização, também

a Sonae MC não desenvolveu, através do comportamento descrito pelo seu *portfólio* de dominante alimentar, estratégias a-espaciais, sugerindo, por isso, que o espaço importa na configuração da estratégia espacial da cadeia de distribuição alimentar, apesar de se ter registado a difusão do hipermercado e do grande supermercado enquanto formatos de abastecimento alimentar para áreas espacialmente mais distensas. Esta evidência foi demonstrada, por um lado, pelo aumento do número de estabelecimentos retalhistas da Sonae MC, significando que a loja física desempenha um papel fulcral na venda a retalho alimentar, e, por outro lado, pelo alargamento espacial do tecido retalhista em consonância com as grandes etapas do processo do desenvolvimento urbano. Deste modo, à semelhança do discutido por Fernie (1995) e por Pratas & Brito (2019), a procura das compras *online* e *mobile* de produtos alimentares é reduzida, demonstrando que a importância da loja física, sobretudo dos formatos de proximidade, se tem sobreposto à a-espacialidade protagonizada pelas plataformas digitais na venda a retalho alimentar.

Por fim, apesar da AML não ter experienciado um estágio de reurbanização tal como conceptualizado por Klaassen *et al.* (1981), o exercício censitário de 2011 permitiu equacionar o advento de uma nova tendência de desenvolvimento urbano caracterizada pelo declínio da pujança de crescimento da periferia metropolitana e pela recuperação demográfica da área central, sugerindo o advento de um estágio de reurbanização. Neste momento, o sistema metropolitano parece enfrentar um estado de interregno e de transição, tal como conceptualizado por Bauman *et al.* (2015), em que o estágio de suburbanização ainda vigora, mas parâmetros característicos de um estágio de reurbanização parecem começar a caracterizar a nova dinâmica do desenvolvimento da AML. Esta nova transição indicia, assim, um enfraquecimento das tendências de descentralização lideradas pela periferia metropolitana e uma tendência de recuperação da área central da aglomeração. Esta emergente dinâmica do desenvolvimento urbano também não foi ignorada pela cadeia de distribuição Sonae MC, uma vez que novos formatos, de menor dimensão, foram desenvolvidos e adaptados à nova realidade do mercado, revertendo as estratégias espaciais lideradas pelos hipermercados e pelos grandes supermercados, em linha com as tendências apontadas por Dawson (1995) e Herbert *et al.* (2018). As insígnias Bom Dia e Meu Super lideram a reação da Sonae MC a esta nova dinâmica urbana da área metropolitana e atestam o esgotamento dos modelos de abastecimento massificados e periféricos, tendo optado por uma oferta de dominante alimentar com lógicas de implantação espacial tendencialmente centradas em áreas densamente povoadas na cidade-centro da AML ou onde a presença de população temporária e turística é relevante, sugerindo um regresso progressivo às lógicas de proximidade e de valorização das áreas centrais na venda a retalho alimentar num contexto metropolitano policêntrico, tal como discutiram Reigadinho *et al.* (2017). Além disso, os resultados estão em linha com a hipótese embrionária avançada por Kellerman (1985), pois, após uma estrutura espacial de distribuição da população residente e do retalho alimentar descentralizada, a quebra da dinâmica demográfica da periferia e a inversão do encolhimento demográfico das áreas centrais têm

caracterizado a nova tendência do desenvolvimento urbano, à qual a Sonae MC, através dos seus pequenos supermercados, parece estar a responder. Por isso, a Sonae MC, após um período de claro investimento em formatos de grande dimensão, localizados em áreas pericentrais e suburbanas e, mais tarde, periurbanas, em resposta a um intenso processo de suburbanização que se foi dilatando espacialmente, tem revertido essa lógica de implantação espacial, reagindo, deste modo, às tendências de redução da pujança demográfica da periferia e de recuperação da área central do sistema metropolitano. Esta nova estratégia espacial da cadeia, que se iniciou de forma importante após 2011, recusa o investimento em formatos-destino descentralizados e distantes, que privilegiam atributos espaciais associados à acessibilidade motorizada, e tem vindo a privilegiar os pequenos supermercados de bairro, veiculando uma estratégia espacial que passa, pela primeira vez, a estar inserida na cidade-centro ou nas áreas centrais da sua envolvente mais imediata, potenciando, desse modo, uma nova relação de conveniência e de proximidade entre a cidade e o retalho alimentar. Apesar disso, os hipermercados e os pequenos supermercados tendem a complementar-se, uma vez que a presença dessas pequenas superfícies no interior dos bairros residenciais é dirigida a uma procura de rotina e de complemento que, quer pela proximidade à residência quer pelos horários de funcionamento mais alargados, é conveniente, enquanto o hipermercado privilegia lógicas de compra agrupada (Amcoff, 2016; Gardner & Sheppard, 1989).

Por todos estes argumentos, fica demonstrado que a Sonae MC, contrariamente à generalidade do segmento retalhista independente, tem um melhor conhecimento do mercado, o que lhe garante maior sucesso nas suas decisões, como ilustra, por exemplo, a constante estratégia adaptativa desenvolvida pela cadeia de distribuição por forma a responder às novas tendências e desafios do mercado, nomeadamente através do desenvolvimento de novas fórmulas comerciais (Schumpeter, 1950 [1942]). Se, num primeiro momento, as estruturas de abastecimento de grande dimensão da Sonae MC se sintonizaram com os intensos processos de suburbanização da população, estruturados pela mobilidade automóvel, num último momento, a saturação do mercado das grandes superfícies, a alteração e a crescente segmentação dos modelos de abastecimento alimentar e o enfraquecimento de tendências de descentralização espacial da população residente justificaram o alargamento dos segmentos de distribuição de dominante alimentar da Sonae MC às superfícies de menor dimensão, inseridas em áreas residenciais, com uma forte aposta no comércio de itinerário (Lemoine & Duchemin, 2010; Wood & McCarthy, 2014).

Assim, para se manter competitiva no mercado, a Sonae MC necessitou de, ao longo do tempo, em estreita articulação com as dinâmicas do desenvolvimento urbano, mas não de forma linear, diversificar o *portfólio* de estabelecimentos, acrescentando novos conceitos orientados para distintos perfis de consumidores (Burt & Dawson, 1994; Dawson, 1988; Haase *et al.*, 2010; Meneely *et al.*, 2009; Southerton, 2003). Se, numa primeira fase, o investimento se dirigiu a consumidores motorizados, regendo a localização dos estabelecimentos pelo primado da acessibilidade, mais

recentemente, são a proximidade e o consumidor pedonal que têm influenciado a estratégia de investimento da cadeia, pelo que os conceitos de destruição criativa e de capital espacial implicam que, nas estratégias das cadeias de distribuição, se abandonem determinados lugares e formatos comerciais para investir noutros lugares e noutros formatos, tendo essas mudanças redefinido a organização espacial da distribuição alimentar, bem como as suas lógicas de funcionamento na AML.

As estratégias espaciais desenvolvidas pela Sonae MC atestam as mudanças que se foram registando na relação cidade e comércio. Em detrimento das áreas centrais, e em resposta a um intenso processo de suburbanização metropolitana e de esvaziamento da cidade-centro, a cadeia de distribuição investiu em formatos de grandes dimensões que se localizaram em espaços acessíveis nas áreas pericentrais e da primeira coroa suburbana do sistema metropolitano. Esta relação de progressivo divórcio entre a cidade e o comércio de dominante alimentar acentuou-se quando o processo de suburbanização se dilatou espacialmente e ao qual a Sonae MC, com um investimento ainda mais distenso no espaço em formatos de grandes dimensões, respondeu. Porém, mais recentemente, a relação de divórcio entre a cidade e o comércio de dominante alimentar tem-se esbatido, tendo-se transitado para novas relações de conveniência que decorrem da saturação dos modelos de abastecimento liderados pelas grandes superfícies descentralizadas e, ao mesmo tempo, pelo declínio do ritmo de crescimento da periferia metropolitana e por uma inversão do declínio significativo da cidade-centro. Deste modo, a Sonae MC desenvolveu novos conceitos de dominante alimentar, de menor dimensão, que puderam localizar-se nas áreas residenciais consolidadas da AML e, em particular, na cidade-centro, promovendo, através destas fórmulas comerciais, modelos de abastecimento alimentar mais ancorados na proximidade e com lógicas espaciais menos descentralizadas, o que permite confirmar a hipótese geral da investigação.

Finalmente, importa ainda reconhecer que, apesar das dinâmicas do desenvolvimento urbano terem estruturado o padrão espacial reativo da distribuição alimentar da Sonae MC, a hipótese geral não contempla, por exemplo, o papel da concorrência na estratégia espacial da Sonae MC, que pode, naturalmente, condicionar a geografia da distribuição alimentar e o tempo de resposta da cadeia. Por outro lado, alguns dos supermercados Bom Dia, que associamos ao último estágio de desenvolvimento urbano, acabaram por surgir num momento estratégico no final dos anos 1990 não devido a uma transformação na dinâmica do desenvolvimento urbano do sistema metropolitano, mas graças a constrangimentos legais que decorreram das novas imposições ao licenciamento de grandes superfícies a partir de 1992 ou da introdução de um novo regime de licenciamento de unidades comerciais de dimensão relevante, em 1997. Estas limitações advogam, por isso, que as estratégias espaciais da distribuição alimentar na AML compõem um processo mais complexo e dinâmico que deve ser enquadrado juntamente com outros processos que, a par da metropolização da AML, compreendem o sistema político-económico do mercado português, as imposições legais que dele decorrem e ainda as mudanças socioeconómicas e comportamentais no perfil do consumidor. Por

isso, futuras investigações devem discutir mais profundamente as mudanças que ocorreram no sistema de distribuição alimentar enquanto um resultado que pressupõe uma grande diversidade de atitudes e práticas, seja no lado da oferta, seja no lado da procura.

A Figura 6.40 sistematiza, através da linguagem coremática, as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano e as estratégias espaciais desenvolvidas pelo setor de venda a retalho alimentar numa determinada área metropolitana.

Com a entrada no mercado das cadeias de distribuição, em detrimento de uma estratégia que privilegia a cidade-centro, num primeiro momento, tendem a ser favorecidos os territórios onde a oferta é insuficiente, investindo-se em estabelecimentos de grande dimensão, com uma grande área de influência e amplo sortido, localizados em áreas com elevada acessibilidade e facilidade de estacionamento. Assim, acompanhando a descentralização da população residente para as áreas suburbanas mais imediatas, estruturadas em torno dos principais eixos rodoferroviários, as cadeias de distribuição desenvolvem estratégias descentralizadas, investindo em estabelecimentos associados aos segmentos dos hipermercados e dos grandes supermercados nas áreas pericentrais da cidade-centro e nos espaços suburbanos adjacentes, junto das principais vias rápidas.

Ao longo do tempo, assiste-se a uma progressiva descentralização da população residente que tende, numa segunda fase, a privilegiar eixos de estruturação rodoviários nas áreas suburbanas e periurbanas espacialmente mais distensas. As cadeias de distribuição alimentar vão acompanhando essa dinâmica do desenvolvimento urbano, através da inauguração de diversas unidades, normalmente de grande dimensão, junto dos novos aglomerados em expansão. Além da persecução do investimento no segmento dos hipermercados, estes tendem agora a estar acoplados a um centro comercial de influência regional, aumentando a sua capacidade de atração. Uma vez mais junto das principais vias rodoviárias, os hipermercados funcionam como loja-âncora dos principais enclaves cénicos de influência regional que vão polvilhando a cintura periférica da área metropolitana, representados pelo centro comercial. A par disso, em determinadas áreas industriais e portuárias, é comum observar-se um investimento por parte das cadeias de distribuição nesses territórios, alocando a eles um hipermercado que funciona, uma vez mais, como locomotiva de um complexo comercial numa frente ribeirinha que pode liderar projetos de regeneração urbana. Por outro lado, surge uma segunda vaga de supermercados de grande dimensão que vão desenvolvendo uma estratégia espacial mais distensa, localizando-se em aglomerados de média dimensão e em expansão nas áreas suburbanas e periurbanas mais afastadas da cidade-centro.

Finalmente, o abrandamento do crescimento da cintura periférica e, sobretudo, a recuperação demográfica e o potencial de população temporária das áreas centrais da cidade-centro parecem legitimar a hipótese do esgotamento dos modelos metropolitanos de abastecimento descentralizado. Numa última etapa, as cadeias de distribuição tendem a privilegiar uma estratégia espacial menos dispersa e mais centralizada, particularmente nas áreas consolidadas da cidade-centro. Essa reconfiguração das estratégias espaciais das cadeias de distribuição no espaço metropolitano caracteriza-se, por um lado, pelo progressivo ou total desinvestimento em formatos de lojas de grande dimensão na cintura periférica e, por outro lado, pela aposta em novos conceitos de estabelecimentos, de um modo geral de pequena dimensão, como os supermercados de proximidade e as lojas de conveniência, que se vão localizando em áreas onde, até então, a presença do *portfólio* de dominante alimentar da cadeia era reduzida ou inexistente. Usufruindo do potencial de mercado oferecido pela recentralização demográfica, pelo declínio das tendências de descentralização da população residente e ainda pela crescente população flutuante na cidade-centro, as cadeias de distribuição contribuem, uma vez mais, para a diversificação e segmentação dos ambientes retalhistas de dominante alimentar, através do investimento em supermercados de pequena dimensão.

Neste contexto, num enquadramento metropolitano, num primeiro momento, as cadeias de distribuição, em detrimento das áreas centrais, tendem a desenvolver uma estratégia espacial descentralizada, acompanhando a progressiva descentralização da população residente, alimentando uma relação de divórcio entre a cidade e o retalho alimentar para, num último momento, apostarem em novas fórmulas comerciais com padrões espaciais mais centralizados, contribuindo para o desenvolvimento de relações de conveniência, mais flexíveis, ancoradas na proximidade e na centralidade, neste último caso, quando integradas em projetos de regeneração urbana.

Em suma, tal como deixamos claro através da discussão das hipóteses definidas e do corema-síntese apresentado, esta investigação tinha como principal propósito analisar as relações entre as dinâmicas espaciais do desenvolvimento urbano e as dinâmicas espaciais da distribuição de dominante alimentar na AML, tendo-se mobilizado uma estrutura conceptual que envolvia o modelo dos estádios do desenvolvimento urbano de Klaassen *et al.* (1981) e os conceitos de destruição criativa de Schumpeter (1950 [1942]) e de capital espacial, cunhado por Lévy & Lussault (2003). Apesar de algumas limitações, os resultados empíricos testemunham o potencial deste quadro teórico na análise da evolução dessas relações.

Este estudo abre, por isso, trilhos para o aprofundamento do tema das dinâmicas do desenvolvimento urbano e das estratégias espaciais desenvolvidas pelas principais cadeias de distribuição alimentar. Compaginam-se, desde já, três possibilidades para futuras investigações. Em primeiro lugar, o aparelho metodológico que permitiu reconstruir as dinâmicas do desenvolvimento urbano tem potencial para ser aperfeiçoado. Por um lado, nesta investigação, optou-se por

especializar as dinâmicas do desenvolvimento urbano com os constrangimentos metodológicos impostos pela sua conceção original, designadamente através do congelamento dos limites administrativos das unidades territoriais, o que permitiu minimizar potenciais distorções na análise dos resultados. Porém, a opção mobilizada na espacialização dasimétrica da população residente considerou os territórios artificializados segundo a classificação da COS2015, o que, por conseguinte, não possibilitou reconstruir com exatidão o uso e a ocupação do solo do espaço metropolitano nas décadas anteriores. Reconhecendo o elevado potencial das tecnologias da informação geográfica, a reconstrução dos tecidos artificializados pode ser aprimorada com recurso ao enorme manancial de imagens de satélite e de fotografias aéreas, disponíveis, no contexto da AML, desde meados dos anos 1970. Em segundo lugar, as hipóteses anteriormente discutidas não exaurem o objeto de análise. Por um lado, cada uma delas revela potencial para ser aprofundada com uma nova recolha de instrumentos de observação e também com uma adaptação do modelo dos estádios do desenvolvimento urbano ou, pelo menos, dos seus conceitos estruturantes à realidade descrita pelas áreas metropolitanas mediterrâneas. Por outro lado, a abordagem inerente às estratégias da distribuição alimentar que esta investigação desenvolveu centrou-se numa dimensão eminentemente espacial, implicando que se tenha atribuído pouca importância a outras transformações nos campos socioeconómico, demográfico e comportamental, que parecem ter igualmente contribuído para as estratégias espaciais desenvolvidas pela Sonae MC na AML. Esta opção permitiria, assim, um aprofundamento de outros processos dinâmicos e complexos que explanam as estratégias espaciais desenvolvidas pelas principais cadeias de distribuição alimentar. Além destes, também a concorrência e as limitações impostas por regulamentações legais podem ser fatores que, em futuras investigações, permitam discutir as mudanças espaciais da distribuição alimentar com maior profundidade. Em terceiro lugar, existe ainda a possibilidade de se aplicar o aparelho metodológico mobilizado nesta investigação para aferir as transições espaciais da distribuição alimentar a outros casos de estudo com intenções fundamentalmente comparativas. Apesar da Sonae MC ser a cadeia de distribuição alimentar que detém a maior quota de mercado em Portugal, seria relevante para o aprofundamento da informação disponibilizada nesta investigação verificar se outras cadeias que exploram os mesmos segmentos de mercado tendem a desenvolver estratégias espaciais semelhantes e, até, reativas à cadeia-líder no mercado.

Referências bibliográficas

- Alonso, W. (1960). A theory of urban land market. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 6, 149-157. <https://doi.org/10.1111/j.1435-5597.1960.tb01710.x>
- Alonso, W. (1964). *Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*. Cambridge: Harvard University Press.
- Alves, D. (2010). *A República atrás do balcão: os lojistas de Lisboa na fase final da Monarquia (1870 a 1910)*. (Tese de Doutoramento). Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Alves, T. (2005). *Geografia dos Serviços: reestruturação produtiva e inovação social*. Estudos para o Planeamento Regional e Urbano n.º 60. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Ambrose (1974). *The Quiet Revolution: Social change in a Sussex village 1871-1971*. Londres: Sussex University Press.
- Amcoff, J. (2016). The geographical redistribution of retail outlets in Sweden 1998-2008. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(3): 242-259. <https://doi.org/10.1080/09593969.2016.1147477>
- Arrabaça, P. (2002). *Formas urbanas na cidade construída – Agualva-Cacém, 1953-2001*. (Dissertação de Mestrado). Lisboa: Universidade de Lisboa.
- Ascher, F. (1998). *Metapolis: acerca do futuro da cidade*. Oeiras: Celta Editora.
- Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (2009). *A evolução da concentração da indústria e da distribuição em Portugal. Relatório Final*. Lisboa: RolandBerger Strategy Consultants.
- Audirac, I., Cunningham-Sabot, E., Fol, S. & Moraes, S. T. (2012). Declining Suburbs in Europe and Latin America. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(2), 226–244. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2011.01093.x>
- Bacqué, M. H. & Fol, S. (1997). *Le devenir des banlieues rouges*. Paris: L’Harmattan.
- Balsas, C. (1999). “The Mall of America (USA) and the Colombo (Portugal) – A comparative study in retail globalization”. In T. Barata-Salgueiro (Ed.), *The globalisation of consumption and retail spaces*. Lisboa: GEGIC, 35-68.
- Barata-Salgueiro, T. & Cachinho, H. (2009). “As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos”. In C. Carreras & S. M. Pacheco (Eds.), *Cidade e Comércio: a rua comercial na perspetiva internacional*. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 9-39.

- Barata-Salgueiro, T. (1989). As novas formas de comércio. *Finisterra*, XXIV (48): 151-217.
<https://doi.org/10.18055/Finis1944>
- Barata-Salgueiro, T. (1996). *Do comércio à distribuição: roteiro de uma mudança*. Oeiras: Celta Editora.
- Barata-Salgueiro, T. (1997). Lisboa, Metrópole Policêntrica e Fragmentada. *Finisterra*, XXXII (63), 179–190. <https://doi.org/10.1080/0035919X.2016.1274277>
- Barata-Salgueiro, T. (2001). *Lisboa, Periferia e Centralidades*. Oeiras: Celta Editora.
- Barata-Salgueiro, T. (2006). Oportunidades e transformação na cidade centro. *Finisterra*, 41(81).
<https://doi.org/10.18055/finis1460>
- Barata-Salgueiro, T., Cachinho, H., André, I., Leite, J., Bairrada, M., Rodrigues, M. J. & Feio, P. A. (2002). *Estratégias empresariais, emprego e empregabilidade no comércio*. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospetiva Económica.
- Barata-Salgueiro, T., Mendes, L. & Guimarães, P. (2017). “Tourism and urban changes: lessons from Lisbon”. In M. Gravary-Barbas & S. Guinand (Eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*. Londres: Routledge, 255-275.
<https://doi.org/10.4324/9781315629759>
- Baudrillard, J. (1991 [1981]). *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Bauman, Z. (1998a). *Globalization: The Human Consequences*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Bauman, Z. (1998b). *Work, Consumerism and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2005). *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z., Bauman, I., Kociatkiewicz, J. & Kostera, M. (2015). *Management in a Liquid Modern World*. Cambridge: Polity Press.
- Beaujeu-Garnier, J. & Délobez, A. (1977). “La théorie et pratique de la localisation”. In J. Beaujeu-Garnier & A. Délobez (Eds.), *La Géographie du Commerce*. Paris: Masson, 141-156.
- Beauregard, R. (2003). *Voices of Decline: The Postwar Fate of US Cities*. Oxford: Blackwell.
- Beauregard, R. (2006). The radical break in late twentieth-century urbanization. *Area*, 38(2), 218–220.
<https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2006.00680.x>
- Beck, U. (2000). *What is Globalization?* Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2006 [2004]). *Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. (1994). *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Califórnia: Stanford University Press.

- Beguín, H. (1992). Christaller's central place postulates - A commentary. *The Annals of Regional Science*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/BF01581383>
- Benévolo, L. (1993). *The European City*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Bennison, D., Clarke, I. & Pal, J. (1995). Locational Decision Making in Retailing: An Exploratory Framework for Analysis. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09593969500000001>
- Berry, B. (1963). *Commercial structure and commercial blight: retail patterns and processes in the city of Chicago*. Research paper 85. Chicago: University of Chicago.
- Berry, B. (1968). "A synthesis of formal and functional regions using a general field theory of spatial behavior". In B. Berry & D. F. Marble (Eds.), *Spatial analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 419-428.
- Berry, B. J. L. & Garrison, W. L. (1958). A Note on Central Place Theory and the Range of a Good. *Economic Geography*, 34(4), 304-311. <https://doi.org/10.2307/142348>
- Birch, D. L. (1971). Toward a Stage Theory of Urban Growth. *Journal of the American Planning Association*, 37(2), 78–87. <https://doi.org/10.1080/01944367108977361>
- Birkin, M., Clarke, G., & Clarke, M. (2002). *Retail Geography and Intelligent Network Planning*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Boelens, L. (2010). Theorizing practice and practising theory: outlines for an actor-relation-approach in planning. *Planning Theory*, 9(1): 28-62. <https://doi.org/10.1177/1473095209346499>
- Bourdieu, P. (1987). What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups. *Berkeley Journal of Sociology*, 32, 1-18. <https://doi.org/10.2307/41035356>
- Bourdieu, P. (2007 [1979]). *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Bourlakis, M., Papagiannidis, S. & Li, F. (2009). Retail spatial evolution: Paving the way from traditional to metaverse retailing. *Electronic Commerce Research*, 9(1–2), 135–148. <https://doi.org/10.1007/s10660-009-9030-8>
- Bourne, L. S. (1996). Reinventing the Suburbs: Old Myths and New Realities. *Progress in Planning*, 46(3), 163–184. [https://doi.org/10.1016/0305-9006\(96\)88868-4](https://doi.org/10.1016/0305-9006(96)88868-4)
- Breheny, M. J. (1987). Return to the city? *Built Environment*, 13, 189-192.
- Briel, F. (2018). The future of omnichannel retail: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 132, 217–229. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.02.004>

- Bromley, R. & Thomas, C. J. (1993a). *Retail change: contemporary issues*. Londres: Routledge.
- Bromley, R. & Thomas, C. J. (1993b). The retail revolution, the carless shopper and disadvantage. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 18: 222-236. <https://doi.org/10.2307/622364>
- Brown, S. (1992). *Retail Location: A Micro-Scale Perspective*. Aldershot: Ashgate.
- Brown, S. (1993). Retail location theory: Evolution and evaluation. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 3(2), 185–229. <https://doi.org/10.1080/09593969300000014>
- Brunet, R. (2001). *Le déchiffrement du monde : théorie et pratique de la géographie*. Belin: Paris.
- Burt, S. & Dawson, J. (1994). “Da mercearia ao hipermercado: a dinâmica do setor retalhista”. In D. Pinder (Org.), *Europa Ocidental: desafios e mudanças*. Oeiras: Celta Editora, 185-208.
- Buzar, S., Hall, R. & Ogden, P. E. (2007). Beyond gentrification: The demographic reurbanisation of Bologna. *Environment and Planning A*, 39(1), 64–85. <https://doi.org/10.1068/a39109>
- Buzar, S., Ogden, P., Hall, R., Haase, A., Kabisch, S. & Steinführer, A. (2007). Splintering urban populations: Emergent landscapes of reurbanisation in four European cities. *Urban Studies*, 44(4), 651–677. <https://doi.org/10.1080/00420980601185544>
- Cachinho, H. & Barata-Salgueiro, T. (2016). Os sistemas comerciais urbanos em tempos de turbulência: vulnerabilidades e níveis de resiliência. *Finisterra*, 51 (101), 89-109, <https://doi.org/10.18055/finis4134>
- Cachinho, H. (1991). *Centros Comerciais em Lisboa: os novos espaços de consumo*. Estudos para o Planeamento Regional e Urbano n.º 37. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Cachinho, H. (1992). O comércio a retalho na Área Metropolitana de Lisboa: patologias e potencialidades de um setor em mutação. *Sociedade e Território*, 17, 26-37.
- Cachinho, H. (1994). O comércio a retalho na cidade de Lisboa. Reestruturação económica e dinâmicas territoriais. *Finisterra*, XXIX (57), 119-144. <https://doi.org/10.18055/Finis1850>
- Cachinho, H. (2002). *O comércio retalhista português: pós-modernidade, consumidores e espaço*. Lisboa: Gabinete de Estudos de Prospetiva Económica.
- Cachinho, H. (2005). “O comércio retalhista: da oferta de bens às experiências de vida”. In C. A. Medeiros (Dir.), *Geografia de Portugal – Atividades económicas e espaço geográfico*. Lisboa: Círculo de Leitores, 266-331.

- Cachinho, H. (2006). Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna. *Finisterra*, XLI (81): 33-56 <https://doi.org/10.18055/finis1461>
- Cachinho, H. (2010). Dos regimes do tempo no comércio da metrópole contemporânea. *III Colóquio Internacional sobre o comércio e a cidade: uma relação de origem*, São Paulo: 1-24.
- Cachinho, H. (2011). "Urban Retail Dynamics: from shopping spaces to consumer places". In T. Barata-Salgueiro & H. Cachinho (Eds.), *Retail Planning for the Resilient City: consumption and urban regeneration*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, 147-168.
- Cachinho, H. (2014). Consumerscapes and the resilience assessment of urban retail systems. *Cities*, 36, 131–144. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.005>
- Carol, H. (1962). The hierarchy of central functions within the city. *Annals of Association of American Geographers*, 50, 419-438. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1960.tb00359.x>
- Carter, H. (1981 [1972]). *The study of urban geography*. Londres: Edward Arnold.
- Casparis, J. (1967). Metropolitan retail structure and its relation to population. *Land Economics*, 42(2), 212-218. <https://doi.org/10.2307/3145244>
- Castells, M. (1996). *The Information Age. The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2002). Local and global: Cities in the network society. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 93(5), 548–558. <https://doi.org/10.1111/1467-9663.00225>
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan, Q. & Sey, A. (2007). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Champion, A. (1986). The 'Stages of Urban Development' model applied to upper-tier regions in the British Urban System. *Area*, 18(3), 239-245.
- Champion, T. (2001). "Urbanization, Suburbanization, Counterurbanization and Reurbanization". In R. Paddison (Ed.), *Handbook of Urban Studies*. Londres: Sage, 143–162. <https://doi.org/10.4135/9781848608375>
- Cheshire, P. (1995). A New Phase of Urban Development in Western Europe? The Evidence for the 1980s. *Urban Studies*, 32(7), 1045–1063. <https://doi.org/10.1080/00420989550012564>
- Chiodelli, F. & Moroni, S. (2015). Do malls contribute to the privatisation of public space and the erosion of the public sphere? Reconsidering the role of shopping centres. *City, Culture and Society*, 6(1), 35–42. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.12.002>
- Christaller, W. (1933). *Central Places in Southern Germany*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Colla, E. (2003): "France". In S. Howe (Ed.), *Retailing in the European Union: structures, competition and performance*. Londres: Routledge, 23-55.

- Coppack, P. (1988). Reflections on the Role of Amenity in the Evolution of the Urban Field. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 70(3), 353-361. <https://doi.org/10.2307/490336>
- Costa, J. P. (2005). *Bairro de Alvalade: um paradigma do urbanismo português*. Lisboa: Livros do Horizonte.
- D'Alessandro, L. & Salaris, A. (2011). "Retail as an instrument for the revitalization of city center: considerations from two Italian medium-sized cities. In T. Barata-Salgueiro & H. Cachinho (Eds.), *Retail Planning for the Resilient City: consumption and urban regeneration*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, 299-316.
- Daio, O. (2017). *Para a Destruição Criativa de São Tomé e Príncipe – perspetivas para uma Política de Inovação no âmbito do desenvolvimento de STP num horizonte 2030*. Lisboa: Edições Colibri.
- Davidson, W. R., Bates, A. D. & Bass, S. J. (1976). The retail life cycle. *Harvard Business Review*, 89-96.
- Davies, R. L. (1972). Structural models of retail distribution: analogies with settlement and land-use theories. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 57, 59-82. <https://doi.org/10.2307/621554>
- Davis, C. A. & Fonseca, F. T. (2007). Assessing the certainty of locations produced by an address geocoding system. *Geoinformatica*, 11(1), 103–129. <https://doi.org/10.1007/s10707-006-0015-7>
- Dawson, J. (1988). Futures for the high street. *The Geographical Journal*, 154 (1), 1-12. <https://doi.org/10.2307/633470>
- Dawson, J. (1995). Retail trends in Scotland: A review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 23(10), 4–20. <https://doi.org/10.1108/09590559510730444>
- Dawson, J. (2002). Retailing at century end: some challenges for management and research. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 10(2), 119–148. <https://doi.org/10.1080/095939600342325>
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2008). "O liso e o estriado". In G. Deleuze & F. Guattari (Eds.), *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Editora 34, 157-189.
- Distribuição Hoje. (2004, maio). Espanhóis atraídos pela arca frigorífica. *Distribuição Hoje* n.º 317, 20-22.
- Distribuição Hoje. (2005, janeiro). Os hábitos de compra das famílias portuguesas. *Distribuição Hoje* n.º 325, 6-13.
- Distribuição Hoje. (2005, julho/agosto). Lojas pequenas em alta. *Distribuição Hoje* n.º 331, 60.

- Distribuição Hoje. (2005, outubro). Mudar com os consumidores. *Distribuição Hoje* n.º 335, 36-39.
- Distribuição Hoje. (2006, maio). Retalhistas atentos aos séniores. *Distribuição Hoje* n.º 341, 24.
- Distribuição Hoje. (2013, fevereiro). Transações na internet sobem 26% em Portugal. *Distribuição Hoje* n.º 411, 21.
- Drummond, W. J. (1995). Address matching: Gis technology for mapping human activity patterns. *Journal of the American Planning Association*, 61(2), 240–251. <https://doi.org/10.1080/01944369508975636>
- Ebdon, D. (1990 [1977]). *Statistics in Geography*. Oxford: Blackwell.
- Eicher, C. L., & Brewer, C. A. (2001). Dasyetric Mapping and Areal Interpolation: Implementation and Evaluation. *Cartography and Geographic Information Science*, 28(2), 125–138. <https://doi.org/10.1559/152304001782173727>
- Elder, G., & O’Rand, A. (1995). “Adults lives in a changing society”. In K. Cook, G. Fine & J. House (Eds.), *Sociological Perspectives on Social Psychology*. Boston: Pearson, 452-475.
- Eldridge, H. T. (1942). The process of urbanization. *Social Forces*, 338-343.
- Erkip, F., Kizilgün, Ö. & Akinci, G. M. (2014). Retailers’ resilience strategies and their impacts on urban spaces in Turkey. *Cities*, 36, 112–120. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.12.003>
- Farías, I. (2011). Ensamblajes urbanos: la TAR y el examen de la ciudad. *Athenea Digital*, 11(1), 15-40.
- Fernandes, J. R., Cachinho, H. & Ribeiro, C. V. (2000). *Comércio tradicional em contexto urbano: dinâmicas de modernização e políticas públicas*. Porto: Gabinete de Estudos de Desenvolvimento e Ordenamento do Território.
- Fernie, J. (1995). The coming of the fourth wave: new forms of retail out-of-town development. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 23(1), 4-11, <https://doi.org/10.1108/09590559510078061>
- Ferrão, J. & Vala, F. (2001). Delimitação das aglomerações metropolitanas de Lisboa e Porto com base no critério de continuidade de espaço construído. *Revista de Estudos Regionais – Região de Lisboa e Vale do Tejo*, 7-35.
- Fielding, A. J. (1982). Counterurbanisation in Western Europe. *Progress in Planning*, 17(1), 1-52. [https://doi.org/10.1016/0305-9006\(82\)90006-X](https://doi.org/10.1016/0305-9006(82)90006-X)
- Fielding, A. J. (1994). “Contra-urbanização: ameaça ou bênção?”. In D. Pinder (Ed.), *Europa Ocidental. Desafios e mudanças*. Oeiras: Celta Editora, 295-313.

- Fol, S. & Cunningham-Sabot, E. (2010). Urban decline and shrinking cities: A critical assessment of approaches to urban shrinkage. *Annales de Géographie*, 119(674), 359–383. <https://doi.org/10.3917/ag.674.0359>
- Fonseca, M. L. (1990). *População e Território: Do País à Área Metropolitana*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Fonseca, C. & Valadão, R. (2018). Coremática: um olhar geográfico sobre o espaço. *Boletim Goiano de Geografia*, 38(2), 184-204.
- Fox, E., McLaughlin, A. & Postrel, S. (2007). *The impact of retail location on retailer revenues: an empirical investigation*. Dalas: Southern Methodist University.
- Frey (1990). Metropolitan America: beyond the transition. *Population Bulletin*, 45(2), 1-51.
- Frieden, B. J. & Sagalyn, L. B. (1989). *Downtown, Inc. – How America Rebuilds Cities*. Cambridge: MIT Press.
- Gardner, C. & Sheppard, J. (1989). *Consuming passion: the rise of retail culture*. Londres: Unwin Hyman Limited.
- Garneau, S. (2006). *Les mobilités internationales à l'ère de la globalisation. Une comparaison sociologique des carrières spatiales et des socialisations professionnelles d'étudiants français et québécois*. (Tese de Doutoramento). Lyon : Université Lumière-Lyon 2.
- Garner, B. (1966). *The internal structure of retail nucleations*. Evanston: Northwestern University.
- Garreau, J. (1991). *Edge Cities: Life on the New Frontier*. Nova Iorque: Anchor Books.
- Gasnier, A. & Guillemot, L. (2011). "Crisis and resilience of traditional city centres in France". In T. Barata-Salgueiro & H. Cachinho (Eds.), *Retail Planning for the Resilient City: consumption and urban regeneration*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, 63-80.
- Gaspar, J. (1972). *A área de influência de Évora. Sistema de funções e lugares centrais*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Gaspar, J., Resende, A. I. & Ferrão, J. (1977). *Padrões Espaciais do Comportamento da População de Lisboa na Aquisição de Bens e Serviços*. Estudos de Geografia Urbana, n.º 9. Lisboa: Centros de Estudos Geográficos.
- Gaspar, J., Simões, J. M., & Barroso, S. (2005). "Expansão, reabilitação e renovação urbana: lições de experiência urbana". In C. A. Medeiros (Dir.), *Geografia de Portugal – Planeamento e Ordenamento do Território*. Lisboa: Círculo de Leitores, 344-441.

- Gatrell, A. C., Bailey, T. C., Diggle, P. J. & Rowlingson, B. S. (1996). Spatial Point Pattern Analysis and Its Application in Geographical Epidemiology. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 21(1), 256-274. <https://doi.org/10.2307/622936>
- Giddens, A. (1991). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Goldberg, D. (2008). *A Geocoding: best practices guide*. California: University of Southern California.
- Goldberg, D. W., Wilson, J. P. & Knoblock, C. A. (2007). From Text to Geographic Coordinates: The Current State of Geocoding. *Journal of the Urban and Regional Information Systems Association*, 19, 33–46. <https://doi.org/10.1.1.119.714>
- Goodchild, M. F., Anselin, L. & Deichmann, U. (1993). A Framework for the Areal Interpolation of Socioeconomic Data. *Environment and Planning A*, 25(3), 383–397. <https://doi.org/10.1068/a250383>
- Graham, S. & Marvin, S. (2001). *Splintering urbanism: networked infrastructures, technological mobilities and the urban condition*. Londres & Nova Iorque: Routledge.
- Gregory, D., Johnson, R., Pratt, G., Watts, M. & Whatmore, S. (2000 [1981]). *Dictionary of Human Geography*. Londres: Willey-Blackwell.
- Guàrdia, M., Fava, N. & Oyon, J. L. (2010). “Retailing and proximity in a liveable city: the case of Barcelona public markets system”. International Conference on Urban Planning and Regional Development in the Information Society GeoMultimedia. Viena, 621-630.
- Guimarães, P. (2018a). The transformation of retail markets in Lisbon: an analysis through the lens of retail gentrification. *European Planning Studies*, 26(7): 1450-1470. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1474177>
- Guimarães, P. (2018b). The resilience of shopping centres: An analysis of retail resilience strategies in Lisbon, Portugal. *Moravian Geographical Reports*, 26(3): 160–172. <https://doi.org/10.2478/mgr-2018-0013>
- Guimarães, P. (2019). Shopping centres in decline: analysis of demalling in Lisbon. *Cities*, 87, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.021>
- Gutkind, E. A. (1962). *The Twilight of Cities*. Nova Iorque: Free Press of Glencoe.
- Guy, C. (2007). *Planning for Retail Development. A critical view of British experience*. Abingdon: Routledge.

- Haase, A., Bernt, M., Großmann, K., Mykhnenko, V. & Rink, D. (2016). Varieties of shrinkage in European cities. *European Urban and Regional Studies*, 23(1), 86–102. <https://doi.org/10.1177/0969776413481985>
- Haase, A., Kabisch, S., Steinführer, A., Bouzarovski, S., Hall, R. & Ogden, P. (2010). Emergent spaces of reurbanisation: Exploring the demographic dimension of inner-city residential change in a European setting. *Population, Space and Place*, 16(5), 443–463. <https://doi.org/10.1002/psp.603>
- Hall, P. (1971). “Spatial structure of metropolitan England and Wales”. In M. Chisholm & G. Manners (Eds.), *Spatial policy problems of the British Economy*. Cambridge: Cambridge University Press, 96-125.
- Hall, P. (1988). *Cities of tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design Since 1980*. Londres: Wiley-Blackwell.
- Hall, P. & Hay, D. (1980). *Growth Centres in the European Urban System*. Londres: Heinemann Educational Books.
- Hallsworth, A. G. (1994). Decentralization of retailing in Britain: The breaking of the third wave. *Professional Geographer*, 46(3), 296–307. <https://doi.org/10.1111/j.0033-0124.1994.00296.x>
- Harner, J., Huerta, E. J. & Solís, H. C. (2009). Buying Development: Housing and Urban Growth in Guadalajara, Mexico. *Urban Geography*, 30(5), 465–489. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.30.5.465>
- Harvey, D. (1981). The spatial fix – Hegel, Von Thünen, and Marx. *Antipode*, 13(3), 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.1981.tb00312.x>
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge: Blackwell.
- Harvey, D. (2000). *Spaces of Hope*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Harvey, D. (2006). Neo-Liberalism as a creative destruction. *Geografiska Annaler, Series B Human Geography*, 88 (2): 145-158. <https://doi.org/10.1177/0002716206296780>
- Harvey, D. (2012). *Rebel cities, from the right to the city to the urban revolution*. Londres: Verso.
- Haspel, M. & Knotts, H. (2005). Location, location, location: Precinct placement and the costs of voting. *Journal of Politics*, 67(2), 560–573. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2508.2005.00329.x>

- Herbert, M., Robert, I. & Saucède, F. (2018) Going liquid: French food retail industry experiencing an interregnum, *Consumption Markets & Culture*, 21:5, 445-474. <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1462169>
- Hess, P., Sorensen, A. & Parizeau, K. (2007). *Urban Density in the Greater Golden Horseshoe*. Research Paper 209, Toronto: Centre for Urban and Community Studies, University of Toronto.
- Hill, L. L. (2006). *Georeferencing: The Geographic Associations of Information*. Cambridge: Mass MIT Press.
- Hoover, E. & Vernon, R. (1959). *Anatomy of a Metropolis: The Changing Distribution of People and Jobs within the New York Metropolitan Region*. Nova Iorque: Anchor/Doubleday.
- Hotelling, H. (1929). Stability in competition, *Economic Journal*, 39, 41-57. <https://doi.org/10.2307/2224214>
- Hoyt, H. (1939). *The Structure and Growth of Residential Neighborhoods in American Cities*. Washington: Federal Housing Administration.
- Hua, H., Xie, H. & Tanin, E. (2018). Is Euclidean Distance Really that Bad with Road Networks? *Association for Computing Machinery (ACM)*, 11-20. <https://doi.org/10.1145/3283207.3283215>
- Informa D&B (2018). Estudo Sectores de DBK: Distribuição Alimentaria (Mercado Ibérico). Disponível online em https://www.informadb.pt/idbweb/estudosdbk/pt/2018/out_distribuicao_alimentar.pdf [consultado a 04 de abril de 2019] [em linha]
- Ingram, D. R. (1971). The Concept of Accessibility: A Search for an Operational Form. *Regional Studies*, 5(2), 101–107. <https://doi.org/10.1080/09595237100185131>
- Jansson, A. (2007). Texture: a key concept for communication geography. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 185-202. <https://doi.org/10.1177/1367549407075904>
- Jayne, M. (2006). *Cities and Consumption*. Londres: Routledge.
- Jones, K. & Simmons, J. (1990). *The Retail Environment*. Londres: Routledge.
- Jones, S. G., Ashby, A. J., Momin, S. R. & Naidoo, A. (2010). Spatial implications associated with using euclidean distance measurements and geographic centroid imputation in health care research. *Health Services Research*, 45(1), 316–327. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6773.2009.01044.x>
- Kellerman, A. (1985). The suburbanization of retail trade: a U.S. nationwide view. *Geoforum*, 16(1), 15–23. [https://doi.org/10.1016/0016-7185\(85\)90003-X](https://doi.org/10.1016/0016-7185(85)90003-X)

- Klaassen, L., Molle, W. & Paelinck, J. (1981) *Dynamics of Urban Development*. Nova Iorque: St Martin's Press.
- Kobrin, F. E. (1976). The fall in household size and the rise of the primary individual in the United States. *Demography*, 13(1), 127–138. <https://doi.org/10.2307/2060425>
- Kowinski, W. S. (1985). *The Mall of America: An inside look at the great consumer paradise*. Nova Iorque: William Morrow.
- Kroll, F. & Kabisch, N. (2012). The Relation of Diverging Urban Growth Processes and Demographic Change along an Urban-Rural Gradient. *Population, Space and Place*, 18(3), 260–276. <https://doi.org/10.1002/psp.653>
- Lang, R. (2000). Did Neighborhood Life-Cycle Theory Cause Urban Decline?. *Housing Policy Debate*, 11(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/10511482.2000.9521358>
- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of signs and space*. Londres: Sage.
- Latour, B. (1996). On Actor-Network-Theory: a few clarifications. *Soziale Welt*, 47, 369-381. <https://doi.org/10.2307/40878163>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social – an introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Leboulenger, S. (2012). “Les Français Aiment Leurs Commerces de Proximité.” LSA, 12 de outubro 2017. <http://www.lsaconso.fr/les-francais-aiment-leurs-commerces-de-proximite,133752> [consultado a 26 de novembro de 2018] [em linha]
- Lefebvre, H. (1991 [1974]). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- Lemoine, P. & Duchemin, P. (2010). *Les tendances 2011 détectées par L'CEIL – Ces petits faits qui créent la tendance et transforment le quotidien*. Paris: Editions Les Carnets de L'Info.
- Lesthaeghe, R. (1991). *The second demographic transition in Western countries: an interpretation*. Bruxelas: Vrije Universiteit Brussel.
- Lever, W. F. (1993). Reurbanisation - The Policy Implications. *Urban Studies*, 30(2), 267–284. <https://doi.org/10.1080/00420989320080281>
- Lévy, J. (2014). “Inhabiting”. In R. Lee, N. Castree, R. Kitchin, V. Lawson, A. Paasi, C. Philo, S. Radcliffe, S. Roberts & C. Withers (Eds.), *The SAGE Handbook of Human Geography*. Londres: Sage, 45-68.
- Lévy, J. & Lussault, M. (2003). *Dictionnaire de la géographie*. Paris: Belin.

- Lipovetsky, G. (2007). *A Felicidade Paradoxal – Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. (2010 [1987]). *O Império do Efêmero – A moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Lisboa: Dom Quixote.
- Lipovetsky, G. (2016 [1983]). *A Era do Vazio – Ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. & Charles, S. (2011 [2004]). *Os Tempos Hipermodernos*. Lisboa: Edições 70.
- Lösch, A. (1941). *The Economics of Location*. New Haven & London: Yale University Press.
- Lowry, J. R. (2002). The Life Cycle of Shopping Centers. *Business Horizons*, 77-86. [https://doi.org/10.1016/s0007-6813\(97\)90029-x](https://doi.org/10.1016/s0007-6813(97)90029-x)
- Mace, A. (2017). Spatial capital as a tool for planning practice. *Planning Theory*, 16(2), 119-132. <https://doi.org/10.1177/1473095215617000>
- Marques, T. S. (2005). “Sistema urbano e territórios em transformação”. In C. A. Medeiros (Dir), *Geografia de Portugal – Sociedade, Paisagens e Cidades*. Lisboa: Círculo de Leitores, 190-210.
- Marques da Costa, N. (2007). *Mobilidade e Transporte em Áreas Urbanas. O caso da Área Metropolitana de Lisboa*. (Tese de Doutoramento). Lisboa: Universidade de Lisboa.
- Martin, D. (1989). Mapping Population Data from Zone Centroid Locations. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 14(1), 90-97. <https://doi.org/10.2307/622344>
- Martinez-Fernandez, C., Audirac, I., Fol, S. & Cunningham-Sabot, E. (2012). Shrinking Cities: Urban Challenges of Globalization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(2), 213-225. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2011.01092.x>
- McGreal, S. & Kupke, V. (2014). The Spatial Dynamic of Retail Planning and Retail Investment: Evidence from Australian Cities, *Urban Policy and Research*, 32(3), 253-269. <https://doi.org/10.1080/08111146.2014.912984>
- Meissonnier, J. (2002). “Stratégies d’Optimisation des Temps Quotidiens : Le Temps du Repas”. In E. Palomares & D. Desjeux (Eds.), *Alimentations Contemporaines*, 213–237. Paris : L’Harmattan.
- Meneely, L., Strugnell, C. & Burns, A. (2009). Elderly consumers and their food store experiences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(6), 458–465. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.06.006>

- Mennis, J., & Hultgren, T. (2006). Intelligent Dasyetric Mapping and Its Application to Areal Interpolation. *Cartography and Geographic Information Science*, 33(3), 179–194. <https://doi.org/10.1559/152304006779077309>
- Mérenne-Schoumaker, B. (1983). Libre-service et centres commerciaux en Europe : évolution récente. *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, 19, 63-76.
- Merénne-Schoumaker, B. (1987). “Perception of commercial establishments and spatial consumer behavior: some theoretical and empirical thoughts”. In A. Metton (Ed.), *Geographical Research on Commercial Activities*. Paris: IGU, 235-260.
- Miles, S. (2010). *Spaces for Consumption*. Londres: Sage.
- Mills, E. (1992). The measurement and determinants of suburbanization. *Journal of Urban Economics*, 32(3), 377- 387. [https://doi.org/10.1016/0094-1190\(92\)90025-G](https://doi.org/10.1016/0094-1190(92)90025-G)
- Mogridge, M. & Parr, J. B. (1997). Metropolis or region: On the development and structure of London. *Regional Studies*, 31(2), 97–115. <https://doi.org/10.1080/00343409750133233>
- Morais, J. S. & Roseta, F. (2005). *Os Planos da Avenida da Liberdade e seu prolongamento*. Lisboa: Livros do Horizonte.
- Morelli, V. G., Rontos, K. & Salvati, L. (2014). Between suburbanisation and re-urbanisation: revisiting the urban life cycle in a Mediterranean compact city. *Urban Research and Practice*, 7(1), 74–88. <https://doi.org/10.1080/17535069.2014.885744>
- Morgado, P. (2011). *Efeito estruturante das redes de transporte no território. Modelo de análise*. (Tese de Doutoramento). Lisboa: Universidade de Lisboa.
- Morris, A. (1994 [1979]). *History of Urban Form Before the Industrial Revolution*. Harlow: Longman.
- Moss, M. (2007). *Shopping as an entertainment experience*. Lanham: Lexington Books.
- Mumford, L. (1961). *The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects*. Nova Iorque: Harcourt, Brace and World.
- Nações Unidas (2015). World Urbanization Prospects The 2014 Revision. Disponível *online* em <https://esa.un.org/unpd/wup/Publications/Files/WUP2014-Report.pdf> [consultado a 27 de outubro de 2018] [em linha]
- Nações Unidas (2018). 2018 Revision of World Urbanization Prospects. Disponível *online* em <https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html> [consultado a 27 de outubro de 2018] [em linha]

- Nicoleta, A. I. & Cristian, D. D. (2009). The life cycle of shopping centers and possible revitalization strategies. *RePEc*, 536-541.
- Nielsen, A.C. (1990). Relatório de Atualização dos Universos Nielsen. Lisboa: Nielsen Media Research.
- Nielsen, A.C. (2003). Relatórios de Atualização dos Universos Nielsen. Lisboa: Nielsen Media Research.
- Nielsen, A.C. (2016). Anuário Food 2016. Lisboa: Nielsen Media Research.
- Nucci, A. & Long, L. (1996). Spatial and demographic dynamics of metropolitan and non-metropolitan territory in the United States. *International Journal of Population Geography*, 1(2), 165-181. <https://doi.org/10.1002/ijpg.6060010205>
- Nyström, J. (1992). The Cyclical Urbanization Model. A Critical Analysis. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 74(2), 133–144. <https://doi.org/10.2307/490569>
- O'Brien, L. & Harris, F. (1991). *Retailing: shopping, society and space*. Londres: David Fulton Publishers.
- Öner, O. (2014). Which retail services are co-located?. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42 (4), 281-297. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2012-0105>
- Öner, O. (2017). Retail city: the relationship between place attractiveness and accessibility to shops. *Spatial Economic Analysis*, 12 (1), 72-91. <https://doi.org/10.1080/17421772.2017.1265663>
- Öner, Ö. & Larsson, J. (2014). Location and co-location in retail: a probabilistic approach using geocoded data for metropolitan retail markets. *The Annals of Regional Science*, 52 (2), 385-408. <https://doi.org/10.1007/s00168-014-0591-7>
- O'Sullivan, A. (2003). "Suburbanisation and modern cities". In A. O'Sullivan (Ed.), *Urban Economics*. Nova Iorque: McGraw-Hill Irwin, 251-275.
- Ozuduru, B. H., Guldmann, J. & Burby, R. (2013). Retail location and urban resilience: towards a new framework for retail policy. *S.a.P.I.E.N.S.*, 6(1), [online]. <https://doi.org/http://sapiens.revues.org/1620>
- Pacione, M. (2005). *Urban Geography. A Global Perspective*. Oxon & Nova Iorque: Routledge.
- Parr, J. B. (2005). Perspectives on the city-region. *Regional Studies*, 39(5), 555-566. <https://doi.org/10.1080/00343400500151798>
- Pascal, A. (1987). The Vanishing City, *Urban Studies*, 24(6), 597-603. <https://doi.org/10.1080/00420988720080821>
- Pirenne, H. (1946 [1925]). *Medieval Cities: Their origins and the revival of trade*. Nova Jérícia: Princeton University Press.

- PlanetRetail RNG (2017a). Store of the Future. Disponível *online* em <https://lp.planetretail.net/rs/895-ENN-359/images/SOTF%20Final%2011%2010%202017.pdf> [consultado a 05 de março de 2019]
- PlanetRetail RNG (2017b). Global STEIP 2017 Annual Report. Disponível *online* em <https://lp.planetretail.net/rs/895-ENN-359/images/global-steip-20170918.pdf> [consultado a 06 de março de 2019]
- Power, A. (2001). Social exclusion and urban sprawl: Is the rescue of cities possible? *Regional Studies*, 35(8), 731–742. <https://doi.org/10.1080/00343400120084713>
- Pratas, J. M. & Brito, P. Q. (2019). *Distribuição: gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio*. Coimbra: Actual Editora/Almedina.
- Proudford, M. J. (1937). City retail structure. *Economic Geography*, 13, 425-428. <https://doi.org/10.2307/141589>
- Randolph, B. (1991). “Housing markets, labour markets and discontinuity theory”. In J. Allen & C. Hamnett (Eds.), *Housing and Labour Markets: Building the connections*. Londres: Unwin Hyman, 16-51.
- Reckien, D. & Martinez-Fernandez, C. (2011). Why do cities shrink? *European Planning Studies*, 19(8), 1375–1397. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.593333>
- Reigadinha, T., Godinho, P. & Dias, J. (2017). Portuguese food retailers – Exploring three classic theories of retail location. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 102–116. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.015>
- Rérat, P. (2012). The new demographic growth of cities: The case of reurbanisation in Switzerland. *Urban Studies*, 49(5), 1107–1125. <https://doi.org/10.1177/0042098011408935>
- Rérat, P. & Lees, L. (2010). Spatial capital, gentrification and mobility: evidence from Swiss core cities. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 36(1), 126-142. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2010.00404.x>
- Roberts, S. (1991). A Critical Evaluation of the City Life Cycle Idea. *Urban Geography*, 12(5), 431–449. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.12.5.431>
- Robinson, A., Morrison, J., Muehrcke, P., Kimerling, A. & Guptill, S. (1995 [1953]). *Elements of Cartography*. Nova Iorque: Wiley.

- Rodrigue, J.-P., Comtois, C. & Slack, B. (1997). Transportation and spatial cycles: evidence from maritime systems. *Journal of Transport Geography*, 5(2), 87–98.
[https://doi.org/10.1016/S0966-6923\(96\)00073-7](https://doi.org/10.1016/S0966-6923(96)00073-7)
- Rodrigue, J.-P., Comtois, C. & Slack, B. (2017). *The Geography of Transports Systems*. Nova Iorque: Routledge.
- Rodrigues, D., Vala, F. & Monteiro, J. (2002). Áreas de influência das cidades de Lisboa e Vale do Tejo. *Revista de Estudos Regionais – Região de Lisboa e Vale do Tejo*, 43-64.
- Rosa, H. & Scheuerman, W. E. (2009). *High speed society: Social acceleration, power, and modernity*. Pensilvânia: Pennsylvania State University Press.
- Rousseau, J. A. (1997). *Manual de Distribuição. Uma visão global e estruturante da moderna distribuição*. Linda-a-Velha: Abril/Controljornal Editora.
- Rousseau, J. A. (2008). *Manual de Distribuição*. Estoril: Príncipeia.
- Salvati, L., & Carlucci, M. (2016). In-Between Stability and Subtle Changes: Urban Growth, Population Structure, and the City Life Cycle in Rome. *Population, Space and Place*, 22(3), 216–227.
<https://doi.org/10.1002/psp.1877>
- Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Nova Jérícia: Princeton University Press.
- Sassen, S. (2012 [1994]). *Cities in a world economy*. Londres: Sage.
- Schumpeter, J. (1950 [1942]). *Capitalism, socialism and democracy*. Nova Iorque: Harper Perennial Modern Thought.
- Scott, L. M. & Janikas, M. V. (2009). “Spatial statistics in ArcGIS”. In M. M. Fischer & A. Getis (Eds.), *Handbook of Applied Spatial Analysis: software tools, methods and applications*. Springer: Verlag Berlin Heidelberg.
- Shahabi, C., Kolahdouzan, M. R. & Sharifzadeh, M. (2003). A road network embedding technique for K-nearest neighbor search in moving object databases. *Geoinformatica*, 7(3), 255–273.
<https://doi.org/10.1023/A:1025153016110>
- Shurmer-Smith, L. & Burtenshaw, D. (1994). “Degradação e rejuvenescimento urbanos”. In D. Pinder (Eds.), *Europa Ocidental. Desafios e mudanças*. Oeiras: Celta Editora, 163-184.
- Silva, D. G. (2018). Ciclo de urbanização e políticas de regeneração em contexto de metropolização: o caso da Área Metropolitana de Lisboa. *XVI Colóquio Ibérico de Geografia: “Península Ibérica no Mundo: problemas e desafios para uma intervenção ativa da Geografia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, 71-79.

- Silverman, B. (1986). *Density estimation for statistics and data analysis*. Londres: Chapman & Hall.
- Soja, E. (1994). "O desenvolvimento metropolitano pós-moderno nos EUA: virando Los Angeles pelo avesso". In M. Santos, M. A. Souza & M. L. Silveira (Orgs.), *Território, Globalização e Fragmentação*. São Paulo: Hucitec/Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 154-168.
- Soja, E. (1995). "Postmodern urbanization: the six restructurings of Los Angeles". In S. Watson & K. Gibson (Eds.), *Postmodern cities and spaces*. Cambridge: Blackwell, 125-137.
- Soja, E. (2001). "Exploring the postmetropolis". In C. Minca (Ed.), *Postmodern Geography: Theory and Praxis*. Oxford: Blackwell, 37-56.
- Sonae MC (2018). Apresentação da Sonae MC. Nota enviada à CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários). Disponível online em <https://www.sonae.pt/pt/sonae/comunicados/> [consultado a 04 de fevereiro de 2019] [em linha]
- Southerton, D. (2003) Squeezing Time?: Allocating practices, co-ordinating networks and scheduling society. *Time & Society*, 12(1): 5-25. <https://doi.org/10.1177/0961463X03012001001>
- Teixeira, J. A. (1996). *O comércio alimentar na Área Metropolitana de Lisboa nos últimos trinta anos*. (Tese de Doutoramento) Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Teixeira, J. A. (2002). As mudanças no comércio e na distribuição na Área Metropolitana de Lisboa. *Atas do Seminário Planeamento e Desenvolvimento da Área Metropolitana de Lisboa*, Mafra, 14 e 15 de outubro.
- Teller, C. (2008). Shopping streets versus shopping malls – determinants of agglomeration format attractiveness from consumers' point of view. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(4), 381–403. <https://doi.org/10.1080/09593960802299452>
- Tester, K. (2009). Pleasure, Reality, the Novel and Pathology: (Commentary to Zygmunt Bauman: Freudian civilization revisited). *Journal of Anthropological Psychology*, 21, 23-26.
- Urry, J. (2003). Social networks, travel and talk. *The British Journal of Sociology*, 54(2), 155-175. <https://doi.org/10.1080/0007131032000080186>
- Van den Berg, L., Drewett, R., Klaassen, L., Rossi, A. & Vijverberg, C. H. (1982). *Urban Europe: A Study of Growth and Decline*. Oxford: Pergamon Press.
- Veblen, T. (1998 [1899]). "Conspicuous Consumption". In T. Veblen (Ed.), *The Theory of the Leisure Class*. Nova Iorque: Macmillan, 64-70.

- Verhoef, P. C., Kannan, P. K. & Inman, J. J. (2015). From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing. Introduction to the Special Issue on Multi-Channel Retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>
- Virilio, P. (1997). *Open sky*. Londres: Verso.
- Weber, M. (1964). “The urban place and nonplace urban realm”. In M. Weber (Ed.), *Explorations into urban structure*. Pensilvânia: University of Pennsylvania Press, 79-131
- White, H. (2008). *Identity & Control. How Social Formations Emerge?*. Nova Jérσία: Princeton University Press.
- Wilson, J. (2013 [1970]). *Entropy in urban and regional modelling*. Londres: Routledge.
- Wirth, L. (1938). Urbanism Way of Life. *The American Journal of Sociology*, 44(1), University of Chicago Press, 1-24. DOI: <https://www.jstor.org/stable/2768119>
- Wolff, M. (2018). Understanding the role of centralization processes for cities – evidence from a spatial perspective of urban Europe 1990-2010. *Cities*, 75, 20-29. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.01.009>
- Wood, S. & McCarthy, D. (2014). The UK food retail “race for space” and market saturation: a contemporary review. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24(2), 121-144. <https://doi.org/10.1080/09593969.2013.839465>
- Wrigley, N. & Lowe, M. (1996). *Retailing, consumption and capital. Towards a new retail geography*. Londres: Longman.
- Wrigley, N. & Lowe, M. (2002). *Reading retail: a geographical perspective on retailing and consumption spaces*. Londres: Arnold.
- Wrigley, N. & Dolega, L. (2011). Resilience, fragility, and adaptation: New evidence on the performance of UK high streets during global economic crisis and its policy implications. *Environment and Planning A*, 43(10), 2337–2363. <https://doi.org/10.1068/a44270>

ANEXO 1

Estimação e alocação de população residente às unidades territoriais e princípios de validação

Tabela 1: critérios de estimação e alocação de população residente

Requisito	Descrição sumária
Princípio 1	A população residente em cada unidade territorial existente assume o valor que consta no recenseamento populacional dessa década.
Princípio 2	Caso uma freguesia antiga tenha originado uma ou mais novas freguesias, a estimação e respetiva distribuição da população residente assume que a proporção de população residente na unidade territorial x manteve a proporção desde a criação das novas unidades territoriais.
Princípio 3	A soma da população residente nas unidades territoriais com os respetivos limites administrativos atualizados deve ser igual ao valor da população residente na antiga unidade territorial x .
Princípio 4	Uma vez que os limites administrativos dos municípios não se alteraram, a soma da população residente nas novas unidades territoriais deve ser igual ao valor total da população residente no município a que tais unidades pertencem.

A fim de ilustrar cada um destes requisitos, discutimos, através de exemplos concretos, os procedimentos metodológicos associados à estimação da população residente:

- ☞ **Princípio 1:** este princípio indica que uma freguesia, a , existente e cujos limites administrativos não se alteraram no período em análise, assume como valor de população residente o valor real constante nos recenseamentos populacionais, elaborados e aplicados pelo Instituto Nacional de Estatística. Por exemplo, a freguesia da Ericeira, no município de Mafra, apresenta um limite administrativo constante entre 1950 e 2011 e, por isso, atribuiu-se o valor apresentado nos recenseamentos, uma vez que a freguesia já existia. Assim, em 1960, a população residente nessa freguesia era de 3.192 habitantes. Após a atualização dos limites administrativos das unidades territoriais, não se registaram alterações na forma dessa freguesia, pelo que, em 1960, se assume que residiam na Ericeira 3.192 habitantes.
- ☞ **Princípio 2:** este critério é aplicável às unidades territoriais que assumiram uma nova configuração espacial no período em análise, o que implicou uma estimação do valor de população residente (Figura A1). Assim, assume-se que a proporção de distribuição da

população residente para as unidades *b* e *c*, criadas com a reorganização espacial da freguesia *a*, se mantém com a criação das novas unidades *b* e *c*. Por exemplo, na antiga freguesia da Malveira, em 1981, residiam 4.128 habitantes. Em 1991, esta unidade territorial reconfigurou-se, originando as freguesias da Malveira e de São Miguel de Alcinça. A estimação do número de residentes para as décadas anteriores à criação das novas freguesias implica que se tenha assumido que o padrão de distribuição da população residente se manteve homogéneo até à sua criação. Assim, em 1991, residiam na freguesia da Malveira 3.638 habitantes e na freguesia de São Miguel de Alcinça 778 habitantes, totalizando 4.416 habitantes. Consequentemente, em 1991, a proporção de população residente na Malveira representava 82,38% do total de habitantes e a proporção residente em São Miguel de Alcinça correspondia a 17,62%. Metodologicamente, a estimação assume que estas proporções se mantiveram até à data de criação de criação da freguesia. Deste modo, em 1981, estima-se que, considerando o total de 4.128 habitantes, 82,38% dos habitantes residiam na Malveira e 17,62% na freguesia de São Miguel de Alcinça. Consequentemente, alocou-se, com os novos limites administrativos, 3.401 habitantes à freguesia da Malveira e 727 habitantes à freguesia de São Miguel de Alcinça, totalizando, assim, 4.128 habitantes que, oficialmente, residiam na antiga freguesia da Malveira em 1981. Este procedimento foi aplicado em todas as décadas anteriores à criação das novas freguesias.

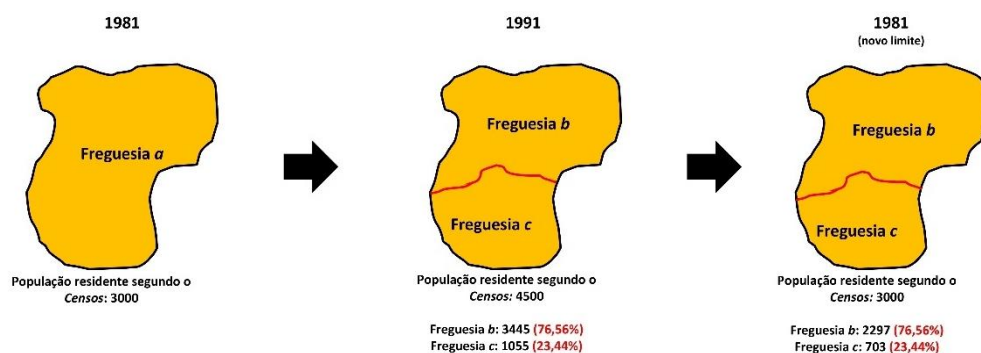


Figura A1: estimação de população residente decorrente de reorganização administrativa única

Neste princípio importa ainda destacar a complexidade metodológica associada à desagregação de unidades territoriais em décadas distintas, como ilustra o exemplo da freguesia do Laranjeiro, no município de Almada. Nos casos em que tal sucede, foi necessário estimar a população residente, garantindo a proporção não da primeira divisão, mas da segunda reorganização administrativa. Por exemplo, em 2011, as freguesias de Cova da Piedade, Laranjeiro e Feijó apresentavam uma configuração espacial que resultou de duas

reorganizações administrativas. Por um lado, em 1991, a freguesia da Cova da Piedade e, por outro lado, a antiga freguesia do Laranjeiro integrava, em 2001, o atual Laranjeiro e o atual Feijó. A fim de garantir o ajustamento da estimação, calculou-se a proporção de residentes da freguesia que se manteve (Cova da Piedade), tendo sido necessário reorganizar a estimação do Laranjeiro, uma vez que a alocação de residentes ao Feijó se tornou necessária. Ilustrando: em 1991, a antiga freguesia da Cova da Piedade originou as freguesias de Cova da Piedade e do Laranjeiro, procedendo-se de modo análogo ao descrito anteriormente. Em 2001, contudo, a desintegração da freguesia do Laranjeiro e a criação da freguesia do Feijó exigiu a necessidade de recalculer a proporção desta freguesia, considerando a proporção de população residente de quando as novas freguesias foram criadas (Figura A2).

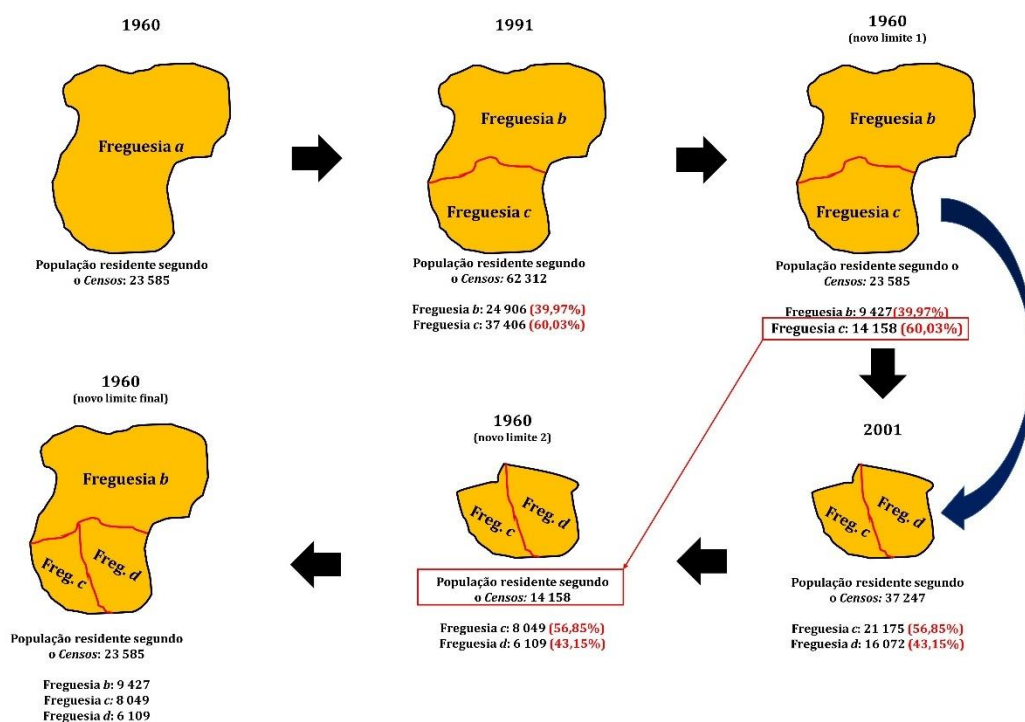


Figura A2: estimativa de população residente decorrente de reorganização administrativa múltipla

- ⊗ **Princípio 3:** este critério, já ilustrado através dos exemplos anteriores, implica que a soma da população residente decorrente das estimativas seja igual ao valor oficial da população residente na unidade administrativa extinta. Deste modo, assegura-se que nenhuma das freguesias apresenta uma população residente estimada distinta do valor oficial constante no recenseamento antes da reorganização administrativa. Por exemplo, a configuração espacial da antiga freguesia a foi sendo sucessivamente alterada pelas diferentes

reorganizações administrativas. Porém, a compatibilização dos limites administrativos que elaboramos nesta investigação garante que o valor total da população residente estimada não é distinto do valor oficial (Figura A2).

- ☞ **Princípio 4:** o último critério garante que a soma da população residente nas freguesias integradas num determinado município é igual ao valor oficial da população residente total nesse município. Por exemplo, o município da Amadora era composto, em 1960, por uma única freguesia com um total oficial de 47.355 habitantes. Após a compatibilização dos limites administrativos, a população residente estimada nas 11 freguesias atuais do município da Amadora garante que este município apresenta os mesmos 47.355 habitantes nesse ano, procedimento garantido pela aplicação do princípio 3.

ANEXO 2

Nomenclatura da Carta de Uso e Ocupação do Solo de Portugal Continental (COS2015)

Nível 1	Nível 2	Nível 3	Nível 4	Nível 5
1 Territórios artificializados	1.1. Tecido urbano	1.1.1. Tecido urbano contínuo	1.1.1.00 Tecido urbano contínuo	1.1.1.00.0 Tecido urbano contínuo
		1.1.2. Tecido urbano descontínuo	1.1.1.00 Tecido urbano descontínuo	1.1.2.00.0 Tecido urbano descontínuo
	1.2. Indústria, comércio e transportes	1.2.1. Indústria, comércio e equipamentos gerais	1.2.1.00 Indústria, comércio e equipamentos gerais	1.2.1.00.0 Indústria, comércio e equipamentos gerais
		1.2.2. Redes viárias e ferroviárias e espaços associados	1.2.2.00 Rede viária e ferroviária e espaços associados	1.2.2.00.0 Rede viária e ferroviária e espaços associados
		1.2.3. Áreas portuárias	1.2.3.00 Áreas portuárias	1.2.3.00.0 Áreas portuárias
		1.2.4. Aeroportos e aeródromos	1.2.4.00 Aeroportos e aeródromos	1.2.4.00.0 Aeroportos e aeródromos
	1.3. Áreas de extração de inertes, áreas de deposição de resíduos e estaleiros de construção	1.3.1.00 Áreas de extração de inertes	1.3.1.00.0 Área de extração de inertes	
		1.3.2.00 Áreas de deposição de resíduos	1.3.2.00.0 Áreas de deposição de resíduos	
		1.3.3.00 Áreas em construção	1.3.3.00.0 Áreas em construção	
	1.4. Espaços verdes urbanos, equipamentos desportivos, culturais e de lazer, e zonas históricas	1.4.1.00 Espaços verdes urbanos	1.4.1.00.0 Espaços verdes urbanos	
		1.4.2. Equipamentos desportivos, culturais e de lazer e zonas históricas	1.4.2.01 Campos de golfe	1.4.2.01.0 Campos de golfe
			1.4.2.02 Outras instalações desportivas e equipamentos de lazer	1.4.2.02.0 Outras instalações desportivas e equipamentos de lazer
		1.4.2.03. Outros equipamentos culturais e zonas históricas	1.4.2.03.0 Outros equipamentos culturais e zonas históricas	
2 Áreas agrícolas e agroflorestais	2.1. Culturas temporárias	2.1.0 Culturas temporárias de sequeiro e regadio	2.1.0.0 Culturas temporárias de sequeiro e regadio	2.1.0.0.0 Culturas temporárias de sequeiro e regadio
		2.1.3. Arrozais	2.1.3.01 Arrozais	2.1.3.01.1 Arrozais
	2.2. Culturas permanentes	2.2.1. Vinhas	2.2.1.00 Vinhas	2.2.1.00.0 Vinhas
		2.2.2. Pomares	2.2.2.00 Pomares	2.2.2.00.0 Pomares
		2.2.3. Olivais	2.2.3.00 Olivais	2.2.3.00.0 Olivais
	2.3. Pastagens permanentes	2.3.1. Pastagens permanentes	2.3.1.01 Pastagens permanentes	2.3.1.01.1 Pastagens permanentes
	2.4. Áreas agrícolas heterogéneas	2.4.1. Culturas temporárias e/ou pastagens associadas a culturas permanentes	2.4.1.00 Culturas temporárias e/ou pastagens associadas a culturas permanentes	2.4.1.00.0 Culturas temporárias e/ou pastagens associadas a culturas permanentes
		2.4.2. Sistemas culturais e parcelares complexos	2.4.2.01 Sistemas culturais e parcelares complexos	2.4.2.01.1 Sistemas culturais e parcelares complexos
		2.4.3. Agricultura com espaços naturais e seminaturais	2.4.3.01 Agricultura com espaços naturais e seminaturais	2.4.3.01.1 Agricultura com espaços naturais e seminaturais
		2.4.4. Sistemas agroflorestais (SAF)	2.4.4.00 SAF	2.4.4.00.1 SAF de sobreiro
2.4.4.00.2 SAF de azinheira				
2.4.4.00.3 SAF de outros carvalhos				
2.4.4.00.4 SAF de pinheiro manso				
2.4.4.00.5 SAF de outras espécies				
2.4.4.00.6 SAF de sobreiro com azinheira				
2.4.4.00.7 SAF de outras misturas				
3 Florestas e meios naturais e seminaturais	3.1. Florestas	3.1.1. Florestas de folhosas	3.1.1.00 Florestas de folhosas	3.1.1.00.1 Florestas de sobreiro
			3.1.1.00.2 Florestas de azinheira	
			3.1.1.00.3 Florestas de outros carvalhos	
			3.1.1.00.4 Florestas de castanheiro	
			3.1.1.00.5 Florestas de eucalipto	
			3.1.1.00.6 Florestas de espécies invasoras	
			3.1.1.00.7 Florestas de outras resinosas	
	3.1.2. Florestas de resinosas	3.1.2.00 Florestas de resinosas	3.1.2.00.1 Florestas de pinheiro bravo	
	3.1.2.00.2 Florestas de pinheiro manso			
	3.1.2.00.3 Florestas de outras resinosas			
3.2. Vegetação arbustiva e herbácea	3.2.1. Vegetação herbácea natural	3.2.1.01 Vegetação herbácea natural	3.2.1.01.1 Vegetação herbácea natural	
			3.2.2. Matos	3.2.2.00.0 Matos
			3.3.0.00 Espaços descobertos ou com pouca vegetação	3.3.0.00.0 Espaços descobertos ou com pouca vegetação
4 Zonas húmidas	4.0 Zonas húmidas	4.0.0 Zonas húmidas	4.0.0.00 Zonas húmidas	
	5 Corpos de água	5.1 Planos de água	5.1.1. Cursos de água	5.1.1.00.0 Cursos de água naturais
5.1.2. Planos de água			5.1.2.00.0 Planos de água	
5.2. Águas marinhas e costeiras		5.2.1. Lagoas costeiras	5.2.1.01.1 Lagoas costeiras	
		5.2.2. Desembocaduras fluviais	5.2.2.01.1 Desembocaduras fluviais	
		5.2.3. Oceano	5.2.3.01.1 Oceano	Fonte: DGT

ANEXO 3

Área potencialmente urbanizável (%), por freguesia, na Área Metropolitana de Lisboa

DICOFRE	Município	FREGUESIA	Área Total (km2)	Área Artificializada (km2)	Área Potencialmente Urbanizada (%)
110501	CASCAIS	Alcabideche	39,76	12,23	30,8
110502	CASCAIS	Carcavelos	4,51	3,04	67,5
110503	CASCAIS	Cascais	20,32	11,12	54,7
110504	CASCAIS	Estoril	8,84	5,95	67,3
110505	CASCAIS	Parede	3,60	3,12	86,6
110506	CASCAIS	São Domingos de Rana	20,37	11,76	57,8
110601	LISBOA	Ajuda	2,86	1,52	53,1
110602	LISBOA	Alcântara	4,44	1,82	41,0
110603	LISBOA	Alto do Pina	0,84	0,54	64,3
110604	LISBOA	Alvalade	0,60	0,50	84,4
110605	LISBOA	Ameixoeira	1,61	0,95	59,3
110606	LISBOA	Anjos	0,49	0,45	92,8
110607	LISBOA	Beato	1,62	1,07	65,9
110608	LISBOA	Benfica	7,94	2,85	35,8
110609	LISBOA	Campo Grande	2,45	1,93	78,9
110610	LISBOA	Campolide	2,77	1,57	56,4
110611	LISBOA	Carnide	4,07	2,64	64,8
110612	LISBOA	Castelo	0,06	0,06	100,0
110613	LISBOA	Charneca	1,72	1,29	74,9
110614	LISBOA	Coração de Jesus	0,56	0,46	82,7
110615	LISBOA	Encarnação	0,19	0,19	100,0
110616	LISBOA	Graça	0,35	0,35	100,0
110617	LISBOA	Lapa	0,74	0,61	82,3
110618	LISBOA	Lumiar	6,12	4,36	71,3
110619	LISBOA	Madalena	0,12	0,09	77,1
110620	LISBOA	Mártires	0,10	0,10	100,0
110621	LISBOA	Marvila	6,37	3,95	62,0
110622	LISBOA	Mercês	0,27	0,26	95,3
110623	LISBOA	Nossa Senhora de Fátima	1,91	1,49	78,2
110624	LISBOA	Pena	0,50	0,50	100,0
110625	LISBOA	Penha de França	0,68	0,65	95,8
110626	LISBOA	Prazeres	1,57	0,84	53,5
110627	LISBOA	Sacramento	0,09	0,09	100,0
110628	LISBOA	Santa Catarina	0,21	0,21	98,7
110629	LISBOA	Santa Engrácia	0,55	0,41	74,1
110630	LISBOA	Santa Isabel	0,63	0,54	86,7
110631	LISBOA	Santa Justa	0,25	0,15	59,9
110632	LISBOA	Santa Maria de Belém	3,43	2,51	73,1
110633	LISBOA	Santa Maria dos Olivais	11,22	6,45	57,5
110634	LISBOA	Santiago	0,06	0,06	100,0
110635	LISBOA	Santo Condestável	1,03	0,77	74,8
110636	LISBOA	Santo Estêvão	0,23	0,15	66,6
110637	LISBOA	Santos-o-Velho	0,53	0,30	56,8
110638	LISBOA	São Cristóvão e São Lourenço	0,08	0,08	99,4
110639	LISBOA	São Domingos de Benfica	4,31	2,76	64,2
110640	LISBOA	São Francisco Xavier	2,30	1,24	53,9
110641	LISBOA	São João	1,51	1,03	68,2

110642	LISBOA	São João de Brito	2,23	1,63	73,1
110643	LISBOA	São João de Deus	0,92	0,79	85,0
110644	LISBOA	São Jorge de Arroios	1,16	1,04	89,8
110645	LISBOA	São José	0,33	0,29	87,4
110646	LISBOA	São Mamede	0,61	0,51	83,1
110647	LISBOA	São Miguel	0,05	0,05	100,0
110648	LISBOA	São Nicolau	0,26	0,26	98,6
110649	LISBOA	São Paulo	0,44	0,29	65,0
110650	LISBOA	São Sebastião da Pedreira	1,08	0,77	70,8
110651	LISBOA	São Vicente de Fora	0,32	0,31	99,4
110652	LISBOA	Sé	0,12	0,09	73,1
110653	LISBOA	Socorro	0,11	0,11	99,9
110701	LOURES	Apelação	1,43	0,60	41,9
110702	LOURES	Bucelas	33,97	3,42	10,1
110703	LOURES	Camarate	5,66	2,84	50,2
110705	LOURES	Fanhões	11,62	1,19	10,3
110706	LOURES	Frielas	5,56	1,25	22,5
110707	LOURES	Loures	33,00	6,24	18,9
110708	LOURES	Lousa	16,53	2,31	14,0
110709	LOURES	Moscavide	1,10	0,80	72,6
110712	LOURES	Sacavém	4,09	2,53	61,8
110713	LOURES	Santa Iria de Azoia	7,56	4,00	52,9
110714	LOURES	Santo Antão do Tojal	15,13	2,18	14,4
110715	LOURES	São João da Talha	6,39	3,20	50,0
110716	LOURES	São Julião do Tojal	13,28	2,97	22,4
110717	LOURES	Unhos	4,48	1,35	30,1
110719	LOURES	Portela	0,99	0,80	80,8
110722	LOURES	Bobadela	3,57	1,56	43,8
110723	LOURES	Prior Velho	1,32	1,10	83,0
110724	LOURES	Santo António dos Cavaleiros	3,63	1,48	40,8
110901	MAFRA	Azueira	15,18	1,72	11,3
110902	MAFRA	Carvoeira	8,21	1,55	18,8
110903	MAFRA	Cheleiros	11,52	0,69	5,9
110904	MAFRA	Encarnação	28,51	3,03	10,6
110905	MAFRA	Enxara do Bispo	18,06	0,70	3,9
110906	MAFRA	Ericeira	12,05	3,87	32,1
110907	MAFRA	Gradil	7,38	0,87	11,8
110908	MAFRA	Igreja Nova	25,55	1,90	7,4
110909	MAFRA	Maфра	47,96	7,82	16,3
110910	MAFRA	Malveira	9,78	2,09	21,4
110911	MAFRA	Milharado	24,43	3,18	13,0
110912	MAFRA	Santo Estêvão das Galés	17,79	1,65	9,3
110913	MAFRA	Santo Isidoro	24,83	3,41	13,7
110914	MAFRA	Sobral da Abelheira	15,45	0,91	5,9
110915	MAFRA	Vila Franca do Rosário	6,21	0,57	9,2
110916	MAFRA	Venda do Pinheiro	11,69	3,41	29,2
110917	MAFRA	São Miguel de Alcainça	7,07	1,09	15,5
111002	OEIRAS	Barcarena	9,01	3,49	38,7
111003	OEIRAS	Carnaxide	6,51	3,34	51,3
111004	OEIRAS	Oeiras e São Julião da Barra	6,73	4,40	65,4
111005	OEIRAS	Paço de Arcos	3,39	2,42	71,3
111006	OEIRAS	Algés	1,98	1,45	73,2
111007	OEIRAS	Cruz Quebrada-Dafundo	2,92	1,33	45,6
111008	OEIRAS	Linda-a-Velha	2,29	1,75	76,7
111009	OEIRAS	Porto Salvo	7,34	3,76	51,3

111010	OEIRAS	Queijas	2,30	1,34	58,1
111011	OEIRAS	Caxias	3,41	2,00	58,6
111102	SINTRA	Algueirão-Mem Martins	16,00	7,32	45,7
111103	SINTRA	Almargem do Bispo	39,80	6,45	16,2
111104	SINTRA	Belas	22,84	5,23	22,9
111105	SINTRA	Colares	33,37	6,96	20,8
111106	SINTRA	Montelavar	8,62	1,91	22,1
111107	SINTRA	Queluz	3,63	1,70	46,8
111108	SINTRA	Rio de Mouro	16,50	8,37	50,7
111109	SINTRA	Sintra (Santa Maria e São Miguel)	12,24	3,95	32,3
111110	SINTRA	São João das Lampas	57,50	8,75	15,2
111111	SINTRA	Sintra (São Martinho)	24,35	4,96	20,4
111112	SINTRA	Sintra (São Pedro de Penaferrim)	26,97	7,40	27,4
111113	SINTRA	Terrugem	26,10	4,55	17,4
111114	SINTRA	Pêro Pinheiro	15,65	3,61	23,1
111115	SINTRA	Casal de Cambra	2,17	1,56	72,0
111116	SINTRA	Massamá	1,83	1,32	71,9
111117	SINTRA	Monte Abraão	1,26	0,99	78,7
111118	SINTRA	Agualva	4,83	2,52	52,1
111119	SINTRA	Cacém	2,17	1,49	68,8
111120	SINTRA	Mira-Sintra	1,15	0,53	45,9
111121	SINTRA	São Marcos	2,28	1,39	61,2
111401	VILA FRANCA DE XIRA	Alhandra	2,34	1,04	44,3
111402	VILA FRANCA DE XIRA	Alverca do Ribatejo	19,36	5,53	28,6
111403	VILA FRANCA DE XIRA	Cachoeiras	9,87	0,22	2,3
111404	VILA FRANCA DE XIRA	Calhandriz	7,16	0,78	10,9
111405	VILA FRANCA DE XIRA	Castanheira do Ribatejo	16,91	3,14	18,6
111406	VILA FRANCA DE XIRA	Póvoa de Santa Iria	4,60	2,98	64,7
111407	VILA FRANCA DE XIRA	São João dos Montes	18,04	2,03	11,2
111408	VILA FRANCA DE XIRA	Vialonga	17,93	3,67	20,5
111409	VILA FRANCA DE XIRA	Vila Franca de Xira	212,81	3,98	1,9
111410	VILA FRANCA DE XIRA	Sobralinho	4,56	1,64	35,9
111411	VILA FRANCA DE XIRA	Forte da Casa	4,56	1,21	26,5
111501	AMADORA	Alfragide	1,33	1,10	82,4
111502	AMADORA	Brandoa	2,22	1,25	56,1
111503	AMADORA	Buraca	1,68	1,21	71,9
111504	AMADORA	Damaia	1,41	1,16	82,1
111505	AMADORA	Falagueira	1,48	0,81	54,5
111506	AMADORA	Mina	2,81	1,28	45,6
111507	AMADORA	Reboleira	0,76	0,65	86,1
111508	AMADORA	Venteira	4,88	2,76	56,5
111509	AMADORA	Alfornelos	0,84	0,42	49,4
111510	AMADORA	São Brás	5,18	2,52	48,6
111511	AMADORA	Venda Nova	1,18	0,89	75,0
111601	ODIVELAS	Caneças	5,96	2,56	43,0
111602	ODIVELAS	Famões	4,57	2,66	58,2
111603	ODIVELAS	Odivelas	5,08	3,57	70,2
111604	ODIVELAS	Olival Basto	1,36	0,53	39,1
111605	ODIVELAS	Pontinha	4,64	2,16	46,7
111606	ODIVELAS	Póvoa de Santo Adrião	1,24	0,89	72,1
111607	ODIVELAS	Ramada	3,52	2,22	62,9
150201	ALCOCHETE	Alcochete	119,45	5,94	5,0
150202	ALCOCHETE	Samouco	4,76	0,58	12,2
150203	ALCOCHETE	São Francisco	4,16	0,98	23,6
150301	ALMADA	Almada	1,37	1,07	77,9

150302	ALMADA	Caparica	11,01	4,09	37,1
150303	ALMADA	Costa da Caparica	10,18	3,00	29,5
150304	ALMADA	Cova da Piedade	1,42	1,25	88,1
150305	ALMADA	Trafaria	5,73	1,60	28,0
150306	ALMADA	Cacilhas	1,09	0,38	35,1
150307	ALMADA	Pragal	2,27	0,89	39,4
150308	ALMADA	Sobreda	6,17	3,52	57,1
150309	ALMADA	Charneca de Caparica	23,14	12,24	52,9
150310	ALMADA	Laranjeiro	3,88	2,58	66,7
150311	ALMADA	Feijó	3,95	2,62	66,5
150401	BARREIRO	Barreiro	3,71	2,36	63,6
150402	BARREIRO	Lavradio	4,03	2,36	58,5
150403	BARREIRO	Palhais	7,11	1,15	16,2
150404	BARREIRO	Santo André	4,18	1,37	32,7
150405	BARREIRO	Verderena	1,24	0,67	54,2
150406	BARREIRO	Alto do Seixalinho	1,76	1,55	88,5
150407	BARREIRO	Santo António da Charneca	7,70	2,77	36,0
150408	BARREIRO	Coina	6,67	0,94	14,2
150601	MOITA	Alhos Vedros	17,91	4,20	23,4
150602	MOITA	Baixa da Banheira	4,00	1,69	42,3
150603	MOITA	Moita	17,94	4,32	24,1
150604	MOITA	Gaio-Rosário	8,85	0,54	6,1
150605	MOITA	Sarilhos Pequenos	4,15	0,35	8,4
150606	MOITA	Vale da Amoreira	2,42	0,86	35,7
150701	MONTIJO	Canha	211,99	2,35	1,1
150702	MONTIJO	Montijo	27,25	5,52	20,2
150703	MONTIJO	Santo Isidro de Pegões	55,50	1,65	3,0
150704	MONTIJO	Sarilhos Grandes	11,77	1,86	15,8
150705	MONTIJO	Alto-Estanqueiro-Jardia	11,02	2,61	23,7
150706	MONTIJO	Pegões	24,28	1,28	5,3
150707	MONTIJO	Atalaia	2,63	0,79	30,0
150708	MONTIJO	Afonsoeiro	4,21	1,96	46,7
150801	PALMELA	Marateca	130,60	2,69	2,1
150802	PALMELA	Palmela	77,52	9,41	12,1
150803	PALMELA	Pinhal Novo	54,45	7,99	14,7
150804	PALMELA	Quinta do Anjo	51,13	11,60	22,7
150805	PALMELA	Poceirão	151,47	1,64	1,1
151001	SEIXAL	Aldeia de Paio Pires	16,01	5,37	33,6
151002	SEIXAL	Amora	24,36	6,48	26,6
151003	SEIXAL	Arrentela	10,17	4,59	45,1
151004	SEIXAL	Seixal	3,73	0,87	23,4
151005	SEIXAL	Corroios	17,11	8,21	48,0
151006	SEIXAL	Fernão Ferro	24,13	11,99	49,7
151101	SESIMBRA	Sesimbra (Castelo)	179,30	16,82	9,4
151102	SESIMBRA	Sesimbra (Santiago)	2,01	0,85	42,1
151103	SESIMBRA	Quinta do Conde	14,16	6,41	45,2
151201	SETÚBAL	Setúbal (Nossa Senhora da Anunciada)	29,17	2,72	9,3
151202	SETÚBAL	Setúbal (Santa Maria da Graça)	2,74	1,13	41,1
151203	SETÚBAL	Setúbal (São Julião)	4,85	1,86	38,4
151204	SETÚBAL	São Lourenço	47,24	5,43	11,5
151205	SETÚBAL	Setúbal (São Sebastião)	25,78	7,98	30,9
151206	SETÚBAL	São Simão	22,07	5,16	23,4
151207	SETÚBAL	Gâmbia-Pontes-Alto da Guerra	32,97	2,54	7,7
151208	SETÚBAL	Sado	65,49	5,95	9,1

ANEXO 4

Técnicas de análise espacial mobilizadas para interpretar as estratégias espaciais da distribuição alimentar da Sonae MC na Área Metropolitana de Lisboa

4.1. Técnicas de análise de distribuição geográfica

4.1.1. Ponto central (*Central Feature*)

É uma medida de distribuição espacial que identifica o ponto mais central num conjunto de dados (Figura D1).

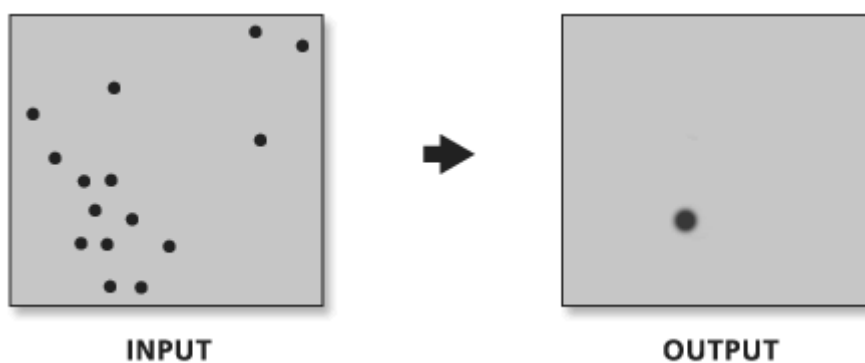


Figura D1: pontos geocodificados (*input*) e ponto central do conjunto de dados (*output*)

Fonte: adaptado de ESRI

A partir de um conjunto de pontos inicial, é identificado o ponto que minimiza as distâncias euclidianas acumuladas relativamente a todos os pontos iniciais.

4.1.2. Elipse de distribuição espacial a partir do desvio padrão (*Standard Deviational Ellipse, SDE*)

É uma medida de distribuição espacial que indica a dispersão de um padrão de pontos através de uma elipse (Figura D2).

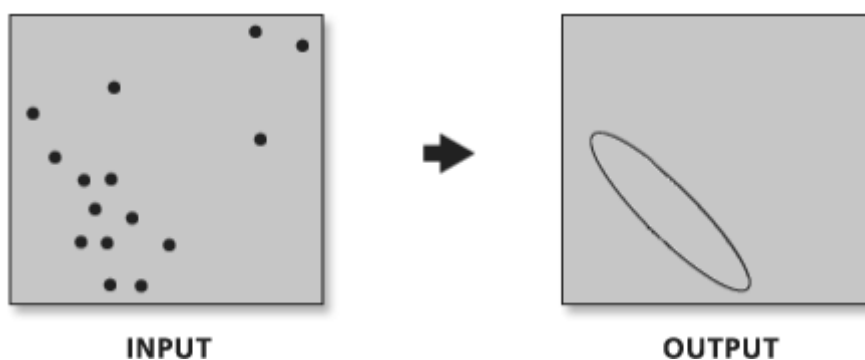


Figura D2: pontos georreferenciados (*input*) e distribuição espacial desses pontos sob a forma de uma elipse (*output*)

Fonte: adaptado de ESRI

A construção da elipse considera a direção descrita pelas localizações geocodificadas. A elipse obtida é centrada em torno do centro médio. Quando os valores apresentam uma distribuição maior em direção ao eixo menor, sugere-se que existe uma maior dispersão dos dados e, por outro lado, se os valores apresentam uma maior distribuição para o eixo maior, tal indica que existe uma menor dispersão dos dados.

Para obtermos a SDE, é necessário, em primeiro lugar, determinar a longitude dos eixos maior e menor, assim como a orientação da elipse.

Assim, para se calcular a elipse através do desvio padrão, é necessário conhecer, em primeiro lugar, as coordenadas da localização x e y :

$$SDx = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{X})^2}{n}} \quad SDy = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{Y})^2}{n}}$$

Onde:

x_i e y_i são as coordenadas de localização dos pontos;

\bar{X} e \bar{Y} são o centro médio das localizações;

n é o número total de localizações.

Posteriormente, é ajustada a elipse de desvio padrão a uma estrutura de pontos, através dos seguintes procedimentos:

1. Centrar o sistema de coordenadas

$$x' = x - \bar{x} \quad , \quad y' = y - \bar{y}$$

2. Calcular o ângulo de rotação

$$\tan \theta = \frac{(\sum x'^2 - \sum y'^2) + \sqrt{(\sum x'^2 - \sum y'^2)^2 + 4(\sum x'y')^2}}{2\sum x'y'}$$

3. Calcular o desvio padrão em torno do eixo x da elipse:

$$\sigma = \sqrt[2]{\frac{\sum_{i=1}^n (x' \cos \theta - y' \sin \theta)^2}{n}}$$

4. Calcular o desvio padrão em torno do eixo y da elipse:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x' \sin \theta + y' \cos \theta)^2}{n}}$$

4.2. Técnicas de análise de densidades

4.2.1. Densidade de Kernel

É uma medida de densidade que calcula a magnitude por unidade de área de um determinado número de pontos, usando a função *Kernel*. O resultado produz uma superfície de interpolação suave de amostragem que traduz a intensidade de uma variável (*I*) numa determinada localização (*s_i*), sendo traduzida pela seguinte fórmula:

$$I(s) = \sum_{i=1}^n \frac{1}{r^2} k\left(\frac{s - s_i}{r}\right)$$

Onde:

k é uma função de ponderação.

r é o raio da área de influência de uma determinada localização (*default*).

Os valores gerados são mais elevados junto dos pontos originais, gerando uma mancha mais destacada. Os valores de superfície gerada vão diminuindo à medida que se vão afastando dos pontos previamente georreferenciados (Figura D3). Assim, esta técnica assume que os elementos mais próximos estão mais relacionados entre si do que com os mais distantes.

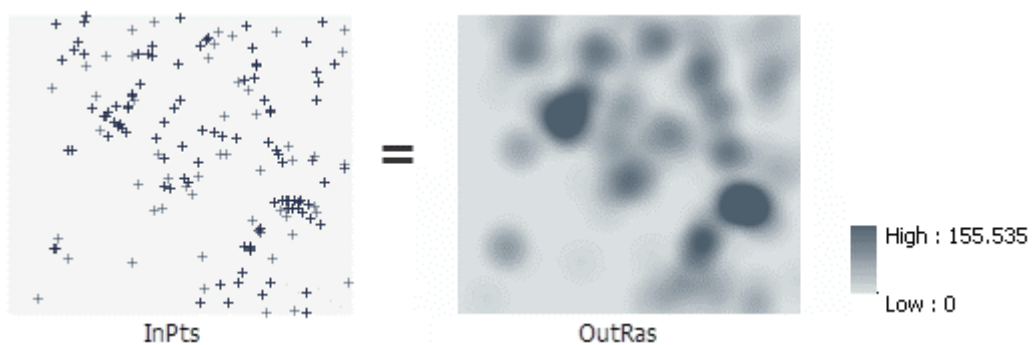


Figura D3: pontos georreferenciados (*input*) e densidade de Kernel desses pontos por unidade de área (*output*)

Fonte: adaptado de ESRI

4.3. Técnicas de análise de proximidade

4.3.1. Distância euclidiana

A distância euclidiana é a distância em linha reta entre dois pontos num espaço euclidiano. Assim, a distância euclidiana entre os pontos a e b é o comprimento do segmento de reta que os conecta. A fórmula que permite calcular a distância entre cada elemento é a seguinte:

$$d = \sqrt{\sum_{i=1}^n (a_i - b_i)^2}$$

Onde a diferença entre as pontuações de dois elementos (a e b) é considerada, elevada ao quadrado, e somada por n variáveis.

Através da função *Near*, é possível calcular a distância euclidiana e informação adicional de proximidade entre os dados originais e o atributo de outra camada que se encontra mais próximo do primeiro. Assim, é possível determinar, por exemplo, a distância em linha reta entre um ponto e um outro ponto, uma linha ou um polígono (Figura D4).

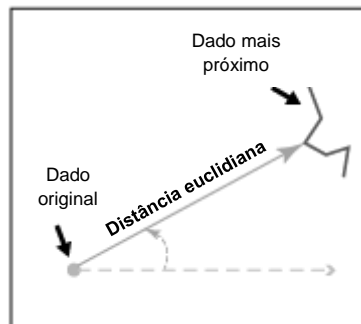


Figura D4: método de cálculo da distância euclidiana entre um ponto e uma linha