

REVITALIZAÇÃO URBANA E ATRACÇÃO EMPRESARIAL

O Impacte de uma Nova Actividade no Centro
Histórico do Porto

MARCOS PAULO SCHLICKMANN

Dissertação submetida para satisfação parcial dos requisitos do grau de
MESTRE EM ENGENHARIA CIVIL — ESPECIALIZAÇÃO EM PLANEAMENTO

Orientador: Professora Doutora Isabel Maria Fernandes Ribeiro Breda
Lacerda Vázquez

JULHO DE 2010

MESTRADO INTEGRADO EM ENGENHARIA CIVIL 2009/2010

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA CIVIL

Tel. +351-22-508 1901

Fax +351-22-508 1446

✉ miec@fe.up.pt

Editado por

FACULDADE DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

Rua Dr. Roberto Frias

4200-465 PORTO

Portugal

Tel. +351-22-508 1400

Fax +351-22-508 1440

✉ feup@fe.up.pt

🌐 <http://www.fe.up.pt>

Reproduções parciais deste documento serão autorizadas na condição que seja mencionado o Autor e feita referência a *Mestrado Integrado em Engenharia Civil - 2009/2010 - Departamento de Engenharia Civil, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2010.*

As opiniões e informações incluídas neste documento representam unicamente o ponto de vista do respectivo Autor, não podendo o Editor aceitar qualquer responsabilidade legal ou outra em relação a erros ou omissões que possam existir.

Este documento foi produzido a partir de versão electrónica fornecida pelo respectivo Autor.

A meus Pais

Conhecimento é Poder

Francis Bacon

AGRADECIMENTOS

Para a Professora Doutora Isabel Maria Fernandes Ribeiro Breda Lacerda Vázquez pela excelente orientação da tese.

Para o Professor Doutor Álvaro Fernando de Oliveira Costa e toda a equipa da TRENMO Engenharia SA pelo apoio prestado no desenvolvimento deste trabalho.

Para a Sofia Isabel Brízio da Cruz Bernardino pelo carinho, atenção e paciência que sempre teve comigo.

Para toda a minha família que, apesar de estar longe, eu sei que está ao meu lado.

RESUMO

Com a histórica degradação física, social e urbana ocorrida nos centros antigos de muitas cidades europeias, actualmente discute-se novas formas de tratar estes problemas utilizando uma abordagem mais *business*, focada no valor do sector privado. Este debate propõe fundamentalmente que o suporte dado historicamente pelos governos às instituições sociais e de caridade deve passar a ser, também, endereçado para as empresas privadas geradoras de empregos e receitas, através de incentivos e políticas públicas com o objectivo de criar um ambiente empresarial competitivo nessas áreas urbanas degradadas. É necessário portanto que as tais zonas entrem na disputa do mercado imobiliário da cidade / área metropolitana passando a ser uma opção viável e atractiva para o estabelecimento de novas empresas e para o recrutamento de mão-de-obra, não devendo ser tratadas como uma “excepção da cidade”. Aliado a essa discussão, é também questionado o papel que as indústrias criativas e do conhecimento começam a ter nos processos de revitalização dos centros. Ao mesmo tempo que a “classe criativa” ocupa os centros históricos gerando empregos e receitas para a economia local, ela também se inspira nas características singulares que só são encontradas nesses lugares, e não nas periferias, para criar e produzir. Partindo do interesse sobre a crescente importância do sector privado e também considerando a discussão actual a respeito do papel das indústrias criativas e do conhecimento na revitalização urbana, este trabalho apresenta um estudo de caso dos impactes de uma nova actividade económica (um gabinete de engenharia) numa zona degradada da cidade do Porto, Portugal, o seu centro histórico, lugar este que foi a génese da cidade e nos dias de hoje se encontra, em alguns pontos, em elevado estado de abandono do edificado e com graves problemas sociais. Para o efeito foi definida uma metodologia para a medição do impacte económico e espacial causado pelo consumo dos funcionários e pela própria empresa na economia local da zona em estudo bem como para conhecer como os principais intervenientes encaram a degradação urbana do Centro Histórico do Porto. Das principais conclusões obtidas, fica claro que o impacte económico de somente uma actividade é de magnitude reduzida, porém não desprezível, e o impacte espacial é muito concentrado na envolvente da mesma. Os funcionários, que podem ser considerados parte da classe criativa, apresentaram opiniões distintas a respeito da atractividade causada neles pelo centro histórico e os comerciantes locais afirmam que faltam fundamentalmente residentes para que a revitalização urbana do Centro Histórico do Porto tenha sucesso.

PALAVRAS-CHAVE: Revitalização Urbana, Centro Histórico do Porto, Impacte económico, Indústrias Criativas, Sector privado.

ABSTRACT

With the historical urban, physical and social degradation that has occurred in many old European city centers, today the literature discusses new ways of tackling these problems using a *business* approach, focused on the value of the private sector. This debate proposes fundamentally that the historical government support give to the Community-Based Organizations also needs to be addressed to the private companies who can generate jobs and wealth, through public policies and incentives with the aim to create a competitive business environment in these critical urban areas. To do so is necessary that this urban areas start to participate in the big real estate market of the city or metropolitan area, becoming a viable and attractive option for the establishment of new enterprises and for hiring of human resources. Therefore these urban areas need to be treated as part of the city. Adding to this discussion, is also questioned the role that the Creative and Knowledge based Industries start to have on the city centers revitalization processes. In the meantime that the “Creative class” occupies the historical city centers generating jobs and wealth to the local economy, it also inspires itself on the exclusive characteristics founded only in these places to create its products. Based on the interest about the growing importance of the private sector and also considering the actual discussion about the role of the Creative and knowledge based Industries on the urban revitalization, this work presents a case study of the impacts of a new economic activity in the Oporto historical city center, in Portugal. This place is the genesis of the city and nowadays is passing through big problems of urban degeneration. To do so it was defined a methodology to measure the economic and spatial impacts caused by the new economic activity in the Oporto historical city center and to know how the stakeholders perceive the urban degeneration problems in this area. The conclusions shows that the economic impact of only one new economic activity is small, but not negligible, and the spatial impact is very concentrated in the surrounding area. The employees present different opinions about the attractiveness caused by the historical city center and the local traders affirm that is fundamentally necessary to bring new residents to successfully revitalize this urban area.

KEYWORDS: Urban Revitalization, Oporto city center, Economic impact, Creative Industries, Private sector.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS.....	i
RESUMO	iii
ABSTRACT	v
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. O PROBLEMA.....	1
1.2. ABORDAGEM METODOLÓGICA	1
1.3. PRINCIPAIS OBJECTIVOS.....	2
1.4. ESTRUTURA DA TESE	2
2. O PAPEL DO SECTOR PRIVADO E DAS ACTIVIDADES CRIATIVAS NOS PROCESSOS DE REABILITAÇÃO URBANA.....	3
2.1. INTRODUÇÃO	3
2.2. BREVE HISTÓRICO	3
2.3. A TRAJECTÓRIA DA REABILITAÇÃO URBANA.....	4
2.4. SECTOR PRIVADO.....	6
2.4.1. A MUDANÇA DE ABORDAGEM	6
2.4.2. O “NOVO MODELO”	7
2.4.3. A REAL IMPORTÂNCIA DO SECTOR PRIVADO	11
2.5. INDÚSTRIAS CRIATIVAS E DO CONHECIMENTO.....	15
2.5.1. DEFINIÇÃO	15
2.5.2. CULTURE-LED URBAN REGENERATION	17
2.5.2.1. Temple Bar - Dublin.....	18
2.5.2.2. Projecto 22@Barcelona.....	19
2.5.2.3. ADDICT – Porto	22
2.6. SÍNTESE CONCLUSIVA	23
3. METODOLOGIA PARA ANÁLISE DE IMPACTES NO TERRITÓRIO.....	25
3.1. INTRODUÇÃO	25

3.2. OS IMPACTES DE UMA NOVA ACTIVIDADE NO TERRITÓRIO	25
3.2.1. EFEITO MULTIPLICADOR	26
3.2.2. MODELO INPUT OUTPUT	28
3.2.3. MODELO INCOME-EXPENDITUE ANALYSIS (OU MODELO KEYNESIANO).....	29
3.2.4. MODELO “ECONOMIC BASE ANALYSIS”	30
3.2.5. MODELO SHORT CUT METHOD	32
3.3. METODOLOGIA PROPOSTA	33
3.3.1. ÁREA DE INFLUÊNCIA	34
3.3.2. AS ACTIVIDADES DE INTERESSE	34
3.3.3. O PROCESSO DE INQUÉRITOS	35
3.3.4. AS ACTIVIDADES PRINCIPAIS.....	35
3.3.5. DETERMINAÇÃO DO IMPACTE ECONÓMICO.....	35
3.4. SÍNTESE CONCLUSIVA	37
4. O IMPACTE DE UMA NOVA ACTIVIDADE NO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO	39
4.1. INTRODUÇÃO	39
4.2. CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÓMICA DO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO	39
4.3. CARACTERIZAÇÃO DA NOVA ACTIVIDADE	45
4.4. ESTUDO DO IMPACTE DA NOVA ACTIVIDADE	49
4.4.1. IMPACTE ECONÓMICO	49
4.4.2. IMPACTE ESPACIAL	56
4.4.3. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS INQUÉRITOS REALIZADOS	59
4.4.3.1. Inquéritos às empresas	59
4.4.3.2. Inquéritos aos funcionários.....	65
4.4.3.3. Inquéritos ao consumo da nova actividade	71
4.5. SÍNTESE CONCLUSIVA.....	72
5. CONCLUSÕES	73
5.1. CONCLUSÕES REFERENTES AO IMPACTE DA NOVA ACTIVIDADE	73
5.2. CONCLUSÕES REFERENTES À METODOLOGIA EMPREGADA	74
5.3. CONCLUSÕES REFERENTES AO PAPEL DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	76

BIBLIOGRAFIA79

ANEXOS A1

A1: INQUÉRITO AOS HÁBITOS DE CONSUMO ALIMENTAR (FUNCIONÁRIOS) A1

A2: INQUÉRITO AOS HÁBITOS DE CONSUMO DIVERSO NÃO ALIMENTAR (FUNCIONÁRIOS)..... A1

A3: INQUÉRITO COM AS OPINIÕES DOS FUNCIONÁRIOS A2

A4: INQUÉRITO AO CONSUMO DA NOVA ACTIVIDADE A2

A5: INQUÉRITO PARA OS COMERCIANTES LOCAIS..... A3

**A6: RELATÓRIO DAS DESPESAS EFECTUADAS NOS MESES DE ABRIL E MAIO DE 2010 PELOS
FUNCIONÁRIOS E PELA NOVA ACTIVIDADE NA ECONOMIA LOCAL**..... A4

A7: LISTA DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EXISTENTES NA ÁREA DE INFLUÊNCIA..... A6

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 Melbourne Docklands, antes e depois do processo de renovação urbana.....	4
Fig. 2 Bilbao durante o processo de requalificação urbana	5
Fig. 3 Ciclo virtuoso do consumo.....	12
Fig. 4 Guarda-chuva x Funil	12
Fig. 5 Balde Furado.....	13
Fig. 6 Ciclo de degradação urbana.....	14
Fig. 7 Poznan, Polónia	16
Fig. 8 Ciclo de produção das Indústrias Criativas	17
Fig. 9 Temple Bar nos dias de hoje	18
Fig. 10 Plano Cerdà	19
Fig. 11 Porto Olímpico de Barcelona	20
Fig. 12 Zonas intervencionadas pelo Programa 22@Barcelona.....	21
Fig. 13 PortugalCriativo@Porto2010	22
Fig. 14 O Efeito Multiplicador	27
Fig. 15 Impacte económico a ser estudado	36
Fig. 16 ACRRU	41
Fig. 17 ZIP dentro da ACRRU	42
Fig. 18 CHPPM dentro da ZIP.....	43
Fig. 19 Operações dentro do CHHPM	43
Fig. 20 Localização das antiga e nova actividades	46
Fig. 21 As três fases da reabilitação.....	47
Fig. 22 Estado de degradação do edifício	48
Fig. 23 Durante as obras.....	48
Fig. 24 O edifício reabilitado.....	48
Fig. 25 Área de Influência num raio de 500 metros.....	49
Fig. 26 Área de influência efectiva.....	50
Fig. 27 Actividades de interesse	51
Fig. 28 A 1ª dezena das empresas mais afectadas.....	56
Fig. 29 A 2ª dezena de empresas mais afectadas	57
Fig. 30 A 3ª dezena de empresas mais afectadas	57
Fig. 31 As oito últimas empresas mais afectadas	58

Fig. 32 Todas as 38 empresas59

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 O modelo proposto por Michael Porter (1995).....	9
Tabela 2 Short Cut Method	33
Tabela 3 Metodologia proposta	36
Tabela 1 Principais dados relativos ao CHP	40
Tabela 5 As dez actividades mais afectadas	52
Tabela 6 Consumo por categorias mais afectadas	52
Tabela 7 Determinação do Impacte Económico.....	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Estado de Conservação do CHPPM.....	44
Gráfico 2 Estado de Conservação por Operação do CHPPM	44
Gráfico 3 Estado de Ocupação do CHPPM	45
Gráfico 4 Estado de Ocupação por Operação do CHPPM	45
Gráfico 5 Divisão funcional do CHPPM	46
Gráfico 6 Questão 2 do Inquérito aos comerciantes	60
Gráfico 7 Questão 3 do Inquérito aos comerciantes	60
Gráfico 8 Questão 5 do Inquérito aos comerciantes	61
Gráfico 9 Questão 6 do Inquérito aos comerciantes	62
Gráfico 10 Questão 7 do Inquérito aos comerciantes.....	62
Gráfico 11 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes.....	63
Gráfico 12 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes.....	64
Gráfico 13 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes.....	64

1

INTRODUÇÃO

1.1. O PROBLEMA

Durante longos anos as cidades europeias e norte-americanas sofreram grandes alterações devido ao crescente desinteresse por parte da população pelos centros antigos e preferência pela construção nova e confortável encontrada nas periferias. A conjugação destes factores levou à degradação económica das zonas e por conseguinte ao declínio social e urbano das mesmas.

Portanto, urge tratar esta problemática. Várias formas de actuação já foram pensadas e aplicadas, algumas com relativo sucesso, e actualmente existe um interesse singular em questionar o papel do sector privado e das indústrias criativas e do conhecimento como intervenientes importantes nos processos de revitalização urbana dos centros históricos das cidades.

1.2. ABORDAGEM METODOLÓGICA

Pode-se atribuir, com segurança, a Michael Porter (1995) o estudo pioneiro na importância do sector privado na dinamização económica dos centros antigos das cidades. Tal autor aborda através de um olhar mais empresarial a problemática descrita no ponto anterior e, obviamente, apresenta e inicia a discussão de soluções focadas no sector privado e nas empresas privadas como possíveis geradores de empregos e receitas na economia local de zonas urbanas degradadas. O autor chega a desenvolver um “novo modelo” de abordagem.

Mais recentemente, apesar de o conceito ter sido criado em 1978 por Charles Landry, as indústrias criativas e do conhecimento começaram a ganhar a atenção dos estudiosos devido ao crescente interesse da classe criativa (trabalhadores, consumidores e demais intervenientes que estão afectos às indústrias criativas e do conhecimento) pelos centros históricos, podendo este grupo ser também um possível gerador de empregos e receitas.

Fundamentalmente a nova abordagem trata os problemas existentes nas zonas degradadas das cidades direccionando as soluções para as causas (perda da vitalidade económica) e não para as consequências (degradação física, social e urbana). Há então um enfoque no sector privado, onde um debate considera-o como um todo e outro debate foca-se nas indústrias criativas e do conhecimento.

Portanto, neste trabalho foi definida uma metodologia para verificar efectivamente qual a contribuição ao nível da revitalização urbana de uma nova actividade económica do sector privado numa zona degradada da cidade do Porto, Portugal. Tal zona é o centro histórico da cidade. Esta metodologia teve como base diversos estudos desenvolvidos no âmbito da avaliação dos impactes económicos de

grandes geradores de empregos e receitas em diversos cenários urbanos na Europa e na América do Norte.

A metodologia foi então aplicada para verificar os impactes de uma nova actividade na economia local do Centro Histórico do Porto. Juntamente com os impactes económicos foram também avaliados os impactes espaciais e as impressões dos funcionários e comerciantes locais a respeito da importância do sector privado nos processos de revitalização urbana, bem como sugestões e opiniões para um efectivo (re)desenvolvimento do Centro Histórico do Porto.

1.3. PRINCIPAIS OBJECTIVOS

O principal objectivo desta tese é tentar perceber qual a real contribuição do sector privado e das indústrias criativas e do conhecimento no desenvolvimento económico de zonas urbanas degradadas. Aliado à este objectivo outras questões paralelas são discutidas, nomeadamente qual o impacte positivo causado pela reabilitação física e reocupação de um prédio, que anteriormente se encontrava maioritariamente devoluto e em avançado estado de degradação do edificado, na zona em estudo, quais são as preocupações dos comerciantes locais com a clara fraqueza da economia local do Centro Histórico do Porto e quais são as propostas que por eles são encaradas como possíveis soluções para esta problemática.

São também analisadas as respostas de inquéritos realizados com os funcionários da nova actividade com o objectivo de perceber como os mesmos encaram a situação actual do Centro Histórico do Porto e suas opiniões a respeito da mudança da nova actividade para esta zona degradada da cidade.

1.4. ESTRUTURA DA TESE

A tese está dividida em 5 capítulos e Anexos.

O capítulo 2, *O papel do sector privado e das indústrias criativas nos processos de revitalização urbana*, faz uma análise da literatura existente a respeito do tema aqui abordado, apresentando algumas aplicações em cidades europeias.

O capítulo 3, *Metodologia para análise de impactes no território*, apresenta as metodologias actuais para determinação dos impactes económicos de actividades diversas em ambientes urbanos. A partir da análise destas metodologias é definida uma forma de abordagem do problema em questão.

O capítulo 4, *O impacte de uma nova actividade no Centro Histórico do Porto*, apresenta o estudo de caso desenvolvido na tese através da aplicação da metodologia desenvolvida no capítulo 3.

O capítulo 5, *Conclusões*, avalia os resultados obtidos do estudo de caso e tira conclusões pertinentes a respeito da importância do sector privado e das indústrias criativas como forma de incentivar os processos de revitalização urbana que incidem em cenários urbanos distintos.

Nos Anexos são apresentados os documentos que auxiliaram o desenvolvimento do estudo de caso.

2

O PAPEL DO SECTOR PRIVADO E DAS ACTIVIDADES CRIATIVAS NOS PROCESSOS DE REABILITAÇÃO URBANA

2.1. INTRODUÇÃO

O capítulo 2 faz uma revisão de literatura das principais discussões existentes a respeito do sector privado e mais especificamente das indústrias criativas e do conhecimento como importantes intervenientes nos processos de reabilitação urbana dos centros históricos e zonas urbanas degradadas.

Portanto o principal objectivo deste capítulo é o de tentar perceber qual a real contribuição que o sector privado e as indústrias criativas e do conhecimento podem dar à revitalização, fundamentalmente económica, de áreas em declínio.

Como poderá ser constatado na síntese conclusiva no fim do capítulo, a nova actividade em estudo (gabinete de engenharia) se enquadra tanto no sector privado quanto nas actividades criativas e do conhecimento. Tal motivo é o que justifica o interesse em apresentar estes dois debates.

2.2. BREVE HISTÓRICO

Depois da segunda grande guerra e com o advento do automóvel como “nova escala urbana”, as cidades europeias começaram a crescer de forma intensiva. A população começou a preferir morar e trabalhar em construções de melhor qualidade, mais quentes e confortáveis. Anteriormente mais densa e concentrada nos centros antigos e históricos, muitas destas cidades, ainda com carácter urbano medieval, acumulavam usos diversos como comércio / serviços e habitação nos mesmos edifícios, permitindo assim que a população pudesse se deslocar em pequenas distâncias para trabalhar.

A conjugação destes factores levou ao crescente abandono dos centros históricos pela população em geral causando uma degradação tanto do ambiente urbano como do ambiente social dos mesmos. Acompanhado pela perda da economia local e da “vida” que anteriormente ali existia. Nos dias de hoje estas antigas áreas urbanas vítimas de descaso por longo prazo acabam por se tornar “feridas sociais” dentro das cidades, muitas vezes localizadas em zonas centrais das mesmas.

Principalmente nos países da Europa e nos Estados Unidos da América, muitas medidas e políticas já foram tomadas com o intuito de tratar este problema.

2.3. A TRAJECTÓRIA DA REABILITAÇÃO URBANA

Existe uma rica terminologia que busca caracterizar as intervenções tanto no edificado como no ambiente social e urbano das zonas degradadas e centros históricos das cidades europeias. Facilmente pode-se citar termos como “renovação urbana”, “requalificação urbana”, “reabilitação urbana” e “revitalização urbana”.

Como renovação urbana pode-se entender como uma ideia que prevê a mudança, através da demolição do edificado e consequente substituição por construção nova, geralmente com características morfológicas e tipológicas diferentes, e / ou com novas actividades económicas adaptadas ao processo de mudança urbana (Moura *et al*, 2005). Em cidades norte-americanas e francesas, onde este conceito foi largamente aplicado, levou-se à reocupação dos centros antigos das cidades por actividades económicas de ponta, como por exemplo empresas do sector financeiro e multinacionais, bem como à “expulsão” de parte da função residencial e das actividades económicas de baixo valor agregado para as periferias, tornando assim os centros das cidades em locais estratégicos e com um disputado mercado imobiliário.

As justificativas para este tipo de intervenção vão desde a necessidade promover uma maior salubridade e limpeza urbana através da remoção do tecido urbano antigo, até a necessidade de reorganizar a rede viária. Esse modelo de intervenção actua em três dimensões básicas, são elas, a dimensão morfológica, a dimensão social e a dimensão funcional (Moura *et al*, 2005). Na dimensão morfológica actua-se sobre a forma da cidade e a paisagem urbana, já na dimensão social acaba sempre por haver uma gradativa substituição de residentes por outros com perfis diferentes. E na dimensão funcional há uma substituição da base económica da área de intervenção.



Fig. 1 Melbourne Docklands, antes e depois do processo de renovação urbana (Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/Urban_renewal, em 20/06/2010)

O conceito de requalificação urbana se enquadra numa óptica mais conservadora quando intervém em áreas degradadas. Os instrumentos de requalificação urbana tentam melhorar a cidade, promovendo a construção e recuperação e, contrariamente ao conceito de renovação urbana esse tipo de política mantém o edificado, preservando a arquitectura existente.

Aliada à intervenção física, os modelos de requalificação urbana são baseados na valorização de novas capacidades infra-estruturais (e imobiliárias) e em operações selectivas de “estética” urbana, nos quais se joga uma postura de antecipação da competitividade urbana através da produção de “ícones” em zonas urbanas bem delimitadas (Vázquez, 2006). Esse tipo de intervenção tenta melhorar as condições de vida das pessoas, valorizando o espaço público com medidas de dinamização social e económica.

Segundo Moura *et al* (2005), a requalificação urbana provoca a mudança do valor da área ao nível económico, cultural, paisagístico e social. Ainda de acordo com esses autores, esse modelo de intervenção tem um carácter mobilizador, acelerador e estratégico, e está principalmente voltado para o estabelecimento de novos padrões de organização e utilização dos territórios, e para um melhor desempenho económico.



Fig. 2 Bilbao durante o processo de requalificação urbana (Fonte Januzzi e Razente, 2007)

O conceito de reabilitação urbana, muito utilizado em Portugal, visa a re-habitação das áreas degradadas, adaptando tais zonas a novas situações de acordo com novas funcionalidades urbanas que

possam surgir. Esse tipo de intervenção acaba por dar ênfase maior ao carácter residencial, com intervenções complementares no edificado e na paisagem urbana. A reabilitação urbana busca criar um mercado imobiliário inexistente devido à falta de interesse da população em geral e ao estado de degradação do edificado. Esse modelo de políticas tenta inserir no “jogo” do mercado imobiliário construções antigas que se encontram à margem dos interesses dos compradores.

Finalmente o conceito de Revitalização Urbana pode ser considerado como um conceito englobante, buscando integrar diversas dimensões de intervenção. A revitalização urbana, fica claro no seu nome, trás *vida* novamente ao que antes já tinha. É o caso de muitas zonas urbanas em declínio, que se formaram num padrão misto de ocupação que conjugava por muitas vezes comércio e habitação em um mesmo edifício. Com a perda da vida da economia local, uma espiral de declínio se iniciou levando a graves problemas sociais e urbanos nessas áreas degradadas.

Porém não é senso comum a definição desses conceitos. Tal diversidade de conceitos reflecte fundamentalmente a diversidade de intervenções possíveis. Cabe a cada um escolher o conceito, revitalização, reabilitação e outros, que melhor expresse a dimensão de intervenção que se propõe estudar.

Neste trabalho foi escolhido o termo *Revitalização Urbana*, pois segundo o autor, é o conceito que representa com maior precisão o estudo de caso. Porém o conceito de *Reabilitação Urbana* pode também ser citado.

Como o desenvolvimento de uma cidade é uma conjugação de diversos actores, públicos e privados, igualmente os processos de revitalização urbana são sempre abordados discutindo a importância de cada um desses actores.

A discussão actual a respeito dos diversos actores responsáveis pelos processos de revitalização urbana questiona a contribuição da iniciativa privada empresarial como promotor da revitalização comercial de áreas degradadas. Pode-se facilmente diferenciar duas correntes de pensamento encontradas na literatura, uma corrente que analisa o papel do sector privado como um todo principalmente na geração de receitas e empregos e outra, que busca perceber especificamente o papel das indústrias criativas como dinamizadoras das áreas degradadas. A seguir será apresentada essas duas correntes, a corrente do Sector Privado e a outra corrente das Indústrias Criativas.

2.4. SECTOR PRIVADO

A importância do sector privado, nomeadamente das empresas, nos processos de revitalização urbana começou a ser defendida fundamentalmente pelo professor Michael E. Porter em 1995. É uma corrente que se baseia num conceito largamente utilizado actualmente, chamado de “*Business-Led Urban Regeneration*”, que numa tradução livre significa “Regeneração Urbana liderada pelas empresas”. Este conceito coloca em foco os actores privados como principais intervenientes na dinamização económica e, por consequência, social e habitacional das áreas degradadas.

2.4.1. A MUDANÇA DE ABORDAGEM

Durante muito tempo acreditou-se que a melhor forma de tratar estes problemas eram através de fortes apoios sociais do sector público, no entanto Michael Porter (1995) justifica uma nova forma de abordagem deste problema, considerando que deve-se dar mais importância ao papel do sector privado diante desta problemática.

A degradação física e social característica de muitas cidades europeias e norte-americanas é talvez um dos maiores problemas enfrentados pelos governos no âmbito da reabilitação urbana. A partir do momento que as primeiras actividades económicas e moradores começaram a migrar para fora da “cidade antiga” iniciou-se aí um ciclo de pobreza e problemas sociais, pois acabaram por ficar somente quem efectivamente não tinha condições financeiras para sair também. Acompanhado a isso, estas zonas marginalizaram-se, tornando-se pontos de consumo e tráfico de drogas e de criminalidade. Anteriormente, estas zonas eram vivas, pois muitas delas foram a génese da cidade, como por exemplo a cidade do Porto, Portugal, que começou a se formar com as actividades comerciais sediadas na envolvente da antiga Alfândega do Porto.

Devido a estes factores, ficou óbvio a todos os moradores da cidade que as zonas antigas e degradadas passaram a alojar, na generalidade, pessoas de baixa renda, desempregados, idosos e também empresas e actividades económicas perdedoras face à concorrência dos grandes grupos económicos e detentores de maior inovação tecnológica e *know-how* corporativo. Para agravar este quadro, por longos anos os governos viraram às costas à esta problemática, se utilizando de medidas paliativas e que se provaram ineficientes no tratamento da degeneração urbana. Como exemplo, pode-se citar a “Lei das Rendas” em Portugal que se utilizou do sector privado (senhorios) para prestar assistência social aos moradores de baixa renda. Esta lei desincentivou muitas iniciativas por parte dos donos dos prédios das áreas degradadas em promover acções de reabilitação física do edificado.

Várias outras medidas de cariz social foram adoptadas para combater as mazelas trazidas pela saída dos moradores e das actividades económicas dos centros antigos das cidades. No entanto, cada vez mais nota-se a necessidade de seguir por outro caminho, adoptando uma abordagem que efectivamente produza resultados concretos na melhoria do ambiente urbano e da vida dos moradores e trabalhadores destas zonas. Esta abordagem, defendida por Michael Porter (1995) no trabalho “*The Competitive Advantage of the Inner City*”, traz à luz um novo modelo para o tratamento da degeneração urbana. Um modelo mais económico, voltado ao incremento do investimento privado e da geração de empregos e riqueza.

Tal modelo de (re)desenvolvimento económico de áreas debilitadas visa prever o incentivo às empresas privadas que não só suprem as necessidades locais mas, também, a economia circundante. Ou seja, as zonas degradadas não devem ser só pensadas numa óptica simplista de reabilitação e, sim devem voltar a fazer parte da cidade e área metropolitana que as rodeia. Diante destas afirmações os processos de revitalização urbana devem contemplar em seus objectivos estratégicos a necessidade de se *criar riqueza* ao invés de *redistribuir riqueza* (Michael Porter, 1995).

Porém, neste ponto surge uma questão que necessita ser pensada: Como trazer novas empresas para estas zonas históricas em decadência? Quais os motivos que fariam a relocação de novas empresas nos centros históricos? E mais uma pergunta: Como novas empresas podem efectivamente ajudar no melhoramento económico e social de zonas degradadas?

2.4.2. O “NOVO MODELO”

Michael Porter (1995) justifica o porquê que as empresas devem investir nas zonas antigas das cidades vítimas de processos de degeneração urbana e como estas empresas podem auxiliar nos processos de revitalização das mesmas. O autor cita as vantagens e desvantagens existentes nesses sítios.

1. **Localização estratégica:** Normalmente estas zonas estão localizadas nos centros das cidades e áreas metropolitanas, locais que deveriam ser economicamente valiosos. Próximo de áreas com significativa dinâmica imobiliária, centros de negócios (*CBD – Core Business Distristics*), infra-

estruturas de transporte e comunicação. Como resultado, as áreas centrais podem oferecer para as empresas uma série de benefícios derivados exclusivamente de sua localização singular devido à sua proximidade aos centros de negócios, às infra-estruturas logísticas, entretenimento e zonas turísticas, bem como ao efeito de concentração de empresas na envolvente (bancos, empresas públicas, universidades e outros). Devido aos avanços nos meios de transporte e comunicação, muitas empresas não dependem muito de sua localização e / ou proximidade aos clientes para serem rentáveis, porém a crescente formação de *clusters* regionais trouxe novamente a importância deste factor, criando economias de escala devido à concentração de empresas que actuam em ramos semelhantes.

2. **Procura do mercado local:** Devido à trajectória de degradação percorrida por zonas históricas, o desinteresse por partes dos empreendedores levou à diminuição da oferta de serviços diversos para os moradores e trabalhadores que ali permaneceram. Portanto, actualmente há uma procura potencial latente e com substancial poder de compra (Michael Porter, 1995). Como, normalmente, a população residente é muito característica deve-se ter em atenção as suas necessidades particulares de forma a criar uma oferta de produtos e serviços direccionada às necessidades deste grupo populacional. Com a instalação nos centros históricos de actividades inovadoras, criativas, a procura irá expandir além das fronteiras concelhias, alcançando níveis regionais, nacionais e talvez até internacionais. Tal efeito leva com que as pessoas passem a consumir produtos e serviços nos centros históricos fazendo com que cresça a movimentação económica nessas zonas.

3. **Integração com Clusters Regionais:** A integração com clusters regionais das empresas localizadas nos centros históricos acaba por criar, como foi dito no ponto 1, economias de escala devido à aglomeração de empresas do mesmo ramo trabalhando próximas umas das outras. Esta integração serve também para que estas zonas degradadas voltem a “fazer parte” da economia regional e do tecido empresarial que estão inseridas, através da orientação de sua produção para suprir também a procura externa. Pois desta forma as conexões empresariais e económicas com as demais empresas e clientes presentes na envolvente são fortalecidas, afirmando cada vez mais a presença destas novas actividades económicas e colocando em posição de destaque estas áreas urbanas que antes se encontravam em esquecimento por parte da cidade. Diante disso tanto os investimentos públicos quanto privados devem focar no melhoramento destes novos clusters, através de incentivos em capacitação dos trabalhadores, infra-estrutura e tecnologia. Desta forma, várias companhias podem ser beneficiadas. Neste ponto pode-se citar como exemplo o incentivo promovido por várias entidades públicas e privadas para o estabelecimento de um cluster de actividades criativas no Centro Histórico do Porto, em Portugal¹.

4. **Recursos Humanos:** Deve-se desmistificar e passar a conhecer a fundo a oferta de mão-de-obra existente nas zonas decadentes. É senso comum acreditar que os residentes não estão dispostos a trabalhar pois preferem continuar a receber ajudas sociais do sector público e de instituições de caridade. Os recursos humanos encontrados nos centros históricos ainda apresentam baixas habilitações literárias, portanto as políticas empregadas para trazer empresas para essas áreas degradadas devem vir de encontro com a mão-de-obra ali existente. Segundo Michael Porter (1995) a instalação de empresas de alta tecnologia pode até parecer atractivo, porém traz pequenos benefícios para os residentes, pois tende a empregar uma minoria ou até mesmo não empregar nenhum recurso humano ali existente. Portanto, para se obter sucesso com as políticas de promoção empresarial e económica do centro histórico deve-se sempre ter em atenção os recursos humanos locais. É importante também reconhecer as lideranças locais, como por exemplo, responsáveis por organizações sociais e religiosas, de forma a promover a integração das mesmas no processo de revitalização urbana incidente na zona em questão.

¹ Ver discussão sobre estas iniciativas no ponto 2.5.2.3.

As desvantagens destas zonas ainda são muitas e dificultam uma melhor integração das mesmas na envolvente da cidade. Michael Porter (1995) cita nove desvantagens que devem ser tratadas de forma cautelosa pelos diversos intervenientes para ser possível ultrapassá-las.

Tabela 1 O modelo proposto por Michael Porter (1995)

Desenvolvimento Económico de Zonas Urbanas Degradadas

<u>Novo Modelo</u>	<u>Antigo Modelo</u>
Económico: Criar riqueza	Social: Redistribuir riqueza
Sector privado	Governo e organizações de serviços sociais
Negócios rentáveis	Negócios subsidiados
Integração com a economia regional	Isolamento da "grande economia"
Empresas orientadas para a exportação	Empresas que somente servem a economia local
Minorias qualificadas e experientes engajadas em construir negócios	Minorias qualificadas e experientes engajadas no sector de serviços sociais
Foco principal: Instituições do sector privado	Foco principal: Instituições sociais
Reconhecimento e "custeio directo" das desvantagens	Subsídio das desvantagens
Governos focados em melhorar o ambiente para os negócios	Governos focados em promover ajudas sociais

1. **Edifícios existentes:** Apesar de existirem muitos edifícios devolutos e disponíveis para ocupação nos centros históricos e zonas degradadas, uma grande parte deles não se adapta às necessidades das empresas, pois apresentam dimensões reduzidas e possuem uma arquitectura interna pouco atractiva. Isso faz com que muitas empresas tenham que fazer grandes investimentos em reformas, conjugação de parcelas, limpeza e também com burocracias necessárias à legalização das adaptações construtivas, processos que por muitas vezes demoram até serem concluídos.
2. **Custos de Construção:** O custo da construção / reforma no centro histórico é significativamente mais alto que na periferia. Tal facto deve-se aos custos e atrasos associados com as questões logísticas e as leis de uso e ocupação do solo muito específicas para estas zonas, fazendo os custos da burocracia aumentarem. Muitos destes centros históricos são considerados Patrimónios da Humanidade e possuem muitos Imóveis de Interesse Público. Portanto, no intuito de preservar as construções existentes e a morfologia, a carga reguladora sobre estas zonas é muito maior e impede intervenções que rompam com o padrão arquitectónico presente. Associado ao custo da burocracia existe o custo do tempo para aprovações das diversas licenças e permissões camarárias, que fazem com que muitos empreendedores percam o interesse de se instalar nos centros históricos.
3. **Outros custos:** Michael Porter (1995) afirma em seu modelo que os custos de água, luz e outros custos necessários para o funcionamento das empresas, bem como os custos imobiliários, são muito maiores nos centros históricos quando comparados com os custos nos subúrbios. Custos com seguros imobiliários também tendem a ser maiores nas construções mais antigas e com sistemas de segurança de pior qualidade.

4. **Segurança:** Há ainda muita insegurança nestas áreas degradadas, devido principalmente ao tráfico e consumo de drogas, que impedem em muito a decisão de mudança de novos moradores e empresários. Talvez este é um dos maiores problemas que persistem nesses locais, mesmo sem se ter uma verdadeira noção da gravidade do problema. Somado a isso, podemos citar outros tipos de inseguranças, são elas a insegurança física devido à situação degradante de muitos prédios que a qualquer momento podem ruir, a falta de higiene e manutenção das ruas e espaços públicos.

5. **Infra-estrutura:** Estas zonas carecem de infra-estrutura adequada para receber empresas de carácter variado, como por exemplo empresas que necessitam de acesso e espaço adequado para realizar cargas e descargas. Os centros históricos ainda carecem de políticas adequadas de estacionamento e mobilidade. Tais factores condicionam em muito a decisão de um empresário ou de uma família no momento de mudar para essas áreas.

6. **Recursos Humanos:** Ao mesmo tempo que os recursos humanos são considerados como vantagens dos centros históricos, eles também acabam por causar um grande impedimento na contratação de mão-de-obra local. Regra geral, os recursos humanos encontrados nos centros históricos carecem de formação profissional para funções de alto valor acrescentado. Conjugado a este factor, actualmente a generalidade das empresas tanto públicas quanto privadas exige um mínimo de habilitações literárias que são dificilmente encontradas na mão-de-obra dessas zonas. Empresas que necessitam de funcionários com alto grau de formação acabam por recrutar seus colaboradores fora dos centros históricos. A conjugação destes factores leva ao aumento da taxa de desemprego nas áreas degradadas quando comparada com outras zonas da cidade e com o subúrbio.

7. **Gestores descapacitados:** Como a generalidade dos centros históricos possui empresas de pequena dimensão e / ou familiares, os seus gestores são, na generalidade, desqualificados. Normalmente possuem um currículo com extensa experiência profissional e pouco ou mesmo nenhum tipo de formação académica em disciplinas de Gestão e / ou Administração de Empresas. Aliado a isso, há uma inércia presente nas empresas tradicionais diante das mudanças do mercado económico global. Questões como a integração de novos sistemas informáticos para controlo de custos e stock são normalmente assimiladas com muita dificuldade por esses gestores. Isso faz com que eles acabem por perder a concorrência contra os grandes centros comerciais que se utilizam de economias de escala para baixarem os custos e que conseguem lidar de forma mais integrada com os avanços tecnológicos dos diversos sistemas de gestão e de administração de empresas.

8. **Capital:** Segundo Michael Porter (1995), historicamente os bancos não tem dado a devida atenção às empresas dos centros históricos, caracterizadas por empresas tradicionais e de pequeno porte, quando comparadas com as grandes empresas e as que se encontram nos subúrbios e outras zonas da cidade. Aliado a esse factor, as pequenas empresas normalmente têm mais dificuldade em poupar devido ao menor volume de negócios realizados, dificultando assim os investimentos futuros e melhoramentos necessários para acompanhar as dinâmicas do tecido empresarial.

9. **Atitudes:** Devido à instabilidade social e económica muitas organizações sociais e comunitárias ainda vêem as novas empresas como responsáveis em “solucionar” os problemas sociais encontrados nos centros históricos. Esse tipo de comportamento faz com que os empresários interessados em se instalar nesses locais acabem por escolher outras opções que não os responsabilizem pelos problemas ali existentes.

Diante dos prós e contras apresentados, Michael Porter (1995) define as responsabilidades que os três principais actores em questão, sector privado, governos e organizações sociais e comunitárias, devem ter.

O sector privado deve ser o foco deste novo modelo através da criação e expansão da actividade económica nos centros degradados, do estabelecimento de relações económicas com as empresas já existentes, do redireccionamento dessa “filantropia corporativa”, promovida pelas organizações sociais e comunitárias, dos serviços sociais para as actividades económicas e também, da adopção de um correcto e eficaz modelo de investimento.

O papel dos governos proposto nesta nova abordagem vai no sentido de adoptar medidas que promovam e facilitem a entrada, e obviamente a permanência, da iniciativa privada nas áreas degradadas. Através da adopção de políticas-alvo (*targeted policies*) que disponibilizem recursos directos para áreas de grande necessidade económica com o incremento do valor económico das zonas degradadas, tornando-as a localização preferencial para negócios e empresas. Com a promoção de programas de desenvolvimento económico para as instituições do sector privado através de incentivos, visando o melhoramento da performance económica do tecido empresarial.

E finalmente, o papel das organizações sociais e comunitárias, que historicamente sempre tratavam dos problemas sociais principalmente através de caridade, também deve ser orientado de forma a tornar o ambiente mais propício ao desenvolvimento empresarial. Tais entidades devem identificar e trabalhar junto com a comunidade local os pontos fortes destas zonas, criando um sistema de capacitação e disponibilização dos recursos humanos locais. Trabalhar para mudar o “pensamento” e as “atitudes” da comunidade local diante de uma nova empresa facilitando a entrada da mesma na economia local são também deveres dessas organizações.

A abordagem feita por Michael Porter (1995) trouxe à tona uma visão mais “*business*” ao debate da reabilitação urbana. Porém, segundo Harrison e Glassmeier (1997), a reabilitação urbana não pode somente se basear nos incentivos às empresas privadas, desmerecendo toda a contribuição positiva dos governos locais e das organizações sociais e comunitárias.

Apesar de por muitas vezes parecer demasiado radical o que é afirmado pelo professor Michael Porter, principalmente nas críticas que o mesmo faz a respeito da excessiva preocupação com as questões sociais, tal autor vai directamente à causa do problema, ou seja a degradação económica, e não à consequência, ou seja os problemas sociais, do edificado, do ambiente urbano e outros.

2.4.3. A REAL IMPORTÂNCIA DO SECTOR PRIVADO

Parece óbvio, economicamente falando, que se uma área é pobre, ela precisa receber dinheiro (NEF - New Economic Foundation, 2002). Esse dinheiro pode ser atraído, por exemplo, com investimentos, públicos e privados, que gerem empregos, através da criação de atracções turísticas que acabem por trazer mais pessoas para a área e logo aumentarem a entrada de dinheiro na mesma, e através da instalação de novos moradores e novas actividades económicas. Porém, o problema não é necessariamente o pouco dinheiro que entra na economia local. Pelo contrário, é o que os consumidores, os serviços públicos e os empresários fazem com esse dinheiro. Frequentemente esse dinheiro é gasto em serviços fora da economia local e, portanto, imediatamente deixa a área (Social Exclusion Unit, 2000).

A saída (fuga) do dinheiro que entra na economia local acaba por inibir o desenvolvimento de um “ciclo virtuoso de consumo” (Dixon, 2005). Tal ciclo (figura 3), se inicia provendo oferta competitiva e suprimindo os nichos de mercado disponíveis, aumentando o poder de compra dos residentes (receita disponível), o consumo, os empregos locais, o volume de vendas das empresas, a afluência de consumidores, a segurança e o consumo feito pela comunidade local (consumo local – local) (BCG e ICIC, 1998).

Portanto, empregando as analogias criadas por NEF (2002) a respeito das políticas de “guarda-chuva versus funil” e “balde furado”, deve-se trocar o “guarda-chuva”, que impede a efectiva entrada, permanência e circulação do dinheiro na economia local, pelo “funil”, fazendo com que o dinheiro permaneça por mais tempo possível dentro da economia local, elevando assim o “valor” desse dinheiro na mesma. Portanto colocando dinheiro dentro de uma área degradada tem reduzido impacte positivo a longo prazo se toda a riqueza produzida logo “foge”, porque não há efectivamente nada para mantê-lo dentro da área (figura 4).

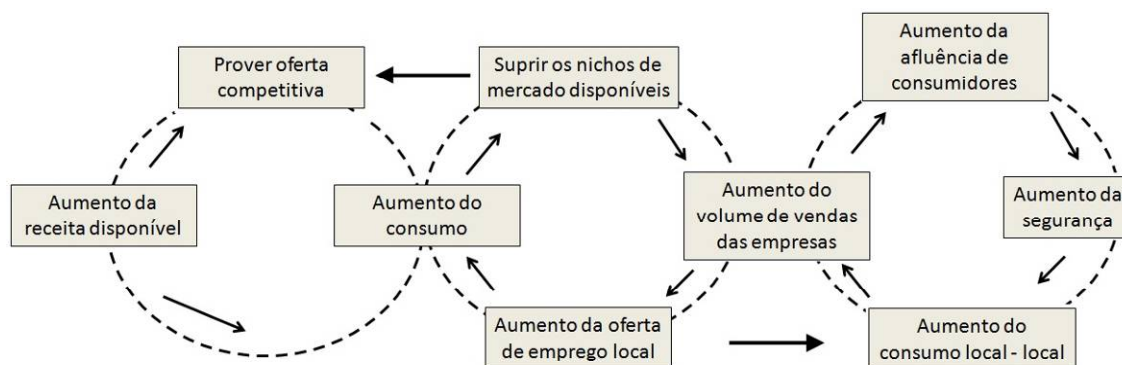


Fig. 3 Ciclo virtuoso do consumo (Adaptado de BCG e ICIC, 1998)

A analogia do “balde furado” (figura 5), também criada por NEF (2002), considera a economia local com um balde. Caso esse balde tenha furos o dinheiro que entra acaba por “escoar” pelos mesmos, não conseguindo permanecer dentro do balde. Portanto há duas estratégias para manter o balde o mais cheio possível. Pode ser feito aumentando a velocidade de entrada de dinheiro acima da velocidade de saída ou consertando os furos encontrados.

A primeira solução se baseia na maior atracção de dinheiro para a zona degradada, através de investimentos, segurança social, exportações, turismo e outros. Já a segunda analogia, obviamente conjugada com a entrada regular dinheiro descrita na primeira, se baseia na diminuição da velocidade de saída pelos furos através da utilização dos recursos humanos, produtos e serviços locais.

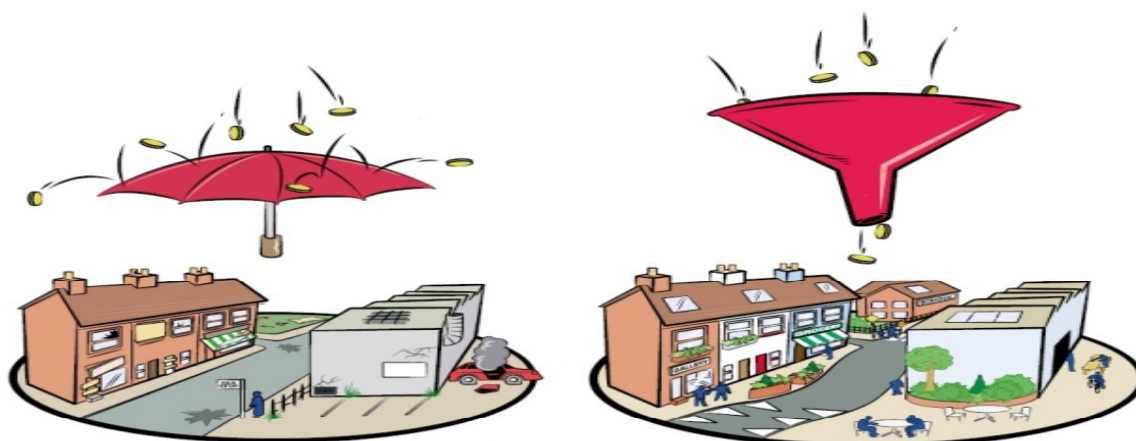


Fig. 4 Guarda-chuva x Funil (Fonte: NEF, 2002)

Porém, não é preciso e nem aconselhável que todos os furos sejam tapados (NEF, 2002). O que se recomenda é o incremento das ligações locais no sentido de fazer o máximo uso dos investimentos. Tais atitudes vão fazer aumentar a riqueza da economia local e com maior poder de compra para negociar com outras comunidades produtos e serviços que não são encontrados localmente. Portanto a questão não é a busca de auto-suficiência e isolamento, pelo contrário, é o incremento das ligações existentes com o objectivo de trazer novas investimentos do exterior e tornar estas zonas degradadas mais competitivas ao nível de uma economia regional / nacional / internacional mais alargada.

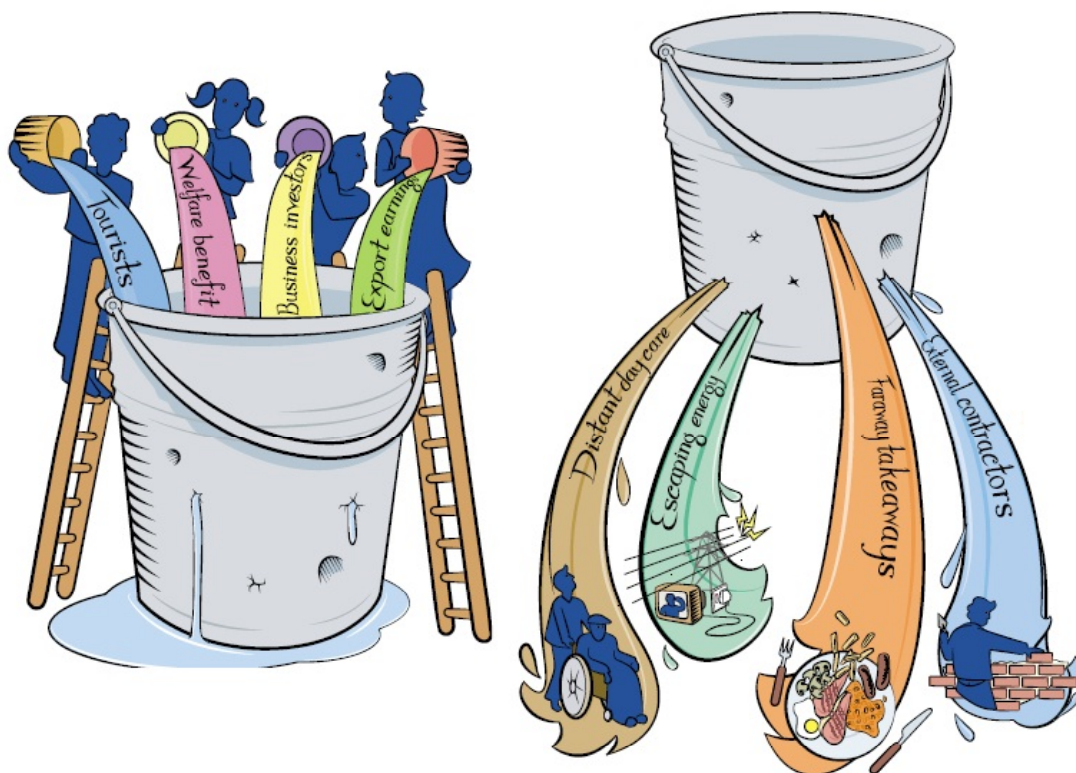


Fig. 5 Balde Furado (NEF, 2002)

A partir do trabalho inicial realizado por Michael Porter foi fundada a *ICIC – Initiative for a Competitive Inner City*, uma organização focada no aconselhamento dos diversos intervenientes envolvidos nos processos de revitalização urbana dos centros degradados das cidades. Em 2002 tal organização, juntamente com a *SBS – Small Business Service*, realizou um extensivo trabalho de campo em diversas cidades no Reino Unido que passavam por graves problemas de degradação urbana. As conclusões obtidas foram discutidas no documento *City Growth Strategy – A NEW Agenda for Business-led Urban Regeneration*.

Esse documento, baseado na análise detalhada de sete realidades urbanas distintas, apresenta as principais questões encontradas no âmbito da regeneração urbana centrada no sector privado. Tal documento afirma que a degradação encontrada nos centros das cidades é muito mais um problema económico do que social, pois o melhoramento do “ambiente empresarial” incentiva às empresas a se instalarem nessas áreas e, por consequência, gerando empregos, receitas e riquezas.

Dentre as principais conclusões apresentadas pelo documento está a necessidade de se considerar a criação de clusters locais nos centros degradados, como forma de revitalizar a economia local.

Através do reconhecimento das especificidades económicas locais de cada território é possível promover a criação / desenvolvimento de clusters derivados das economias de escala formadas pela aglomeração de empresas produtoras / consumidoras a actuar no mesmo sector económico. Dessa forma estas zonas degradadas passam a figurar como zonas competitivas ao nível concelhio, metropolitano, regional, nacional e até internacional. Normalmente as áreas degradadas possuem um leque diversificado de serviços muito específicos, porém os mesmos acabam por sempre trabalharem de forma independente.

Portanto os centros degradados devem sair da posição “inferior” em relação às outras zonas da cidade, passando a ser mais uma opção competitiva ao nível económico. A formação de clusters, sugerido por SBS e ICIC (2002), é uma oportunidade latente de desenvolvimento. Há invariavelmente uma errada percepção que a formação de clusters deve ser feita através da atracção de empresas de alta tecnologia, ao invés de empresas mais tradicionais. Antes de se incentivar a formação desse tipo de clusters, deve-se reconhecer as potencialidades locais, buscando a possibilidade de se formar clusters através de incentivos aos empresários locais.

Para elevar a posição dos centros degradados para centros competitivos é necessário criar um ambiente económico atractivo que não só traga novos empresários / moradores mas que também consiga manter os “vencedores locais”, construindo negócios que ofereçam empregos, receitas e riquezas para a comunidade, pois os problemas sociais estão, fundamentalmente, ligados à carência de oportunidades que façam com que as populações permaneçam e que novas populações se fixem. Logo, como pode-se formar um ciclo virtuoso (figura 3) que, a longo prazo, vai alterar o quadro de degradação social, também pode-se, esse mais facilmente, iniciar um “ciclo miserável” (figura 6) ou um “ciclo de estigmatização” (Pereira, 2008) causado pela falta de oportunidades locais. As autoridades locais, principais responsáveis pelas áreas degradadas, precisam começar a agir de forma proactiva ao invés de reactiva diante das necessidades dos empresários locais e assegurar o desenvolvimento de um ambiente empresarial competitivo (SBS e ICIC, 2002).

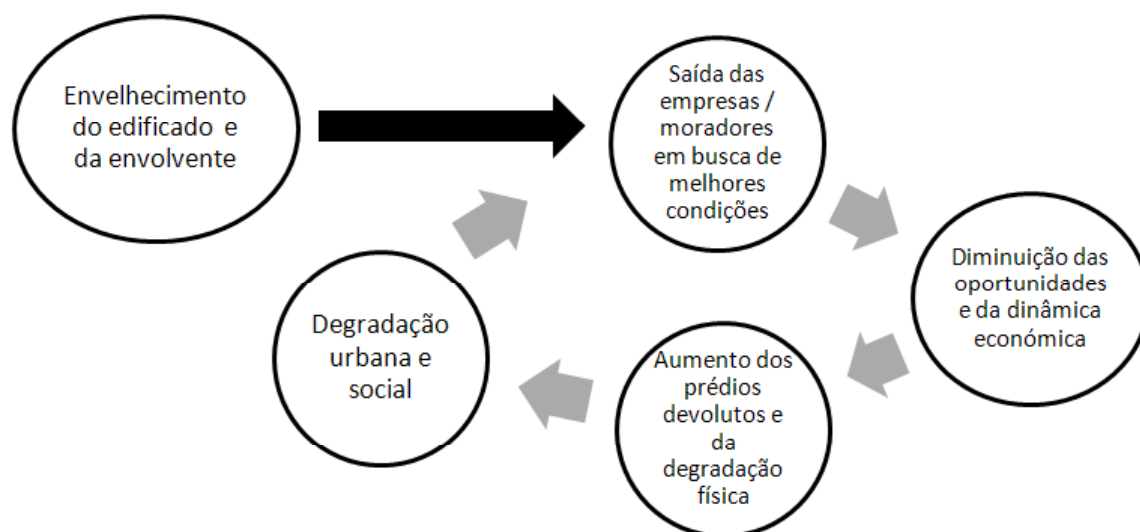


Fig. 6 Ciclo de degradação urbana

2.5. INDÚSTRIAS CRIATIVAS E DO CONHECIMENTO

2.5.1. DEFINIÇÃO

Actualmente a discussão sobre a revitalização económica dos centros históricos das cidades têm cada vez mais dado atenção às indústrias criativas e do conhecimento como instrumentos de potencial criação de emprego e riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual. Semelhante à denominação utilizada pelos autores que analisam a reabilitação urbana centrada no sector privado, “*Business-led Urban Regeneration*”, “*Culture-led Urban Regeneration*” (Evans, 2009), em tradução livre “Regeneração Urbana liderada pela cultura”, é a corrente que estuda os processos de reabilitação urbana centrados no papel das Indústrias Criativas e do Conhecimento nos centros degradados.

Segundo Musterd (2009), as indústrias criativas e do conhecimento são divididas nas seguintes categorias:

- Publicidade;
- Arquitectura;
- Artes;
- Antiguidades;
- Design;
- Design de moda;
- Produção de vídeo e cinema;
- Produção de música;
- Fotografia;
- Artes visuais, musicais e de performance;
- Publicação;
- Jogos de Computadores e Videojogos;
- Publicações electrónicas e Software;
- Rádio e TV.

No âmbito das indústrias do conhecimento os sectores económicos envolvidos são (Musterd, 2009):

- Tecnologia da Informação e Comunicação;
- Sector financeiro incluindo Seguros;
- Direito e outros serviços como Contabilidade, Auditoria, Consultoria em Impostos, Pesquisas de Mercado, Consultoria em Gestão;
- R&D;
- Ensino Superior.

Portanto, pode-se concluir que as indústrias criativas² não se limitam ao trabalho dos artistas e das actividades culturais, sendo um conceito muito mais abrangente.

Uma característica comum em todas as actividades descritas acima, em oposição às actividades antigas muito ligadas à manufactura e à produção em massa, responsáveis pelo desenvolvimento de muitas cidades europeias, é que elas estão suportadas na imaginação e criatividade individual, associadas à habilidade e talento, produzindo novos conteúdos e propriedade intelectual (Fundação Serralves, 2008).

Nesta visão as Indústrias Criativas fazem um contraponto às demais indústrias por serem uma nova formação empresarial, pós-fordista com uma lógica de desenvolvimento num cenário urbano pós-

² A partir deste ponto, o termo Indústrias Criativas irá referir-se tanto às Indústrias Criativas como às Indústrias do Conhecimento.

industrial (Evans, 2009). Esta “nova” formação sugere uma descontinuidade, uma quebra com o passado (Evans, 2009), nos padrões de emprego e produção.

A justificativa para a atracção das indústrias / pessoas criativas para os centros históricos baseia-se na singularidade urbana encontrada nesses sítios. Os centros das cidades geralmente oferecem um “estilo de vida” alternativo, incluindo sua paisagem urbana e uma vida social e cultural vibrante (Vázquez *et al*, 2010).



Fig. 7 Poznan, Polónia (Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Poznan_Poland.jpg, em 20/06/2010)

Musterd (2009) vai mais a fundo na caracterização dos factores que podem vir a atrair as indústrias criativas para os centros históricos, dividindo em três grandes grupos as condições favoráveis à instalação dessas actividades nos centros históricos.

São chamadas as condições “*hard*”, ou “*clássicas*”, aquelas que, fazendo uma analogia aos computadores, se referem mais à questão física da localização, muito consideradas pelas empresas antigamente. Tais condições referem-se à oferta de mão-de-obra disponível, nível das rendas / alugueres, oferta de espaços / imóveis para empresas / escritórios, acessibilidades, regimes locais e nacionais de impostos e outras questões legais que afectam o bom funcionamento das empresas. Outras questões como os subsídios / redução de impostos, proximidade com grandes centros financeiros, aeroportos, centros de telecomunicação, também podem ser consideradas como condições “*hard*”.

Já as condições “*soft*” incluem por exemplo, um ambiente urbano agradável, tolerância aos tipos de vida alternativos, diversidade étnica e racial, locais com forte “vida cultural”, espaços públicos que propiciem os encontros / reuniões, tanto para negócios quanto para lazer.

Mais uma divisão feita pelo autor refere-se às condições “*network*”. São condições ligadas principalmente, como diz o nome, à “rede social” das pessoas. A questão de nascer na cidade / região, a proximidade com amigos / familiares são factores que podem pesar na decisão da instalação das indústrias criativas nos centros históricos das cidades.

Esse tipo de actividades com certeza já existe há muito tempo, mas a actual atracção pelos centros históricos caracteriza um processo de “clusterização” que se vêm observando. Muitas das condições citadas por Musterd (2009) são semelhantes às vantagens enumeradas por Porter (1995), principalmente as condições que se enquadram no grupo “hard”.

Portanto como já pode-se constatar, as indústrias criativas funcionam de forma fundamentalmente diferente e são atraídas por factores que diferem da atracção da indústria de manufactura, modelo *fordista*. O “ciclo de produção” desses tipos de actividades podem ser representados na figura abaixo:

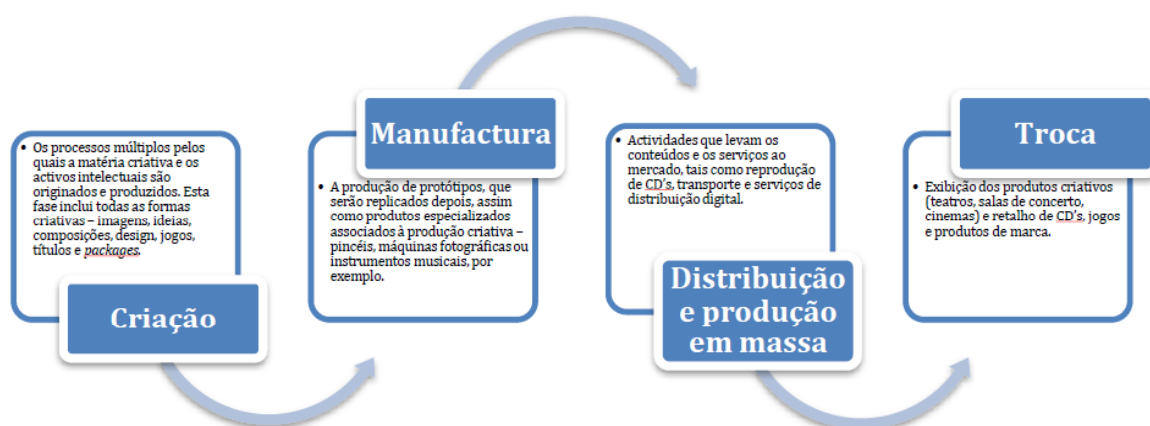


Fig. 8 Ciclo de produção das Indústrias Criativas (Fonte: Fundação Serralves, 2008)

Desse ciclo de produção surgem os mais variados produtos que podem ser desde um CD, um DVD, um ficheiro MP3 e outros. Diferentes das outras indústrias, as indústrias criativas têm o seu valor no seu conteúdo, no que está “dentro”, e não no objecto físico que o transporta. Assim, as indústrias criativas têm em comum a capacidade de gerar e comercializar ideias com “valor expressivo”, valor este que alarga o significado e a percepção (Fundação Serralves, 2008). Os centros históricos, com sua rica diversidade urbana e patrimonial, sua mistura de pessoas e estilos de vida acabam assim por servir de “inspiração” para o melhor funcionamento desse ciclo de produção. Ao mesmo tempo que as indústrias criativas “servem-se” do centro histórico para criar, elas acabam também por auxiliar o desenvolvimento económico dos mesmos, pois como qualquer outra indústria, são geradoras de emprego e riqueza. É nessa interacção que se coloca a importância do papel das indústrias criativas nos processos de revitalização urbana.

2.5.2. CULTURE-LED URBAN REGENERATION

É correcto afirmar que os centros históricos são únicos e possuem uma identidade territorial singular. Ao mesmo tempo que esses lugares oferecem a envolvente física, urbana e social para o desenvolvimento dessas actividades, as mesmas encontram nos centros históricos o “entusiasmo artístico” para a criação. Muitas cidades europeias já apostaram no papel das indústrias criativas na revitalização económica e cultural dos centros históricos e zonas degradadas.

O início desse debate pode ser atribuído a Charles Landry quando da criação do grupo *COMEDIA* em 1978. O objectivo deste grupo esteve sempre baseado no estudo da revitalização social e económica das cidades e de seus centros históricos através das indústrias criativas e actividades culturais. Actualmente, é unânime o reconhecimento da importância da preservação do património cultural urbano e a necessidade da resolução dos problemas dos centros das cidades (Milão, 2006).

Dentre várias cidades que sofreram intervenções centradas em políticas de reabilitação urbana aliadas às actividades criativas, pode-se citar os exemplos de Dublin, Barcelona e Porto.

2.5.2.1. Temple Bar - Dublin

Temple Bar é um bairro no centro histórico da capital irlandesa, Dublin, que passou por um intenso processo de degradação urbana em meados do século XX, com a saída de muitas actividades económicas para os subúrbios. Um processo de degradação urbana muito semelhante ao de várias outras cidades europeias. Conjuntamente com a migração das actividades económicas e por consequência dos residentes, na década de 70 a CIÈ, companhia nacional de transportes rodoviários irlandesa, adquiriu grande parte dos edifícios devolutos em *Temple Bar* com o objectivo de demoli-los e transformar a zona num novo terminal de autocarros, que, segundo Henriques (2006), acelerou o seu despovoamento.

Devido a diversos factores, principalmente económicos, a referida companhia acabou por sempre postergar a concretização desse projecto. Para dar uso ao património edificado que ia sucessivamente adquirindo em *Temple Bar*, a companhia decidiu por colocar no mercado imobiliário diversos imóveis, sob forma de arrendamento de baixo custo.



Fig. 9 *Temple Bar* nos dias de hoje (Fonte: http://www.flickr.com/photos/dusi_bbg/114674419/sizes/o/, em 20/06/2010)

Atraídos pela oferta barata de imóveis, várias actividades culturais e alternativas começaram a ocupar este bairro. Dentre estas actividades pode-se citar (Milão, 2006) estúdios de artistas, gravadoras independentes, pubs, galerias, livrarias e lojas de discos, etc. Dessa forma o interesse pela zona pela classe criativa³ cresceu, surgindo assim críticas ao plano da CIÈ. Logo iniciou-se uma discussão alternativa a respeito do futuro desse sítio. Os novos inquilinos trouxeram muita cor e vida de volta ao bairro (Temple bar Cultural Trust, ?)⁴.

³ Classe de pessoas envolvidas nas Indústrias Criativas

⁴ Fonte: http://www.templebar.ie/docs/urban_regeneration.pdf. Disponível em 22/06/2010.

Diante da atracção das indústrias criativas pelo lugar, colocou-se em questão se o projecto defendido pela empresa de transportes iria prosseguir. A partir daí várias políticas e iniciativas públicas foram tomadas com o objectivo de equacionar a melhor solução para o bairro de *Temple Bar*.

Em 1988, portanto, é constituído o grupo *Temple Bar Development Council* (TBDC), tal grupo reunia os novos intervenientes com interesse no bairro e também muitos críticos da opção da CIÉ sobre a construção do terminal de autocarros. Esse grupo passa a então a defender a preservação e valorização do património histórico de *Temple Bar*, através da dinamização do turismo e das actividades culturais que ali começaram a se instalar. Devido à crescente movimentação em favor do bairro e de sua conservação, o projecto da CIÉ acaba por ser definitivamente abandonado em 1990 e substituído pela ideia de transformar o *Temple Bar* no “bairro cultural” da capital irlandesa (Henriques, 2006).

Definido um novo objectivo para o sítio, em 1991 o governo irlandês promulga o *Temple Bar Area Renewal and Development Act*, um conjunto de políticas-alvo que estabelecem um série de incentivos financeiros com o objectivos de atrair novas empresas e também o investimento privado para a reabilitação e reocupação do edificado. Nessa mesma altura é criada a *Temple Bar Properties Ltd.* (TBP), uma empresa privada de capitais maioritariamente públicos que inicia a aquisição dos edifícios detidos pela empresa de transportes. Dessa forma a TBP passa a ser o principal proprietário de *Temple Bar*. Segundo Henriques (2006), essa forte concentração de solo e imóveis nas mãos de um único proprietário viria a ser uma das razões para o sucesso da experiência de revitalização de *Temple Bar*.

2.5.2.2. Projecto 22@Barcelona

Considerada uma cidade muito cosmopolita e a segunda cidade mais importante da Espanha, Barcelona possui uma longa tradição no campo do Urbanismo. Pelos meados do século XIX, Barcelona ainda se limitava à sua cidade antiga, conhecida actualmente como Bairro Gótico, contendo seu crescimento populacional e insalubre às mulharas que a circundavam. Nessa altura, visando o melhoramento das condições de salubridade e diminuição das altas densidades encontradas na cidade antiga, implementou-se o Plano Cerdà, ambicioso plano de desenvolvimento e estruturação que organizou a cidade de uma forma muito particular, utilizando critérios de ortogonalidade, sentido “mar-montanha” e blocos regulares de edifícios.



Fig. 10 Plano Cerdà (Fonte: http://planocerdà.blogspot.com/2007/05/o-plano-cerd-nova-barcelona-proposta_29.html, em 20/06/2010)

Na figura acima pode-se ver no canto inferior esquerdo a cidade antiga e seu enquadramento no Plano Cerdà.

Já no século XX, novamente a cidade passa por outra grande intervenção urbanística com o objectivo de prepará-la para os Jogos Olímpicos de 1992. O modelo utilizado se encaixa melhor nas políticas de renovação urbana, que têm forte impacto sobre o tecido urbano. Devido a esses jogos, grandes mudanças foram feitas na cidade, dentre elas a construção de vilas olímpicas, que após os jogos foram transformadas em apartamentos, e infra-estruturas desportivas. Essa intervenção conjunta permitiu dar novos usos a zonas degradadas da cidade.

Actualmente esta a ser desenvolvido um novo e sofisticado programa de reabilitação urbana de antigas zonas industriais e devolutas da cidade, através da ocupação das mesmas por indústrias criativas, o programa 22@Barcelona, Distrito de Inovação. Este programa, iniciado em 2001, actua em três vertentes: na reabilitação urbana, social e económica e pretende mudar significativamente o estado de degradação da zona do bairro de *Problenou*.



Fig. 11 Porto Olímpico de Barcelona (Fonte: <http://www.pobasa.es>, em 20/06/2010)

Um projecto ambicioso que buscar criar uma nova economia urbana numa área de 198,26 ha e 115 quarteirões, com a criação de 4000 apartamentos com renda sociais para somar aos mais de 4000 já existentes na zona. Um aumento de 114000 m² de espaços verdes e 145000 m² de novas instalações. Estima-se a geração de 130000 novos empregos. E um investimento em infra-estruturas de 180 milhões de Euros⁵. Tal projecto tem como objectivo a dotação de melhores infra-estruturas, organização do território e alteração da base económica do bairro de *Problenou*, baseada numa “cadeia de valor” que conjuga a concentração de talentos (classe criativa e do conhecimento), a instalação de novas empresas, a promoção e suporte à inovação e o urbanismo.

O projecto aposta na criação de cinco clusters com o objectivo de transformar Barcelona em uma cidade do conhecimento:

Cluster Média: O desenvolvimento de um cluster baseado no sector audiovisual com a criação de um centro multidisciplinar de referência o *Barcelona Media Park*, com o objectivo de juntar os principais agentes públicos e privados do sector audiovisual visando o aumento da competitividade internacional da cidade nesse sector. O *Barcelona Media Park* será um complexo urbano que pretende albergar escritórios de investigação, inovação através de centros de pesquisas e universidades e serviços Média.

⁵ Fonte: <http://www.22barcelona.com/>, em 20/06/2010



Fig. 12 Zonas intervencionadas pelo Programa 22@Barcelona (Fonte: <http://www.22barcelona.com/>, em 20/06/2010)

Neste mesmo ambiente serão disponibilizadas residências para os profissionais relacionados com estes sectores.

Cluster de Tecnologia da Informação e Comunicação: Semelhante à política que se pretende adoptar para a criação de um cluster Média em Barcelona, vários projectos já foram iniciados com o objectivo de aumentar a importância das empresas desse sector e posicionar essa renovada zona da cidade numa referência Europeia na Tecnologia da Informação e Comunicação. Mais a frente, com o melhoramento das infra-estruturas, *Problenou*, de acordo com os responsáveis do programa 22@Barcelona, tornar-se-á o lugar ideal para o desenvolvimento do sector, em muito devido às empresas que ali já se encontram e que propiciam um ambiente empresarial mais adequado para a instalação de novas empresas.

Cluster da Tecnologia Médica: Aproveitando a posição de destaque da região da Catalunha neste sector, o programa 22@Barcelona busca criar, também dentro da área intervencionada de *Problenou*, um cluster no campo das tecnologias médicas, atraindo empresas, centros de investigação e profissionais relacionados com a biotecnologia e engenharia biomédica. Pretende-se assim formar um cluster reconhecido a nível europeu e internacional.

Cluster da Energia: Um dos temas mais discutidos actualmente refere-se a como a humanidade vai produzir e consumir energia de modo a não causar grandes impactes ambientais e preservar o planeta do aquecimento global. Portanto, mais uma aposta do programa 22@Barcelona é o sector das energias. Estratégico para a cidade, o cluster focado no sector das energias busca a pesquisa e investigação de novas formas de produção de energia, tendo já se instalado na zona de intervenção a Agência de Fusão Europeia, instituição que trabalha neste campo. Busca-se desenvolver nesse cluster linhas de conhecimento ligadas à questão energética, são elas as tecnologias energéticas, tecnologias da mobilidade, tecnologias das águas e também arquitectura, urbanismo e construções.

Cluster de Design: Nos últimos 25 anos Barcelona tem se tornado cada vez mais reconhecida internacionalmente neste sector. Portanto, como sendo mais um sector estratégico para a cidade, é reconhecido pelo programa 22@Barcelona a necessidade do desenvolvimento de um cluster de Design na zona.

Pode-se assim concluir que o programa 22@Barcelona aposta fortemente no papel dos clusters na dinamização económica dessa área degradada da cidade. Aliada à instalação de novas empresas, 10

universidades também irão utilizar os prédios novos e reabilitados, trazendo assim 25000 estudantes para a zona. Também serão criadas 4 residências que irão oferecer mais de 800 camas e 12 centros de investigação e tecnologia, divididos entre os cinco clusters.

Segundo dados do programa 22@Barcelona, desde 2000 até Dezembro de 2009, já se instalaram ou estão em processo de instalação, 1502 empresas, criando 44600 empregos.

2.5.2.3. ADDICT – Porto

A ADDICT – Agência para o desenvolvimento das Indústrias Criativas da Região Norte é uma agência criada em 2009 na cidade do Porto em Portugal, que tem como missão a promoção e coordenação, através do conhecimento, do sector das Indústrias Criativas, como forma de contribuir para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa⁶ na região. Tem como visão posicionar o Norte de Portugal entre as regiões mais criativas da Europa.

Tal agência se fundamenta em três eixos norteadores:

- Capacidade criativa e empreendedorismo;
- Crescimento dos negócios criativos;
- Atractividade dos lugares criativos.

As funções dessa agência baseiam-se no recolhimento e análise da informação a respeito dos seus associados e do sector das Indústrias Criativas (conhecimento), na distribuição de informação relevante aos mesmos e ao sector (informação) e também através da sincronização das actividades dos associados e de outras entidades dentro desse cluster criativo que se pretende criar, bem como a ligação dos mesmos com as políticas públicas (coordenação).

A ADDICT, apesar de sua fundação recente, já conta com mais de 60 associados, dispersos entre vários sectores criativos que entre eles podemos citar Design de Moda, Televisão e Rádio, Publicidade, Arquitectura, Música e outros. Devido à sua criação recente poucas iniciativas foram feitas pelas ADDICT como forma de promover as indústrias criativas na região Norte de Portugal. Uma das iniciativas que obtiveram relativo sucesso foi a PortugalCriativo@Porto2010, actividade desenvolvida em Maio de 2010 com o objectivo de fomentar a reflexão da importância dessas indústrias para a cidade do Porto, a região Norte e para Portugal.



Fig. 13 PortugalCriativo@Porto2010 (Fonte: <http://www.addict.pt/>, em 23/06/2010)

⁶ Fonte: <http://www.addict.pt/>. Disponível em 23/06/2010.

2.6. SÍNTESE CONCLUSIVA

As duas correntes acima apresentadas mostram que o sector privado pode ser um verdadeiro dinamizador dos processos de revitalização urbana que incidem fundamentalmente nos centros históricos das cidades.

Importa portanto reter como ideias-chave que o sector privado e mais especificamente as indústrias criativas e do conhecimento devem ser consideradas como importantes intervenientes na dinamização económica das áreas urbanas degradadas.

Apesar da nova actividade em estudo neste trabalho (gabinete de engenharia) fazer parte do sector privado mas não das indústrias criativas, a justificativa para apresentar tal discussão se baseia na definição feita por Musterd (2009) sobre as indústrias do conhecimento. Como a nova actividade em estudo desenvolve serviços de consultoria em gestão e pesquisas de mercado, a mesma pode ser enquadrada como parte das indústrias do conhecimento.

3

METODOLOGIA PARA ANÁLISE DE IMPACTES NO TERRITÓRIO

3.1. INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta os principais métodos existentes para medir os impactes económicos de uma nova actividade no território. E com base nestes métodos procura-se definir qual deles melhor se enquadra para o trabalho em questão ou, caso nenhum deles possa ser aplicado, definir-se-á um novo método para a abordagem dos impactes económicos.

3.2. OS IMPACTES DE UMA NOVA ACTIVIDADE NO TERRITÓRIO

Os impactes de uma nova actividade no território podem ser económicos, sociais e ambientais. A instalação de uma actividade económica, ou a desinstalação/mudança desta, pode alterar significativamente o meio, tanto social quanto económico, que a mesma se insere, dependendo é claro da sua importância social e económica dentro desse meio. Dos muitos impactes causados por uma actividade económica pode-se citar os impactes relativos ao seu funcionamento, relativos ao consumo de seus funcionários e também a geração de emprego na comunidade local tanto directa quanto indirectamente, bem como os impactes gerados por sua própria razão de ser ou seja, no caso de uma universidade, o desenvolvimento do conhecimento, a formação de profissionais.

A definição de “actividade” utilizada neste trabalho é muito abrangente. Uma actividade pode ser tanto uma organização que trabalhe com vista a ter lucro como também uma organização de assistência social ou religiosa que não vise o lucro. Porém, é fundamental que as actividades que aqui são referidas tenham alguma ligação com a população e / ou com a economia local, consumindo da mesma e produzindo para a mesma.

Para se conhecer o verdadeiro impacte de uma nova actividade num centro urbano também é necessário perceber como seria a “vida” desse centro sem a instalação, ou com a desinstalação, daquele novo empreendimento, bem como se surgiriam medidas que mitigassem e equilibrassem a não existência desta nova actividade. Na literatura actual é encontrada uma extensa gama de estudos⁷ que buscam analisar o impacte de um grande equipamento, nomeadamente universidades, na economia local. Porém a análise contrária tentar retratar o lado negativo da questão, ou seja, quais seriam as consequências (desemprego, perda da vitalidade económica) caso um grande gerador de receitas e

⁷ No site <http://www.edu-impact.com/> há uma infinidade de estudos dos impactes de uma universidade na economia local. Em 10/06/2010.

empregos, por exemplo uma grande obra de um aeroporto internacional ou um conjunto de políticas de investimentos, deixasse de actuar sobre a economia local⁸.

Os impactes gerados por uma nova actividade também devem ter em consideração a peculiaridade de cada território, pois o papel desta nova actividade / empresa na economia local tanto pode ser destacado em centros urbanos degradados e carentes por inovação, quanto pode gerar impactes que não incrementem significativamente a economia local, o capital social e o ambiente. Há casos em que a intervenção no território pode gerar impactes económicos positivos e impactes sociais e ambientais negativos. Pode-se citar por exemplo o estudo de caso de João Cabral e Berta Rato (2003) a respeito do projecto Expo 98 em Lisboa. Dentre os diversos factores citados pelos autores pode-se enumerar como positivos a criação de novos acessos e redes de transporte para integração territorial da cidade e da Área Metropolitana de Lisboa, a criação de condições para promover a cidade a nível europeu e mundial, através de parques temáticos e instalações para grandes eventos internacionais. Já como factores negativos pode-se citar que os acessos às novas instalações sociais não foram planeados para a comunidade vizinha e as necessidades locais não foram integradas no planeamento do projecto.

Devido à magnitude de alguns empreendimentos e bem como à sua importância local, regional e nacional, muitos projectos são sujeitos aos Estudos de Impactes para avaliar sua contribuição à população, bem como suas consequências negativas. Existem vários modelos para medição desses impactes e no âmbito da avaliação dos impactes económicos podemos citar quatro modelos. Estes quatro modelos foram utilizados principalmente por universidades no sentido de tentar perceber a sua real contribuição na economia local. Porém esses estudos não se enquadram nos Estudos de Impactes citados acima, pois os mesmos foram desenvolvidos com outros propósitos. Segundo Stokes e Coomes (1998) a maioria desses estudos foram utilizados para convencer aos diversos intervenientes locais da importância da Universidade como grande gerador de empregos directos e indirectos e também como gerador de receitas. Segundo esses mesmos autores, os quatro principais modelos utilizados pelas universidades para a medição de seus impactes económicos são:

- Modelo *Imput-Output* (também conhecido como matriz de Leontief);
- Modelo *Income-Expenditure analysis* (também conhecido como Modelo Keynesiano);
- Modelo *Economic base Studies*;
- Modelo *Caffrey and Isaacs*.

Esse último modelo possui adaptações para poder ser melhor enquadrado nas realidades em estudo. Nesse trabalho apresentar-se-á uma adaptação chamada de “*Short Cut Method*”.

Esses modelos tentam retratar como uma injeção inicial de capital (novo) numa economia local traz mais-valias (empregos directos e indirectos, geração de receitas) para a mesma. Um termo que é utilizado nestes tipos de análise, e que vale aqui ser definido, é o efeito multiplicador.

3.2.1. EFEITO MULTIPLICADOR

O efeito multiplicador pode ser definido como o incremento na economia causado por uma injeção inicial de capital. Esse incremento pode ser: geração de receita, aumento no poder de compra, aumento na produção e também, geração de empregos. Esse incremento acaba por ser multiplicado num primeiro momento e depois, consecutivamente, multiplicado cada vez que se produza mais receita. Dá-se o nome de ciclos a estes momentos consecutivos de geração de receita.

⁸ Ver estudo: Vale e Dias, 2002.

Por exemplo, quando uma empresa gasta uma parte de seu orçamento comprando produtos e serviços de fornecedores locais, esses fornecedores (e também os seus funcionários) irão gastar parte dessa receita na economia local. Logo a injeção inicial de receita será “multiplicada” através do tecido económico.

O efeito multiplicador é mais fácil de ser percebido quando uma grande empresa ou empreendimento se instala e começa a consumir localmente, pois o volume de negócios produzido é muito maior quando comparado com empresas menores. Numa situação limite onde uma empresa geradora de grandes receitas começa a consumir localmente de poucos fornecedores esse efeito é ainda mais claro e fácil de ser medido. E o efeito contrário é também facilmente perceptível, ou seja, quando uma grande empresa que gera muitos empregos e receitas à economia local acaba por se mudar ou começa a comprar e empregar no exterior.

A figura 14 mostra o funcionamento do efeito multiplicador. Resumidamente, os métodos para avaliação dos impactes económicos de um novo capital na economia local tentam perceber como os ciclos do efeito multiplicador ocorrem. Na figura 14 os ciclos são compostos por 4 partes, são elas a Poupança, os Impostos, os gastos fora da economia local e os gastos na economia local. Com a utilização de indicadores referentes à economia local, os modelos tentam definir essas parcelas, porém divididas em dois tipos, um deles representa o que é “reconsumido” (ou reciclado) na economia local, e o outro, que representa o que é perdido, também chamado de fuga.

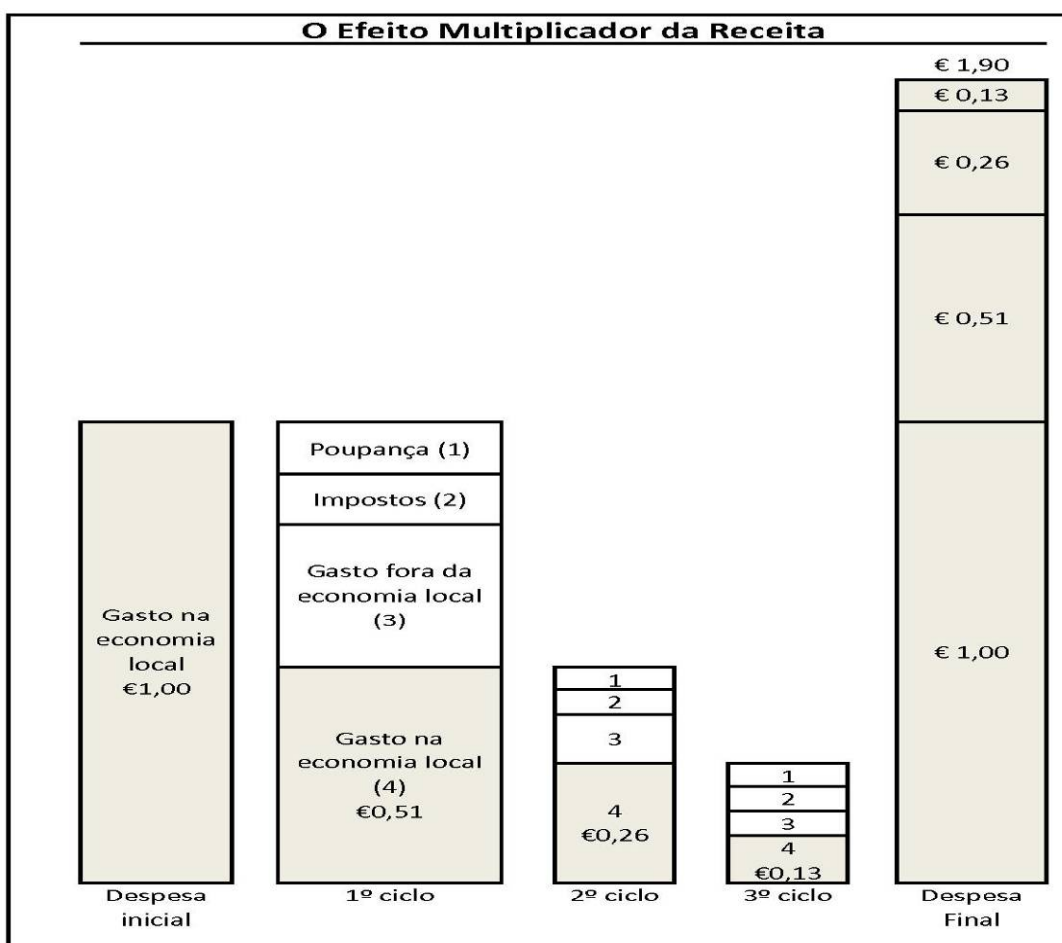


Fig. 14 O Efeito Multiplicador (Adaptado de Ryan e Malgieri, 1992)

No caso da figura 14 o efeito multiplicador seria de 1,9 ou seja, a injeção de 1 euro na economia local faz com que, através das relações existentes entre os produtores / consumidores da mesma, esse valor seja multiplicado 1,9 vezes até ele ser “reconsumido” totalmente. No âmbito da geração de empregos o efeito multiplicador tem uma abordagem mais complexa que varia para cada tipo de actividade económica, mas parte do mesmo princípio. Quando um fornecedor é afectado positivamente pela presença de um novo consumidor, ele acaba por aumentar sua mão-de-obra para suprir essa nova procura, logo gera empregos.

Portanto, os desafios encontrados por esses métodos consistem em perceber o funcionamento desses ciclos de consumo do efeito multiplicador, utilizando somente dados referentes à injeção inicial de capital e aos padrões da economia local.

3.2.2 MODELO INPUT OUTPUT

O modelo *Input Output* consiste na construção de uma matriz que representa as ligações intrínsecas entre os diversos sectores que compõem uma economia. Essa matriz tenta representar toda a dinâmica económica através das relações entre os diversos sectores que compõem um determinado país, estado, região, concelho ou área metropolitana. E sobre essa matriz é verificado o impacte de uma nova actividade. Para a elaboração dessa matriz são realizados estudos intensivos de mercado por instituições governamentais (no caso Português, o DPP – Departamento de Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais do Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional). Esse método serve para avaliar grandes projectos, como por exemplo o Metro do Porto (ver FEUP, 2008), Expo 98 e Euro 2004.

Este modelo foi concebido nos anos 40 pelo economista russo Wassily Leontief e hoje em dia é largamente utilizado por muitos países e suas divisões regionais. Tal método é utilizado para prever a reacção de um sistema económico a estímulos criados, por exemplo, pelo aumento do consumo ou por mudanças nas políticas de governo. O modelo tenta representar através de uma formulação matricial qual a “consequência económica” de uma nova injeção de capital no tecido económico consolidado.

Segundo Harris (1997), teoricamente o modelo é descrito na equação 1:

$$F = (I - A)X \quad (1)$$

Onde F é o vector-coluna da procura final, que representa a nova injeção de capital; I é a matriz identidade; A é matriz dos coeficientes e X representa a matriz com as externalidades geradas. Logo,

$$X = (I - A)^{-1}F \quad (2)$$

mostra a externalidade gerada para cada sector e para cada vector-procura F . A matriz de Input-Output inversa (ou Leontief inversa), é, pois:

$$(I - A)^{-1} \quad (3)$$

De forma prática essa matriz representa em cada célula rij , a quantidade de produção necessária da indústria i para satisfazer o incremento de 1 unidade monetária (Euro, Libra . . .) na procura final da indústria j .

Segundo o Observatório do QREN (2004) uma matriz Imput-Output representa as ligações entre os recursos económicos e o seu consumo. A matriz pode variar desde o modelo mais simples (com três sectores: indústria, serviços e agricultura) ao mais complexo (mais de 500 ramos e subsectores).

Essas equações podem agora ser adaptadas para cada actividade e seu respectivo impacte na economia local. O consumo de uma actividade na economia local entra no vector-coluna F onde estão descritas todas as despesas geradas pela mesma nos sectores que compõem a matriz Imput-Output. Também pode-se obter o efeito multiplicador que uma actividade tem na economia local, basta verificar a razão entre o seu impacte total X na economia local e a receita directa produzida pela actividade F .

Esse método mostra-se de fácil utilização e com resultados muito fiáveis, pois baseia-se em pesquisas de consumo da população afectada ao estudo em análise. Porém a construção da matriz de Leontief é de complexa elaboração e necessita de exaustiva pesquisa estatística para sua determinação. Além de levar muito tempo a ser concluída, como por exemplo no caso Português, onde a matriz nacional para o ano de 2005 só foi totalmente concluída em 2008⁹.

3.2.3. MODELO INCOME-EXPENDITUE ANALYSIS (OU MODELO KEYNESIANO)

O modelo keynesiano foi criado por John Maynard Keynes em 1936 e consiste num conjunto de fórmulas que procuram determinar o impacte (efeito multiplicador, geração de receitas e empregos) de uma injeção de receita na economia local.

Armstrong (1993) em seu estudo para quantificar o impacte da Universidade de Lancaster explica detalhadamente como utilizou este modelo para melhor perceber o papel dessa instituição na economia local de Lancaster, no Reino Unido. Ele justifica a utilização desse modelo afirmando que ele é muito versátil e pode ser utilizado para grandes empreendimentos, como por exemplo a instalação de uma usina nuclear, como para situações muito mais pequenas e com impactes menores.

A forma básica deste modelo segue abaixo:

$$\Delta Y_T = k_T J \quad (4)$$

ΔY_T : Mudança na renda bruta local resultante da operação anual do estabelecimento

k_T : Multiplicador de renda

J : Injeção inicial

$$k_T = 1 + k_2 (k_1 - 1) \quad (5)$$

k_1 : Multiplicadores de renda primários

k_2 : Multiplicadores de renda secundários

⁹ Ver DPP – MAOT, 2009.

$$k_a = 1 + v + \frac{(E_d + E_d w_d v / I) h w_p}{E_d W_d} \quad (6)$$

v : O valor local acrescentado por unidade de despesa directa

E_d : Emprego directo

w_d : Média bruta dos salários dos empregados directos

I : Despesa necessária para criar um posto de trabalho no sector privado (aproximado pela média bruta dos salários deste sector)

h : Rácio entre o emprego no sector privado e o emprego no sector público

w_p : Despesa necessária para criar um posto de trabalho no sector público (aproximando pela média bruta dos salários deste sector)

$$k_b = \frac{1}{1 - \lambda - c^* (1 - t^* - u) (1 - m^*)} \quad (7)$$

λ : Propensão marginal para criar receita no sector público

c^* : Propensão marginal para consumir

t^* : Propensão marginal para pagar impostos

u : Propensão marginal a desistir dos benefícios do Estado

m^* : Propensão marginal para importar para a economia local

O autor refere os artigos, Armstrong (1988) e Armstrong *et al.* (1988), que explicam com mais detalhe como esses valores podem ser obtidos, porém é necessário para o efeito, conhecer a fundo a economia local para se estimar essas variáveis.

3.2.4. MODELO "ECONOMIC BASE ANALYSIS"

Este método consiste em dividir a área em estudo num sector que pode ser chamado de básico ou de exportação e outro sector, de serviços ou voltado à procura local. Portanto o sector básico é movido por procuras externas à economia local, tais forças que acabam por gerar empregos e receitas nesta economia. Pode-se aqui esclarecer a importância das exportações (procura externa) para a economia local. O sector de serviços, porém, simplesmente visa alimentar a procura interna da área em estudo, não trazendo empregos e receitas provenientes de necessidades externas.

O conceito chave que fundamenta este modelo, segundo Wilson e Raymond (1973), é que uma comunidade precisa vender algo para o exterior para existir. Porém esses mesmos autores concordam em ressaltar que muitos críticos consideram esta informação um exagero, pois é possível para uma comunidade existir e até prosperar sem possuir relações exteriores. Porém quando uma comunidade decide por dar início à exportação acaba por sempre alcançar maiores níveis de prosperidade quando comparada a uma comunidade que não possui relações exteriores.

Com base na afirmação acima pode-se atestar o seguinte pressuposto: A partir do momento que são criados empregos no sector básico, uma quantidade de emprego no sector de serviços correspondente também é gerada.

Portanto esse modelo assume que haverá sempre uma relação entre os empregos no sector básico e no sector de serviços, logo haverá sempre uma quantidade de empregos do sector de serviços que serão suportados por um emprego do sector básico. A partir daí, podemos obter um efeito multiplicador simples de se calcular, que consiste na razão entre o total de emprego na economia local (básico + serviço) e o total de emprego no sector de serviços.

Até este ponto podemos concluir que o modelo tenta estimar o impacte de uma nova actividade no sector básico sobre a economia local consolidada no sector de serviços. Para uma localidade que não possui nenhum tipo de relações exteriores e só consome o que produz e consome tudo o que produz, no instante em que uma nova actividade (empresa, instituição pública, instituição de ensino) se instala ou no instante que uma das antigas actividades começa a fornecer produtos ou serviços para o exterior, começam a surgir efeitos multiplicadores que acabam por fomentar a economia local e desenvolver as relações existentes no sector de serviços.

Para a determinação do efeito multiplicador provocado por uma nova actividade na economia local, deve-se conhecer alguns parâmetros. O parâmetro α_i corresponde à percentagem da despesa total efectuada na economia local, para cada categoria. Estas categorias podem ser definidas conforme o tipo de estudo e de modelo utilizado. Regra geral os estudos servem-se da seguinte divisão (Wilson e Raymond, 1973):

- Habitação;
- Utilidades Domésticas e Alimentos Consumidos em casa;
- Comer fora;
- Utilidades;
- Transportes;
- Serviços Pessoais e Reparação;
- Lazer e Entretenimento Família;
- Livros e Materiais;
- Roupas;
- Seguros;
- Contribuição para instituições de caridade;
- Despesas Médicas;
- Bens Duráveis;
- Imposto sobre Propriedade.

Normalmente os dados para a composição deste parâmetro são obtidos por inquéritos ao consumidor e pesquisas de campo.

Um outro parâmetro que é utilizado para determinar o efeito multiplicador de um novo empreendimento num centro urbano consiste no valor acrescentado ou na mais-valia que uma determinada receita vai trazer. Esta variável, b_i , serve para afectar as despesas da empresa à economia local.

Portanto, tendo em conta estes dois parâmetros, se uma empresa gera uma despesa x_i unidades monetárias,

$$C = \alpha_i x_i \quad (8)$$

seria o que esta empresa gastou na economia local dentro da categoria i , e:

$$D = b_i a_i x \quad (9)$$

seria a mais-valia em unidades monetárias desta despesa na categoria i na economia local.

O modelo apresentado parece ser muito simples de ser calculado, porém a determinação da variável b_i é complexa e determinada por instituições governamentais¹⁰ a nível regional. Portanto este modelo não é recomendado para estudos de pequena dimensão territorial.

3.2.5. MODELO SHORT CUT METHOD

Outro modelo que pode ser utilizado consiste na simplificação do método proposto por Caffrey e Isaacs em 1971 para o Concelho de Educação dos Estados Unidos da América¹¹. O método ACE foi largamente utilizado nos EUA para esses tipos de estudos. Esse modelo simplificado também é chamado de “*Short Cut Method*” e foi proposto Ryan e Malgieri (1992). Foi criado pois, segundo os autores, era mais adequado para o propósito da instituição em análise e também, por ser mais simples e de rápida obtenção de resultados.

Um dos principais objectivos desta adaptação do modelo ACE consiste em descartar a necessidade das instituições / empresas procederem a pesquisas dos padrões de consumo dos seus colaboradores sem diminuir a fiabilidade dos resultados pois, segundo os autores, essas pesquisas consomem muito tempo e muitas vezes não trazem resultados confiáveis.

Um outro motivo levantado pelos autores para a simplificação do modelo ACE vem de encontro com a necessidade de simplificar os cálculos. No método ACE recomenda-se a utilização do “*Retail Gravity Model*” para determinar a percentagem das despesas que podem ser feitas na economia local. O “*Retail Gravity Model*” é baseado na teoria gravitacional que atesta que a quantidade de dinheiro gasto em despesas a retalho e não relacionadas à habitação é inversamente proporcional ao quadrado da distância do ponto de compra. O que motivou ao descarte do “*Retail Gravity Model*” foi a complexidade matemática do mesmo, a dificuldade em obter informação referente ao sector de retalho local e também de definir a área da economia local.

A seguir será descrito o modelo “*Short Cut Method*” porém com algumas adaptações para torná-lo generalista, pois o modelo apresentado pelos autores é direccionado às instituições públicas de ensino superior. Esta adaptação inclui a necessidade de se realizar inquéritos aos padrões de consumo dos empregados das empresas, pois não há dados estatísticos em Portugal que revelem esse padrão.

Como pode-se perceber o nível de simplificação apresentado por esse modelo é grande. O modelo também pressupõe que a instituição a ser estudada possui um elevado nível de informação disponível, visto que para se conhecer o valor das despesas da empresa na economia local deve-se ter acesso às contas da empresa. E, também, sobre esses dados, deve-se conhecer qual a quantidade de despesas realizadas na economia local. Para se conhecer esse valor basta identificar dentre os fornecedores da empresa, quais são os que têm morada na área em estudo.

¹⁰ No artigo de Wilson e Raymond (1973) a fonte referida para determinar os parâmetros do modelo foi: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, Census of Business 1967.

¹¹ A partir de agora esse modelo será somente denominado como ACE.

Para se conhecer as despesas efectuadas pelos funcionários na economia local, os autores sugerem a utilização de estudos realizados por entidades públicas sobre os padrões de consumo da população, pois como já foi dito, os autores descartam a hipótese de se realizar trabalhos de campo. Porém, nesta apresentação do modelo decidiu-se propor a realização do trabalho de campo destinado a conhecer os padrões dos funcionários da actividade em estudo. Portanto essa adaptação do modelo “*Short Cut Method*” necessita da realização de inquéritos para se obter os valores referentes às despesas dos funcionários na economia local.

Na determinação do impacte final da empresa na economia local é que se justifica o porquê do modelo ser chamado de método simplificado. Para a determinação do Efeito multiplicador, os autores se basearam em estudos antigos e também na definição do efeito multiplicador apresentada por Caffrey e Isaacs. Resumidamente, Caffrey e Isaacs propõem que o Efeito Multiplicador mais comum gira em torno de 1,9. Logo, os autores definem um valor de 2,0 para estimar o efeito multiplicador desta nova injeção de capital na economia local. A tabela 2 a seguir explica os passos do modelo.

Tabela 2 Short Cut Method

ITEM	NOME	VALOR	INSTRUÇÕES
A	Despesa da empresa na economia local	€	Pode-se consultar relatório de despesas anuais e verificar a quantidade de despesas da empresa realizadas na economia local
B	Despesa dos funcionários na economia local	€	É necessário realizar inquéritos ao consumo dos funcionários e verificar o consumo local
C	Impacte económico inicial da empresa na economia local	€	A
D	Impacte económico inicial dos funcionários da empresa na economia local	€	B
E	Efeito multiplicador	2,0	
F	Impacte económico final estimado da empresa na economia local	€	CxE
G	Impacte económico final estimado dos funcionários da empresa na economia local	€	DxE

3.3. METODOLOGIA PROPOSTA

Diante da falta de dados para a zona em estudo, concluiu-se que os métodos apresentados acima não podem ser aplicados. Apesar do Centro Histórico do Porto ser um conjunto de quatro freguesias e, portanto, divisões administrativas, não existem dados económicos a esse nível em Portugal. Ou seja, os modelos apresentados necessitam de dados económicos variados referente à zona analisada, porém, várias fontes foram consultadas, por exemplo, INE, SRU – Porto Vivo, Câmara Municipal do Porto, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte. Dentre essas fontes, a que melhor

apresentou dados foi a Câmara Municipal do Porto, nomeadamente nos estudos, *A Base Económica do Porto e o Emprego*¹² e *A Base Económica do Centro Histórico do Porto*¹³, porém esses documentos não apresentaram os dados necessários para a aplicação de quaisquer um dos métodos referidos acima.

Os dados apresentados no âmbito da caracterização económica do Centro Histórico do Porto pelos documentos citados acima são diversos, mas fundamentalmente referem-se à distribuição do emprego por sector, qualificação e escolaridade, bem como a distribuição das actividades económicas por sector e nº de pessoas afectas por estabelecimento. Estes dados são apresentados por freguesia. Também são apresentados dados relativos ao volume de negócios realizados, porém ao nível concelhio.

Um método que poderia ser aplicado, pois não necessita de dados referentes ao tecido económico local, seria o método “*Short Cut Method*”, pois, justamente, o método utiliza um valor padrão de efeito multiplicador, baseado em outros estudos do género. Ou seja, dispensa o cálculo do efeito multiplicador e adopta um valor baseado em aproximações. Diante deste facto, conclui-se que este efeito multiplicador pode até representar a dinâmica da economia local em análise, no entanto é arriscado demais utilizá-lo.

Portanto o modelo proposto consiste em fazer o levantamento, através de inquéritos, dos padrões de consumo dos funcionários de uma empresa instalada recentemente no Centro Histórico do Porto. Após o término destes inquéritos pretende-se conhecer a nova injeção de capital trazida por esta nova empresa e por seus funcionários. Esta injeção de capital será dividida por sectores e por empresas. As empresas mais afectadas pela presença desta nova actividade no centro do Porto serão sujeitas a inquéritos com o objectivo de conhecer o volume de vendas por elas realizadas. Assim, poderá perceber-se o quanto representa esta nova injeção de capital na economia local. Abaixo lista-se os passos que compõem o estudo:

- I. Determinação de uma área de influência de consumo;
- II. Levantamento das actividades de interesse;
- III. Realização de inquéritos aos responsáveis da empresa e seus funcionários;
- IV. Determinação das actividades de interesse mais frequentadas;
- V. Determinação do impacte na economia local.

A metodologia a seguir é apresentada de forma genérica. No capítulo 4 são feitas considerações e adaptações da mesma para a zona em estudo nesse trabalho.

3.3.1. ÁREA DE INFLUÊNCIA

Propõe-se determinar uma área de influência que não ultrapasse as fronteiras da zona em estudo. Como nesse estudo o interesse é determinar o impacte na economia local, considera-se que o consumo é de proximidade e que a generalidade das deslocações é feita a pé e em pequenas distâncias.

3.3.2. AS ACTIVIDADES DE INTERESSE

Depois de determinada a área de influência, deve-se fazer um levantamento detalhado das actividades ali presentes. Este levantamento deve classificar as actividades em categorias (ver Wilson e Raymond, 1973), como por exemplo:

- Moda e Acessórios;

¹² Ver Câmara Municipal do Porto, 2008.

¹³ Ver Oliveira e Pau-Preto, 2009.

- Saúde;
- Restauração;
- Hotelaria;
- Papelaria, livraria e tabacaria;
- Lojas de conveniência;
- Ourivesaria, relojoaria e óptica;
- Lazer, cultura e bem-estar;
- Mobiliário e Decoração;
- Hiper/supermercados e produtos alimentares;
- Lojas turísticas;
- Serviços (bancos, CTT, transportes públicos, etc.);
- Equipamentos culturais (teatros, etc.);
- Outros.

Sugere-se que todo este trabalho seja feito também em ambiente *SIG*, para melhor perceber os padrões de deslocamentos e consumo dos funcionários da empresa em estudo. Através deste processo, deve-se levantar a localização da actividade (morada), seu nome (tanto comercial como fiscal) e qual a categoria em que se enquadra

3.3.3. O PROCESSO DE INQUÉRITOS

Neste ponto, propõe-se a realização de inquéritos para reconhecer os padrões de consumo dos funcionários e da empresa na economia local. Para o efeito propõe-se que os funcionários e um responsável da empresa preencham diariamente um mapa de despesas descrevendo suas despesas nas actividades anteriormente levantadas.

3.3.4. AS ACTIVIDADES PRINCIPAIS

Depois de tratados os dados dos inquéritos, poderá se conhecer quais as actividades que mais foram procuradas pela nova empresa e por seus funcionários. A partir desses dados também poderá ser possível determinar a verdadeira área de influência e seu impacte geográfico. Nessas principais actividades deve-se conhecer qual o volume de vendas anual.

3.3.5. DETERMINAÇÃO DO IMPACTE ECONÓMICO

Para determinar o impacte económico dessa nova empresa e de seus funcionários na economia local deve-se verificar quanto representa esta nova injeção de capital no volume de vendas das principais actividades. Assim, pode-se determinar qual o real impacte desta nova actividade na zona em estudo.

De forma a ilustrar a metodologia, a figura 15 tenta retratar o impacte económico que se propõe estudar.

Para o último passo, é necessário, antes de tudo, descontar os impostos¹⁴ desse montante de receita criada, tendo em atenção aos diversos valores dos impostos para cada categoria. Com o montante anual obtido para cada empresa, finalmente procede-se à comparação entre os valores. Espera-se chegar à uma tabela como a que se segue (tabela 3).

¹⁴ No caso Português/Europeu o imposto referido é o IVA (Imposto sobre o Valor Acrescentado).

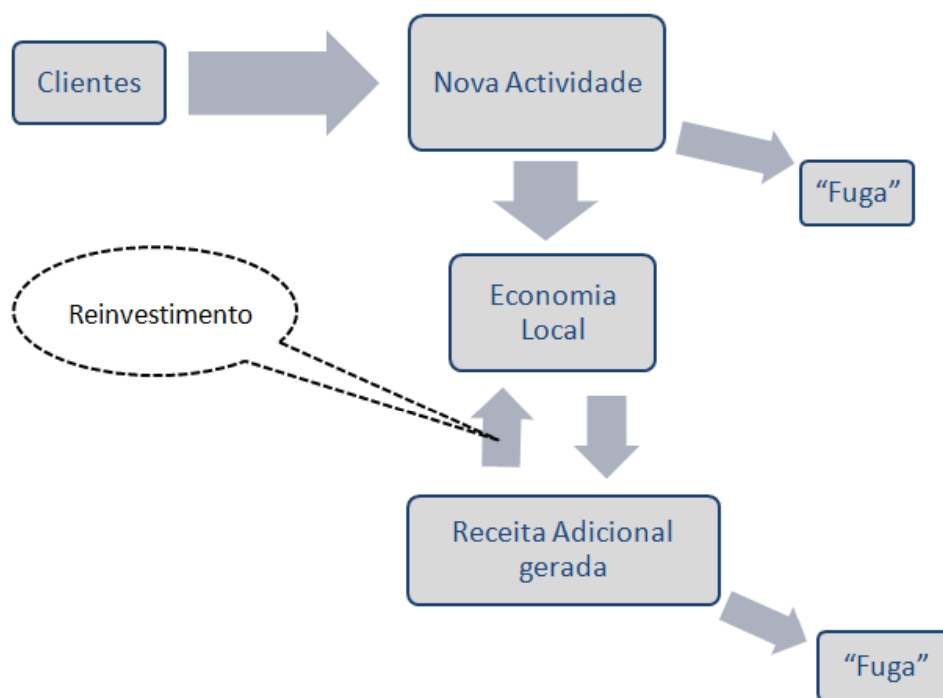


Fig. 15 Impacte económico a ser estudado

As percentagens obtidas irão representar o impacte económico da nova actividade na economia local.

A metodologia apresentada só analisa a injeção inicial de capital e não avança sobre os ciclos do efeito multiplicador. Para se poder conhecer o efeito multiplicador final promovido por essa nova actividade, essa metodologia deveria ser aplicada em todos os seguintes ciclos do processo até a receita inicial ser consumida totalmente. O que pode ser feito é tentar aplicar essa metodologia no primeiro ciclo do efeito multiplicador, ou seja, nas empresas escolhidas como principais fornecedores, aplicar-se-ia a metodologia. Porém para esse estudo, de imediato não há como saber se essas empresas estão dispostas a fornecer os seus dados e dos seus funcionários a respeito dos padrões de consumo por eles efectuados.

Relativamente à geração de empregos, não é possível, actualmente, perceber o real impacte no aumento da oferta de emprego local, principalmente devido à falta de dados da economia local que já foi anteriormente referida.

Tabela 3 Metodologia proposta

Categoria	Economia Local				Nova Actividade			
	Empresa	Morada	Vendas	Ano	Receita (média)	IVA	Receita (1 ano)	Percentagem

Vale aqui lembrar que essa metodologia se limita a estudar o impacte de novas actividades e empresas somente, não considerando o impacte de novos moradores, dos incrementos em infra-estruturas (estações de metro, por exemplo), de novos eventos e festas e outros.

Para complementar esse trabalho pretende-se também, realizar um inquérito junto dos empregados da nova actividade com o objectivo de perceber suas opiniões pessoais a respeito da mudança, das iniciativas de reabilitação urbana e das alterações nos seus costumes diários. Ou seja, tentar perceber as opiniões deles a respeito dessa iniciativa. E, também, um inquérito com os donos das empresas mais afectadas pela presença da nova actividade, de forma a tentar perceber como é encarado por eles, essas novas iniciativas no Centro Histórico do Porto. Em anexo (A1, A2, A3, A4, A5) estão os modelos dos inquéritos propostos.

E para finalizar a análise também pretende-se determinar o impacte espacial do consumo feito pela nova actividade e seus funcionários na economia local. Ou seja, perceber qual o desenvolvimento geográfico do consumo na área envolvente da nova actividade.

3.4. SÍNTESE CONCLUSIVA

Este capítulo buscou mostrar os principais métodos para medição dos impactes económicos de novas actividades no território. Porém como a área em estudo não apresenta dados económicos suficientes para a aplicação de nenhum dos métodos apresentados, decidiu-se elaborar um novo com base nos métodos discutidos, de forma mais imparcial possível, com o objectivo de torná-lo facilmente aplicável para outros casos de estudo.

4

O IMPACTE DE UMA NOVA ACTIVIDADE NO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO

4.1. INTRODUÇÃO

O capítulo 4 aborda o estudo de caso realizado neste trabalho que mede o impacte económico e espacial de uma nova actividade no Centro Histórico do Porto.

Primeiramente é feita uma caracterização da situação actual da zona em estudo, uma caracterização da nova actividade a ser estudada e o processo de reabilitação do edifício que hoje é por ela ocupado.

São analisados os impactes económicos e espaciais do consumo da empresa e de seus funcionários, de acordo com o relatório obtido da aplicação informática criada para a colecta das despesas efectuadas pelos mesmos, na economia local.

Finalmente é feita a análise dos inquéritos respondidos pelos funcionários da empresa e também por alguns comerciantes do Centro Histórico do Porto.

No último ponto é feita uma síntese com o objectivo de frisar as principais conclusões tiradas do capítulo.

4.2 CARACTERIZAÇÃO SOCIAL E ECONÓMICA DO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO

É interessante fazer um enquadramento da situação actual da área de actuação desse estudo, pois assim torna-se mais fácil perceber qual a real complexidade dos problemas em questão. A seguir apresenta-se a caracterização do centro histórico visto pelos técnicos da Câmara Municipal do Porto e também o enquadramento feito pela Sociedade de Reabilitação Urbana, SRU – Porto Vivo, empresa pública que tem como missão promover a reabilitação e reconversão urbanas da Baixa Portuense, nos termos do Decreto-Lei 104/2004, de 7 de Maio.

O Centro Histórico do Porto é formado por quatro freguesias: Miragaia, São Nicolau, Sé e Vitória cujo tecido urbano preserva um carácter medieval até os dias de hoje. A antiguidade de seu desenvolvimento urbano deve-se, em muito, à sua localização, na proximidade do Vale do Rio Douro e do Oceano Atlântico (Oliveira e Pau-Preto, 2009). Desde os seus primórdios o centro histórico tornou-se referência mundial para as rotas de mercadorias, desenvolvendo-se a partir da Alfândega as actividades económicas e de armazenagem, bem como o florescimento da indústria de construção naval, principalmente nos séculos XIV e XV. O comércio acabou por alcançar uma escala global, em muito devido ao apreço internacional pelo Vinho do Porto. Ainda no século XIX, a bolsa de valores e

a maioria dos bancos e companhias de seguros do Porto concentravam-se no centro histórico (Oliveira e Pau-Preto, 2009).

Porém, durante o século XX, esta pulsante economia começa a entrar em declínio, devido a vários factores que em conjunto levaram à marginalização social e a degradação do edificado como principais consequências. Dentre esses factores podemos citar a expansão urbana, a mudança das actividades financeiras, primeiramente para a “Baixa do Porto” (zona dos Aliados) e depois, para a Boavista. A construção do Porto de Leixões e o encerramento da Alfândega acabaram por transferir os serviços relacionados para outros concelhos e, actualmente, o comércio no Centro Histórico do Porto é muito tradicional e por vezes demasiado especializado, reduzido a pequenas empresas, muitas delas familiares.

Em 1996 parte do centro histórico foi reconhecido pela UNESCO como Património da Humanidade, e desde há 35 anos o mesmo passa por intenso processo de reabilitação urbana, como forma a preservar seu rico património arquitectónico e cultural. Possuindo uma população de aproximadamente 13000 pessoas esta zona do Porto é dotada de uma forte identidade que por vezes contrasta com o restante do concelho e com os outros concelhos da Área Metropolitana do Porto, ficando a impressão que o centro histórico “não pertence” à dinâmica metropolitana encontrada por exemplo, na Avenida da Boavista e no Aeroporto do Porto.

Hoje o centro histórico tem a oportunidade de virar o actual quadro de degradação em que se encontra através da atracção de um grupo diversificado de novos residentes e novas empresas, em domínios como o turismo, as artes e actividades criativas e também as novas tecnologias.

Tabela 4 Principais dados relativos ao CHP (INE, Censos 2001, *apud* Oliveira e Pau-Preto, 2009)

	Centro Histórico	Porto
Superfície	1,5	41,7
População	13218	263131
População residente empregada	4966	113593
Percentagem da população residente empregada que trabalha no Porto	84,6	75,4
Número de alojamentos familiares	7400	125267

Referente ao emprego, o centro histórico representa 8,1% do emprego privado do Porto, com 9872 pessoas ao serviço (MTS, Quadro de Pessoal, 2005 *apud* Oliveira e Pau-Preto, 2009), sem contar os profissionais liberais. O nível de qualificação e escolaridade destes profissionais apresenta uma concentração em quadros inferiores e de baixa escolaridade.

Referentes às actividades, as quatro freguesias apresentam uma especialização comercial significativa, presentes neste sector mais de um quarto dos trabalhadores do sector privado, maioritariamente no retalho não alimentar e no comércio por grosso. Porém há uma concentração espacial destas empresas, nomeadamente na Rua de Mouzinho da Silveira e Flores e, também, na Praça da Batalha. Já no sector dos serviços às empresas, a zona em estudo apresenta uma dimensão limitada, com somente 621 pessoas ao serviço (MTS, Quadro de Pessoal, 2005 *apud* Oliveira e Pau-Preto, 2009).

Vale aqui ressaltar que o sector de Engenharia no centro histórico tem um peso desprezível, com aproximadamente 1,0% e 0,5% face ao total do Porto, em Miragaia e na Sé, respectivamente. Em contraste com os serviços às empresas, o Centro Histórico do Porto apresenta uma elevada especialização de emprego privado nos serviços sociais, pessoais e colectivos, nomeadamente nas

áreas de saúde e acção social. Finalmente, nas indústrias transformadoras, as quatro freguesias abrigam um pequeno conjunto de trabalhadores (943 pessoas ao serviço).

No Centro Histórico do Porto foi constituída em 2004 uma empresa pública com objectivo de coordenar os processos de reabilitação urbana do mesmo. A SRU – Porto Vivo é uma empresa de capitais públicos, constituída em 27 de Novembro de 2004, detida pelo Instituto de Habitação e Reabilitação Urbana em 60% e pela Câmara Municipal do Porto em 40%¹⁵.

Esta Sociedade Anónima tem o papel de orientar o processo de reabilitação da Baixa do Porto, cabendo-lhe elaborar a estratégia de intervenção e actuar como mediador entre os diferentes agentes (proprietários, arrendatários, investidores).

A acção da SRU – Porto Vivo assenta em 5 grandes objectivos:

- A re-habitação da Baixa do Porto;
- O desenvolvimento e promoção do negócio na Baixa do Porto;
- A revitalização do comércio;
- A dinamização do turismo, cultura e lazer;
- A qualificação do domínio público;

A SRU – Porto Vivo tem competências para:

- Licenciatar, autorizar e fiscalizar operações urbanísticas e obras de reabilitação;
- Expropriar imóveis por utilidade pública e proceder a operações de realojamento.

A SRU – Porto Vivo tem, de acordo com seu estatuto, como área de intervenção, a Área Crítica de Recuperação e Reconversão Urbanística (ACRRU), definida pelo Decreto Regulamentar nº 54/85, de 12 de Agosto e ampliada pelo Decreto Regulamentar nº 14/94 de 17 de Junho e novamente ampliada pelo Decreto Regulamentar nº 11/2000 de 24 de Agosto com cerca de 1000 hectares, ou seja, cerca de um quarto do concelho do Porto. Na figura abaixo pode-se ver a ACRRU e seu enquadramento no concelho do Porto.

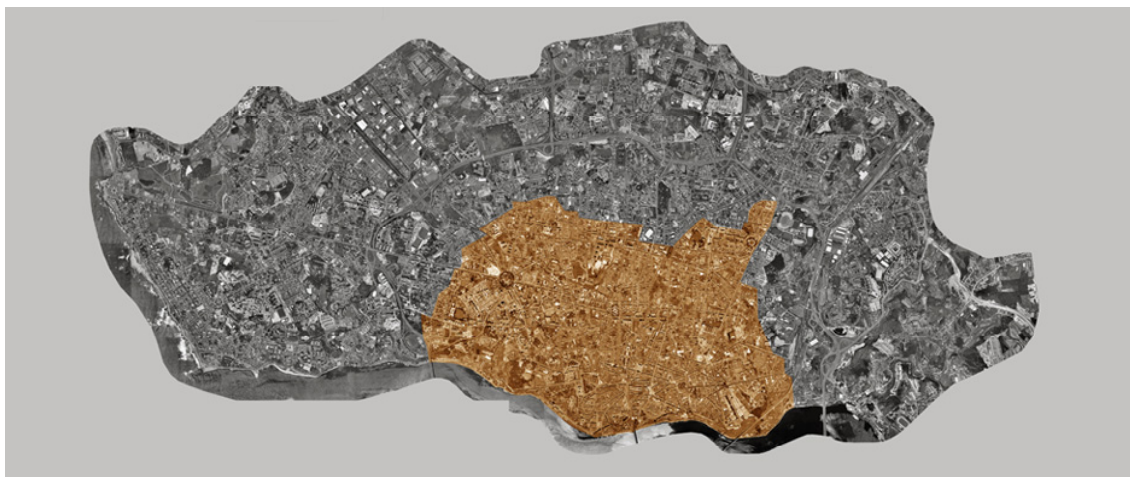


Fig. 16 ACRRU (Fonte: www.apor.pt)

Por razões operacionais, foi delimitada uma área menor, denominada Zona de Intervenção Prioritária (Z.I.P.), onde será concentrado o esforço de reabilitação urbana.

¹⁵ Ver estatuto da PORTO VIVO, SRU — SOCIEDADE DE REABILITAÇÃO URBANA DA BAIXA PORTUENSE, S. A. no site <http://www.portovivosru.pt>. Em 10/05/2010.

A Zona de Intervenção Prioritária (figura 17) compreende uma área com cerca de 500 hectares, limitada a sul, pelo rio Douro, a norte, pela Praça do Marquês / Constituição, a oeste, pela Rua da Restauração / Carvalhosa e, a leste, pela zona do Bonfim.

A Z.I.P. engloba o Centro Histórico do Porto (em parte classificado como Património da Humanidade), a Baixa tradicional e áreas substanciais das freguesias do Bonfim, Santo Ildefonso, Massarelos e Cedofeita, correspondentes ao crescimento da cidade nos séculos XVIII e XIX. A seguir pode-se ver o enquadramento da ZIP dentro da ACCRU e a delimitação das freguesias envolvidas.

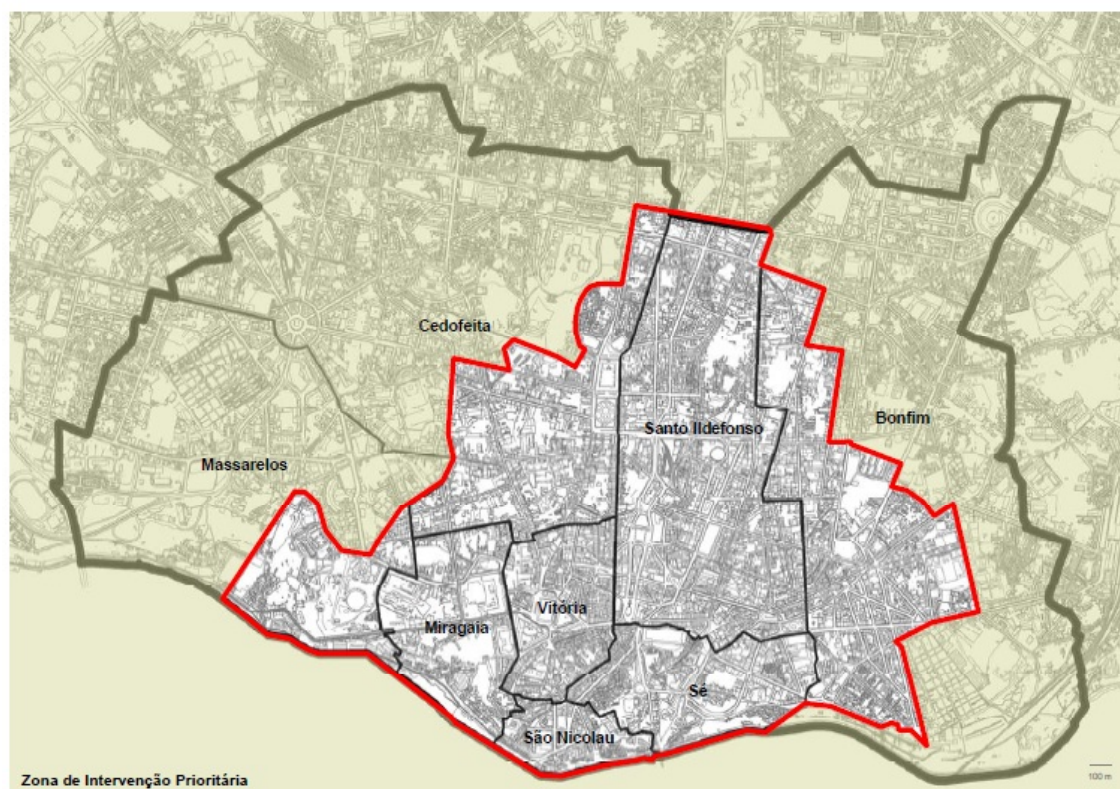


Fig. 17 ZIP dentro da ACRRU (Fonte: Vázquez *et al*, 2004)

Segundo a caracterização feita pela SRU – Porto Vivo, há 18000 edifícios na ACRRU, sendo 30% deles anteriores a 1919 e outros 30% anteriores a 1945. São considerados edifícios insalubres e grandes consumidores de energia e, de um total de 47000, há 10000 alojamentos devolutos.

Referente à população, houve uma verdadeira desertificação nos últimos 40 anos com a perda de 50% da população, um índice de envelhecimento elevado e taxas de desemprego superiores a 10%. Há uma elevada percentagem de reformados e pensionistas, que acabam por pagar rendas muito baixas e fazem com que os senhorios não tenham grande interesse em reabilitar os fogos.

Na questão das infra-estruturas, há falta de estacionamento nos prédios de modo geral, frequentes engarrafamentos e elevado nível de poluição atmosférica. Ainda segundo a SRU – Porto Vivo, há uma desajustada rede de saneamento, escassa rede de gás natural e insuficientes equipamentos sociais, bem como insatisfatória limpeza do espaço público.

No campo da economia, tema principal deste estudo, a SRU – Porto Vivo constata que há uma perda dos sinais de vitalidade que acaba por criar uma espiral de declínio económico. Conjugado a este factor há uma população sem capacidade económica e investidores sem confiança.

Dentro da Zona de Intervenção Prioritária a SRU – Porto Vivo criou um Plano de Gestão para o Centro Histórico do Porto Património Mundial (CHPPM) (figura 18). Dentro do CHPPM foi feita uma divisão dos 83 quarteirões ali existentes em dez operações, de acordo com a figura 19.



Fig. 18 CHPPM dentro da ZIP (Fonte: Plano de Gestão do CHPPM, SRU - Porto Vivo, 2008)

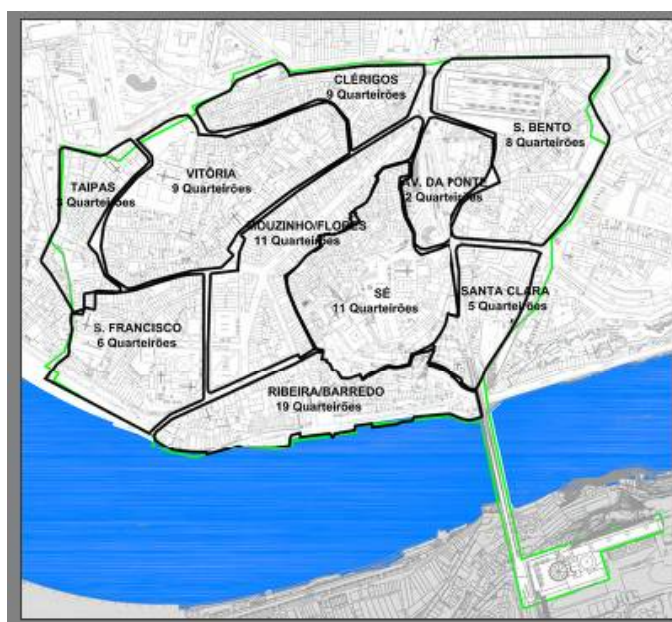


Fig. 19 Operações dentro do CHPPM (Fonte: Plano de Gestão do CHPPM, SRU - Porto Vivo, 2008)

É importante ressaltar que a delimitação do centro histórico Património Mundial não coincide na totalidade do centro histórico formado pelas 4 freguesias citadas anteriormente, porém as duas delimitações incluem a zona em estudo neste trabalho.

De acordo com o documento¹⁶, existem 1796 edifícios no total, sendo que 443 apresentam-se em bom estado de conservação ou seja, sem necessidade de intervenção; 649 em médio estado de conservação ou seja, com necessidade de obras de manutenção, nomeadamente pinturas, pequenas reparações e/ou limpeza em fachadas, empenas e coberturas e 575 em mau estado de conservação ou seja, com sinais de degradação ao nível das infra-estruturas, alvenarias e coberturas. Somado a esses números existem 78 edifícios em ruína, ou seja, edifícios que não podem ser utilizados por questões de segurança e salubridade e 51 edifícios com obra em decurso.

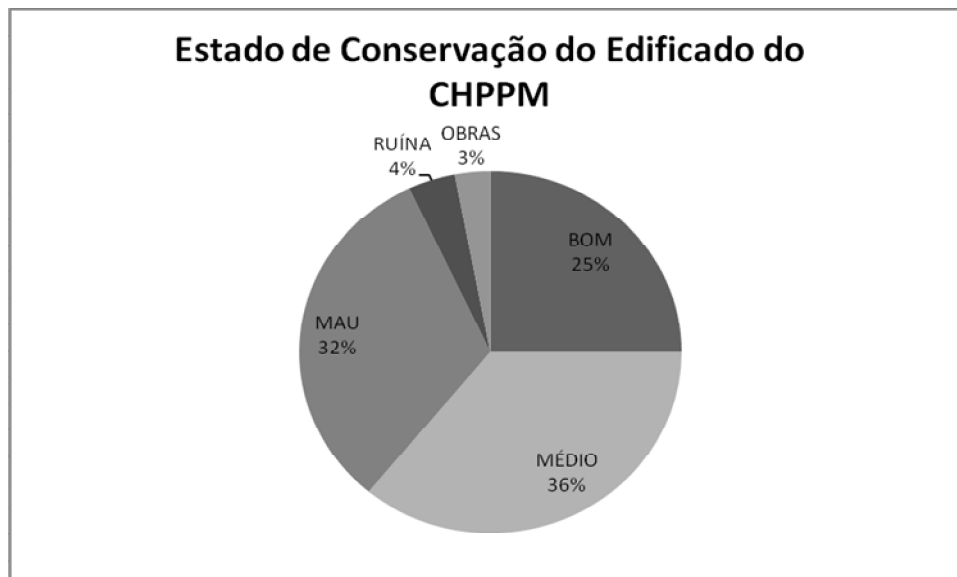


Gráfico 1 Estado de Conservação do CHPPM

O estado de conservação por operação mostra que a operação da Ribeira / Barredo apresenta um maior número de edifícios em bom estado, em muito devido aos esforços de reabilitação direccionados para essa zona nas décadas de 70 / 80 e 90. Já nas operações da Vitória e Sé há um elevado número de edifícios em mau estado e ruína.

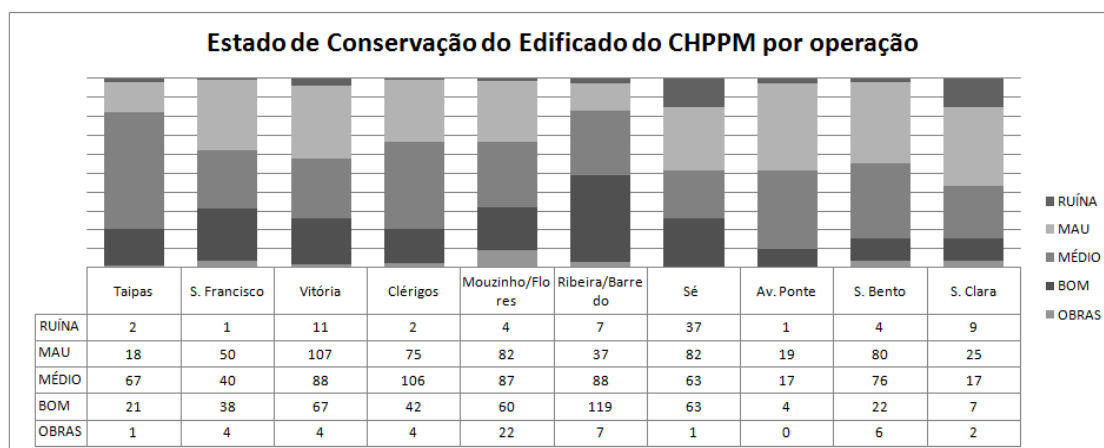


Gráfico 2 Estado de Conservação por Operação do CHPPM

¹⁶ Plano de Gestão do CHPPM, SRU - Porto Vivo, 2008

Referente à ocupação dos edifícios apenas 17% do edificado está devoluto (293), 34% está parcialmente ocupado (591) e 49% está totalmente ocupado (861).

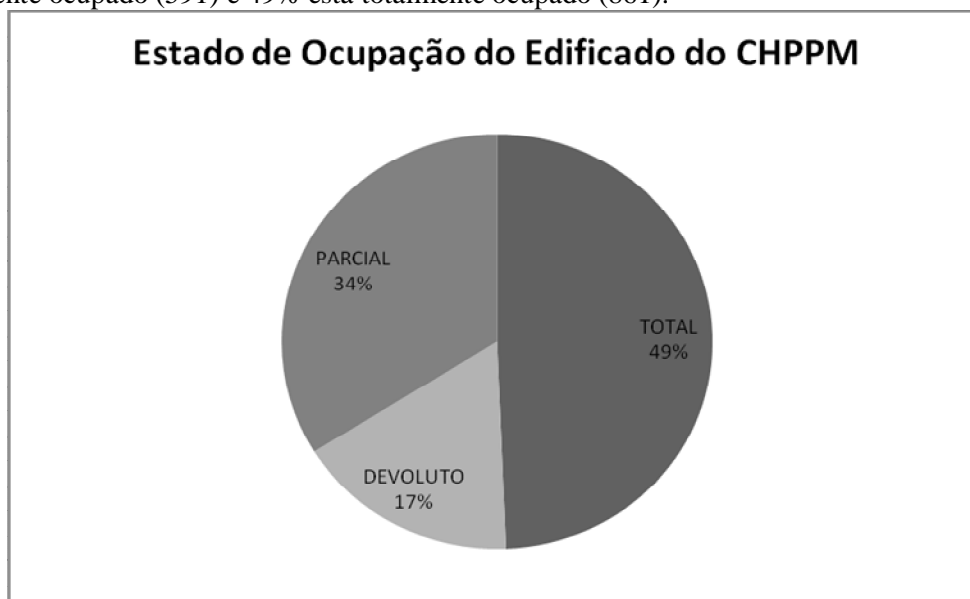


Gráfico 3 Estado de Ocupação do CHPPM

O estado de ocupação por operação mostra que as áreas da Ribeira / Barredo e Vitória apresentam um maior número de edifícios ocupados. Já na operação Sé há um elevado número de edifícios desabitados.

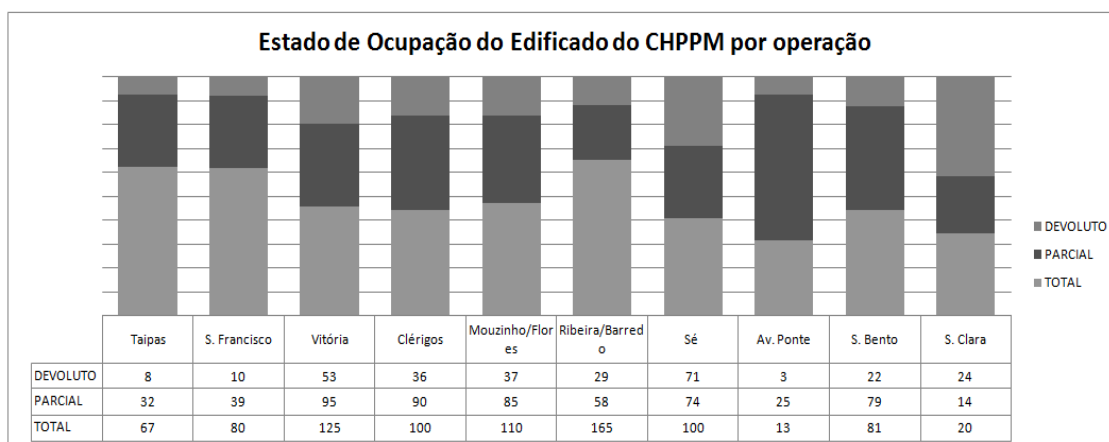


Gráfico 4 Estado de Ocupação por Operação do CHPPM

A respeito das actividades exercidas no Centro Histórico do Porto Património Mundial, a função mais comumente presente é a habitação nos pisos superiores com actividade comercial no rés-do-chão.

4.3. CARACTERIZAÇÃO DA NOVA ACTIVIDADE

A nova actividade em estudo consiste num gabinete de engenharia que mudou suas instalações em Dezembro de 2009 da periferia do Porto (Rua Augusto Lessa, Freguesia de Paranhos) para o centro histórico (Rua Mouzinho da Silveira, Freguesia da Sé) num prédio que sofreu intervenções profundas de reabilitação. Juntamente com essa mudança, a empresa trouxe aproximadamente 25 colaboradores.

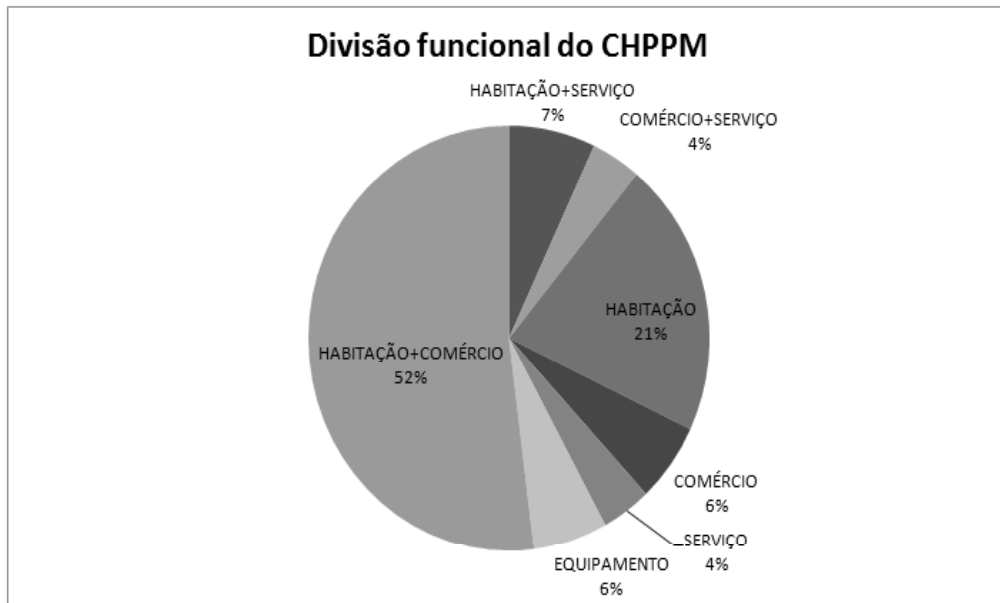


Gráfico 5 Divisão funcional do CHPPM

Com essa mudança, o dia-a-dia dos funcionários da empresa sofreu grandes alterações. A maioria dos funcionários agora faz suas deslocações ao trabalho com recurso ao transporte público, em muito devido à falta de estacionamento na zona em questão, e também passaram a consumir produtos da economia local, principalmente refeições.

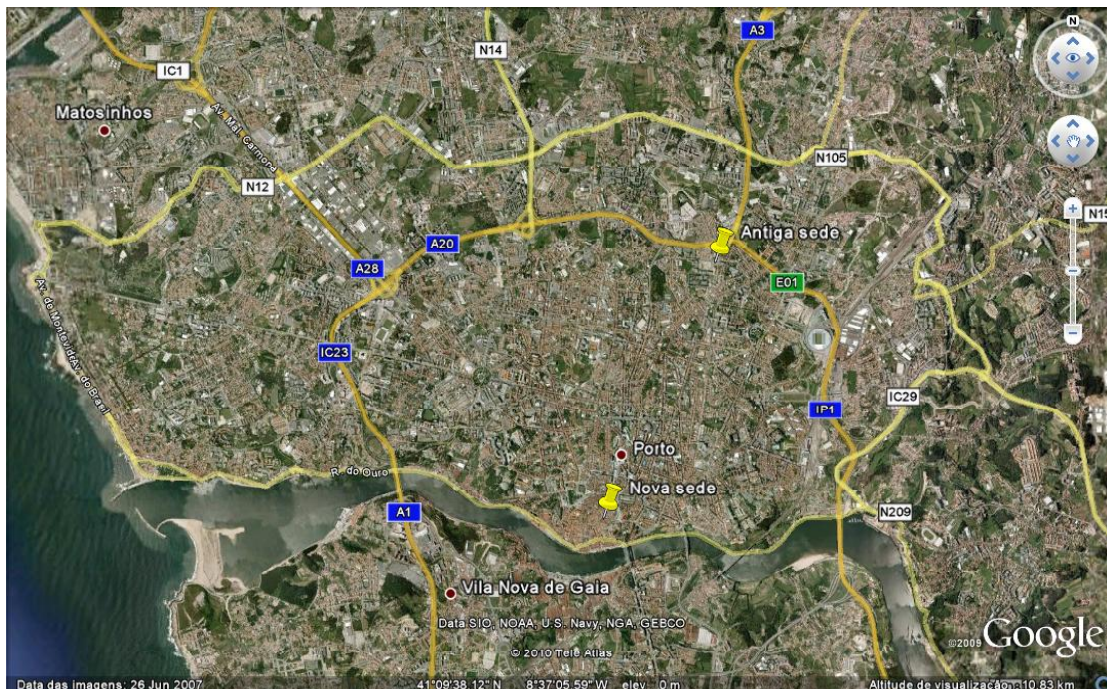


Fig. 20 Localização das antiga e nova actividades

Apesar desse tipo de empresa não depender em muito da localização para atrair clientes, pois dificilmente os clientes vão à empresa e sim a empresa vai aos clientes, sua área de actuação

(Planeamento e Transportes) está muito ligada ao território e, também, a empresa já participou em muitos projectos que, de uma forma ou de outra, acabaram por intervir no Centro Histórico do Porto. Portanto, segundo o administrador da empresa, diante desses factores, a localização torna-se importante. Um outro motivo que levou à mudança reside no facto da necessidade sentida pela equipa administradora no sentido de também contribuir na revitalização do Centro Histórico do Porto. De acordo com as palavras do administrador da empresa, é preciso que alguém tome o primeiro passo para que outras empresas se inspirem neste exemplo e tomem atitudes semelhantes a favor da recuperação económica e social dessa área de degradada.

O processo de reabilitação do prédio actualmente ocupado pela empresa iniciou em finais de 2007 e terminou em Dezembro de 2009. O edifício reabilitado é composto por uma cave com acesso pelo interior, Rés-do-chão, dois andares e águas furtadas. Nos fundos do prédio havia um anexo que servia de suporte ao armazém que anteriormente ocupava a totalidade do mesmo, incluindo os andares superiores destinados à habitação. A parte de trás do edifício foi totalmente refeita e aumentada, substituindo o antigo anexo por uma construção de três andares para poder albergar o gabinete de engenharia. O edifício não possui garagens. A área bruta de construção gira em torno dos 900,00 m². A empresa ocupa o edifício na totalidade, incluindo o apartamento.

Segundo a caracterização¹⁷ feita pela Sociedade de Reabilitação Urbana, SRU – Porto Vivo, o antigo edifício estava em mau estado de conservação, salubridade e segurança, e em médio estado de estética. O edifício era ocupado mas parcialmente não utilizado e necessitava de uma intervenção profunda.



Fig. 21 As três fases da reabilitação

De acordo com as fotos a seguir pode-se perceber que o processo de reabilitação do edifício foi muito bem conseguido.

Para a realização das obras os incentivos foram a não cobrança do IMI (Imposto Municipal sobre Imóveis) e IMT (Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis) e a redução do IVA (Imposto sobre Valor Acrescentado) sobre os materiais utilizados em obra de 20% para 5%. O papel da SRU – Porto Vivo foi importante no tratamento mais ágil dos processos burocráticos necessários às aprovações diversas para a obra.

¹⁷ Ver Documento Estratégico – Unidade de Intervenção Quarteirão 14008 (Porto Vivo), 2007.



Fig. 22 Estado de degradação do edifício



Fig. 23 Durante as obras

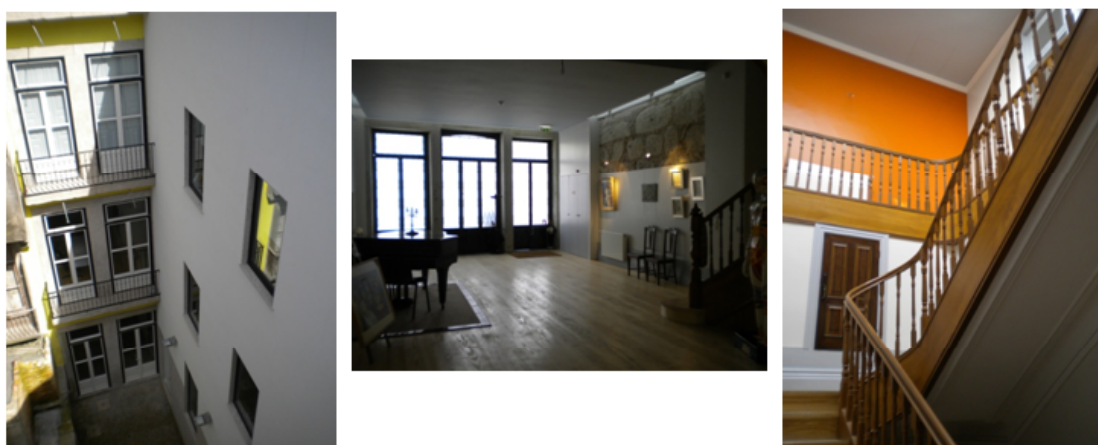


Fig. 24 O edifício reabilitado

4.4. ESTUDO DO IMPACTE DA NOVA ACTIVIDADE

4.4.1. IMPACTE ECONÓMICO

Dentro da metodologia definida, vários pontos já foram cumpridos pela própria empresa, através de uma ferramenta informática criada para determinar o padrão de consumo dos funcionários na envolvente da mesma. Pois a empresa em estudo também tem interesse em conhecer o seu verdadeiro papel como gerador de receita e mais-valia, no contexto em que se encontra inserida no Centro Histórico do Porto.

A aplicação informática criada pela empresa colecta os dados de consumo dos funcionários e da própria empresa numa área de influência definida em torno da nova sede. Dentro desta área de influência estão cadastrados todos os pontos de possível consumo por categorias de negócios.

Portanto, esta aplicação informática pode servir para cobrir os 3 primeiros pontos da metodologia a ser empregada, são eles:

- I. Determinação de uma área de influência de consumo;
- II. Levantamento das actividades de interesse;
- III. Realização de inquéritos aos responsáveis da empresa e seus funcionários.

A determinação da área de influência foi feita da seguinte forma: Desenhou-se um raio de 500 metros em torno da nova sede da empresa na Rua de Mouzinho da Silveira, como na figura abaixo:

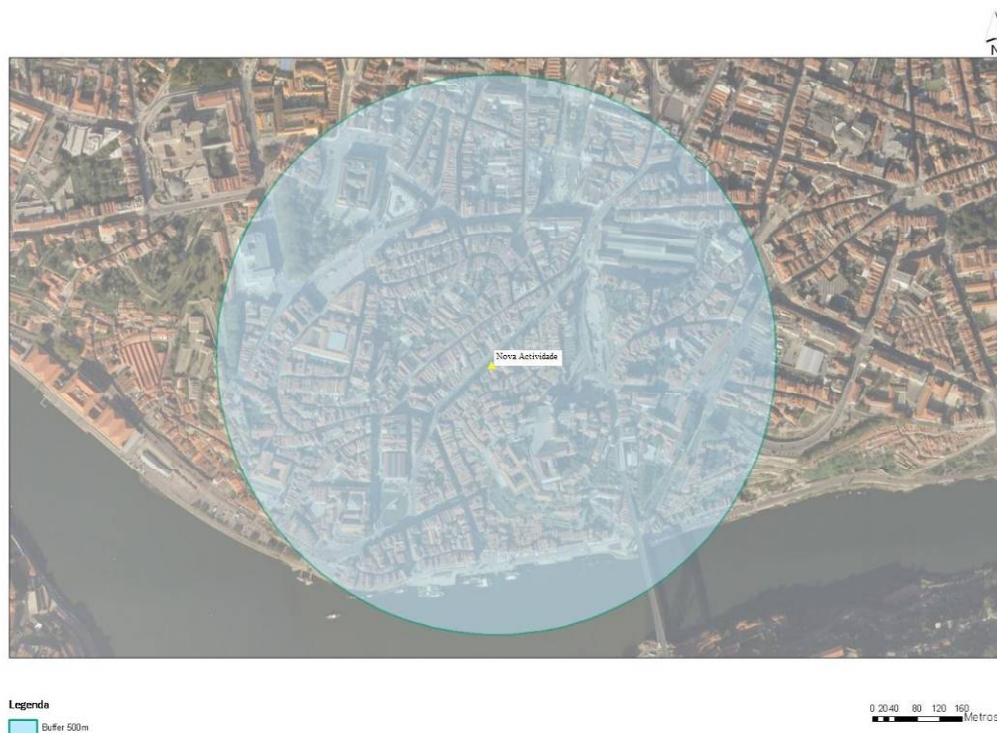
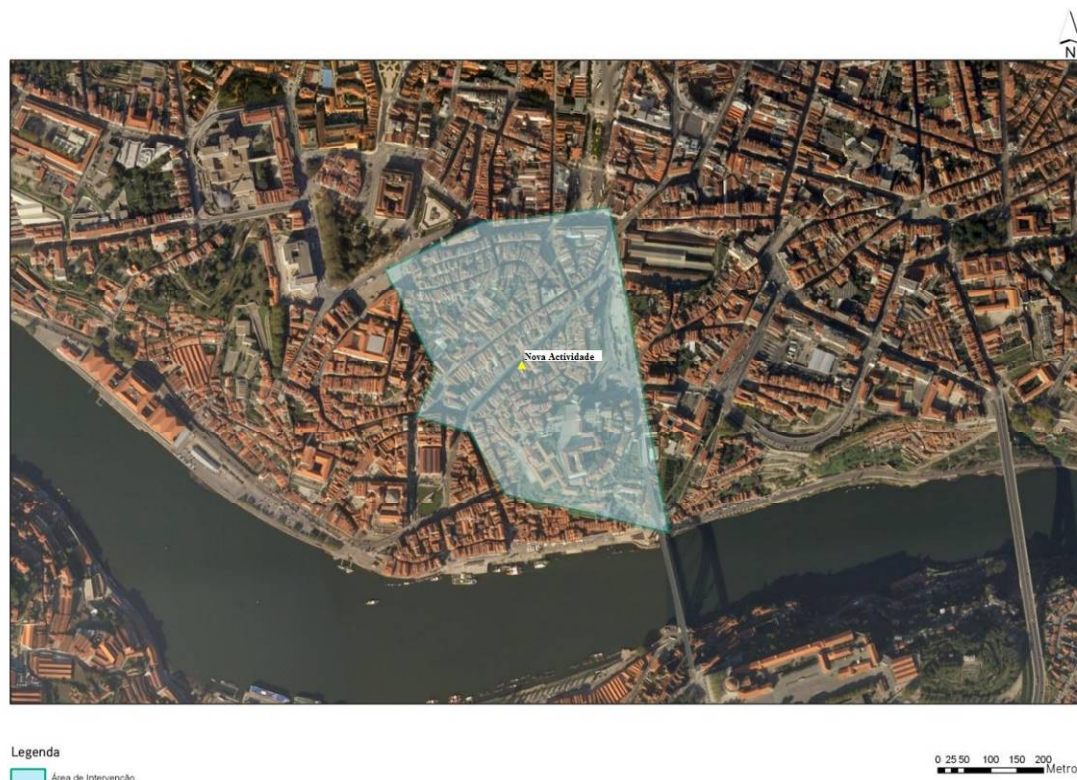


Fig. 25 Área de Influência num raio de 500 metros

Porém, devido às características da zona em estudo, principalmente devido às ruas muito inclinadas, essa área de influência sofreu uma redução e definiu-se uma área de influência efectiva e, dentro desta área de influência, seus pontos de interesse.



Após a determinação da área de influência efectiva, procedeu-se ao levantamento em campo de todas as actividades económicas existentes. Este levantamento foi então separado por categorias. As categorias escolhidas foram:

- Decoração;
- Alimentos e Casa (Mercados);
- Vestuário;
- Calçado;
- Lojas de Emigrantes;
- Saúde;
- Restauração;
- Acessórios;
- Bem-Estar;
- Quiosques;
- Artesanato;
- Livrarias;
- Bancos;
- Hotelaria;
- Outros.

Com este trabalho obteve-se o nome das empresas, a morada e a categoria. A lista das empresas está em anexo (A7). Após a conclusão destes dois primeiros passos, iniciou-se o trabalho informático de criação da aplicação. Tal aplicação vai servir para substituir os inquéritos que teriam de ser feitos no terceiro passo.

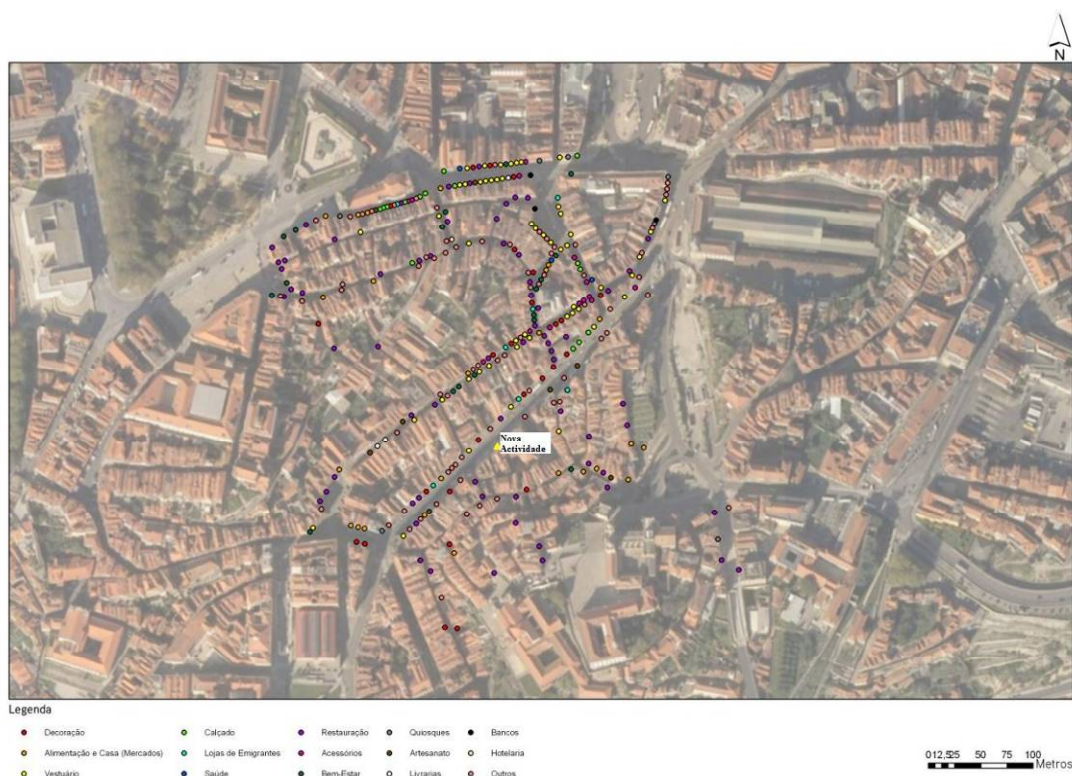


Fig. 27 Actividades de interesse

A aplicação informática consiste no preenchimento de vários campos onde cada funcionário tem acesso à sua conta, bem como um funcionário, além de preencher à sua conta, deve preencher uma conta para a empresa. Portanto o procedimento de preenchimento consiste nos seguintes passos: O funcionário faz *login* em sua conta pessoal na aplicação informática; num primeiro campo coloca a data do consumo; num outro campo deve inserir a categoria da empresa em que foi feita a compra, depois deve escolher o nome da empresa e o valor gasto. Por questões de programação informática, as categorias foram reduzidas como forma de facilitar o trabalho de colecta de dados.

Para a concretização do quarto passo – determinação das actividades de interesse mais frequentadas, é preciso obter um relatório da aplicação informática que mostre quais as actividades que mais forneceram serviços e produtos localizadas na zona de estudo. Portanto foi extraído um relatório com todas as entradas efectuadas na aplicação informática para os meses de Abril e Maio de 2010. Este relatório agrega as entradas por Categoria, Empresa, Morada da empresa e o total por mês gasto em cada empresa. Para este estudo foi escolhida a média dos meses de Abril e Maio como mês base, pois o mês de Março não apresentava dados para o mês todo.

Em anexo (A6) pode-se encontrar o relatório completo. Abaixo pode-se verificar as 10 empresas que obtiveram receitas devido à nova actividade no Centro Histórico do Porto para os meses de Abril e Maio e também a divisão por categorias do consumo efectuado. Os nomes das empresas e as moradas foram alterados para respeitar a privacidade das mesmas.

Tabela 5 As dez actividades mais afectadas

Categoria	Empresa	Rua	€ Abril	€ Maio	Total	Média
Restauração	A	Rua Mouzinho da Silveira	248,30 €	41,90 €	290,20 €	145,10 €
Restauração	B	Rua de Afonso Martins Alho	101,70 €	119,80 €	221,50 €	110,75 €
Restauração	C	Rua dos Caldeiros	65,65 €	94,60 €	160,25 €	80,13 €
Restauração	D	Rua de Afonso Martins Alho	53,40 €	57,15 €	110,55 €	55,28 €
Restauração	E	Rua Mouzinho da Silveira	37,05 €	59,00 €	96,05 €	48,03 €
Restauração	F	Rua Mouzinho da Silveira	30,00 €	30,00 €	60,00 €	30,00 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	G	Largo de São Domingos	46,10 €	- €	46,10 €	23,05 €
Mobiliário e Decoração	H	Rua Mouzinho da Silveira	40,00 €	- €	40,00 €	20,00 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	I	Rua Mouzinho da Silveira	34,50 €	0,50 €	35,00 €	17,50 €
Mobiliário e Decoração	J	Rua Mouzinho da Silveira	- €	35,00 €	35,00 €	17,50 €
...
			Total:	820,12 €	589,75 €	1.409,87 €

Tabela 6 Consumo por categorias mais afectadas

Categoria	Abril			Maio			Abril + Maio		
	Nº Lojas	Total	Nº Lojas	Total	Nº Lojas	Total	Nº Lojas	Total	Média
Restauração	10	555,35 €	9	437,55 €	13	992,70 €	496,35 €		
Papelaria, livrarias e tabacaria	5	100,45 €	2	20,50 €	5	120,95 €	60,48 €		
Mobiliário e Decoração	2	70,00 €	1	35,00 €	3	105,00 €	52,50 €		
Hiper/supermercado e produtos alimentares	6	46,48 €	3	17,85 €	6	64,33 €	32,17 €		
Moda e Acessórios	1	14,20 €	4	38,00 €	5	52,20 €	26,10 €		
Lojas de conveniência	2	5,75 €	2	30,85 €	2	36,60 €	18,30 €		
Saúde	3	27,89 €	0	- €	3	27,89 €	13,95 €		
Outros	0	- €	1	10,00 €	1	10,00 €	5,00 €		
Total	29	820,12 €	22	589,75 €	38	1.409,87 €	704,94 €		

Analisando os quadros acima pode-se perceber que o consumo dos funcionários é bem direccionado para o sector de restauração, nomeadamente para o serviço de almoços. Para tornar ainda mais claro este padrão é interessante dividir o que é consumido pela empresa, como por exemplo os materiais de escritório. Com este relatório também é fácil verificar que não é necessário demasiado rigor na definição da área de influência, pois o consumo é sempre de proximidade e as pessoas fazem seus deslocamentos a pé. Basta verificar que o primeiro lugar da lista é o restaurante mais próximo da morada da empresa em estudo.

Para proceder ao quinto passo é antes necessário escolher quais as empresas a serem estudadas e também, descontar o IVA (Imposto sobre Valor Acrescentado) das despesas feitas em cada categoria. Após concluído destas etapas é necessário extrapolar os padrões de consumo em análise para um ano, pois os dados somente retratam dois meses.

E, finalmente, deve-se buscar as informações financeiras referentes a estas empresas, nomeadamente seu volume de vendas para um ano qualquer. Estes dados podem ser obtidos na Base de Dados de Contas Anuais do Ministério da Justiça. Após esta etapa pode-se proceder ao estudo do impacte económico da empresa, recorrendo também à análise das respostas dos inquéritos realizados tanto na empresa em estudo como nas actividades escolhidas.

Dentre as empresas na lista, foram escolhidas seis empresas para proceder à análise do impacte económico. São elas duas empresas da categoria restauração, uma empresa da categoria papelaria, livrarias e tabacaria, duas empresas da categoria mobiliário e decoração e uma empresa da categoria hiper/supermercado e produtos alimentares. Desta forma é possível perceber o impacte em diversos sectores que se encontram na área de influência e não se limitar ao consumo de restauração, que é o predominante. A tabela 7 apresenta os resultados.

Para determinar os valores constantes na tabela 7, foi utilizado a seguinte metodologia: As vendas correspondem, como já foi dito, ao volume de vendas de cada empresa, o ano corresponde ao que aquele montante foi declarado ao Ministério da Justiça. A receita média corresponde ao valor médio de Abril e Maio de 2010 do total das compras feitas em cada actividade. Para a determinação do IVA, procedeu-se à consulta do Código do IVA. Aqui pode residir um ponto de erro, pois nem todas as actividades comercializam produtos com o mesmo IVA, ou seja o IVA pode variar para cada categoria. Portanto, nestes casos onde poderia surgir dúvida sempre foi escolhido o maior valor do IVA.

Ainda para determinar a receita para um ano foi subtraído o IVA da receita média e multiplicado este valor resultante por 11, pois considera-se que todos os trabalhadores têm um mês de férias. Aqui também pode residir um erro, pois é sabido que nem todos os trabalhadores tiram férias ao mesmo tempo e portanto, sempre irá existir um consumo resiliente ao longo de todo ano, estando a empresa com toda a sua equipa a trabalhar ou só com parte dela. A única forma de saber se é válida essa consideração é acompanhar os resultados da aplicação informática durante um ano e verificar se foi bem feita tal simulação.

Finalmente para a determinação da percentagem foi dividido a valor da receita para um ano pelo volume de vendas para um ano, para cada empresa.

Como era de se esperar o grau de impacte económico de uma única nova actividade no Centro Histórico do Porto é baixo. É claro que esta análise é muito relativa, pois basta ver a disparidade do volume de vendas entre as duas empresas de restauração analisadas e constatar que, caso os funcionários da nova actividade consumissem no restaurante C da mesma forma que consumiram no A, os resultados já seriam diferentes.

Tabela 7 Determinação do Impacte Económico

Categoria	Economia Local				Nova Actividade			
	Empresa	Morada	Vendas	Ano	Receita (média)	IVA	Receita (1 ano)	Porcentagem
Restauração	A	Rua Mouzinho da Silveira	121.897,27 €	2008	145,10 €	12%	1.425,09 €	1,17%
Restauração	C	Rua dos Caldeireiros	47.128,26 €	2007	80,13 €	12%	786,99 €	1,67%
Mobiliário e decoração	H	Rua Mouzinho da Silveira	8.262,09 €	2008	20,00 €	20%	183,33 €	2,22%
Papelaria, livrarias e tabacaria	I	Rua Mouzinho da Silveira	468.782,02 €	2008	17,50 €	20%	160,42 €	0,03%
Mobiliário e decoração	L	Rua Mouzinho da Silveira	42.151,08 €	2008	15,00 €	20%	137,50 €	0,33%
Hiper/supermercado e produtos alimentares	N	Rua Mouzinho da Silveira	695.572,16 €	2008	12,42 €	12%	121,98 €	0,02%

Com esta simples análise podemos já concluir que as iniciativas singulares de revitalização urbana tendem a criar poucos resultados e que, a longo prazo, acabam por não gerarem um efeito multiplicador considerável. Apesar do interesse que algumas empresas e moradores têm demonstrado pelo Centro Histórico do Porto, é necessário muito mais do que isso para impulsionar o (re)desenvolvimento dessa área degradada.

O papel de uma nova empresa na dinamização da economia tradicional do centro histórico é mínimo, porém, toda a reabilitação é válida. Segundo palavras do administrador da nova empresa, alguém tem de começar a fazer senão a situação não muda.

É a criação de uma “economia de aglomeração” que vai trazer verdadeira geração de receita e empregos para as áreas degradadas, pois quando várias empresas decidem tomar decisão semelhante trazem consigo, como trouxe essa nova actividade, o maior poder de compra de seus funcionários e as próprias necessidades por serviços e produtos da empresa.

De acordo com a caracterização feita em 4.2. dentro do Centro Histórico do Porto Património Mundial há 86 quarteirões com 1796 edifícios. Desse total 293 estão totalmente devolutos. Caso fosse possível que parte desses edifícios devolutos fosse ocupada por empresas e também por moradores a geração de receita possivelmente criaria novos empregos tanto directos quanto indirectos.

O impacte aqui descrito refere-se somente a uma empresa. Poderia se fazer uma simulação para várias empresas considerando que novas empresas, que têm suas sedes em outros locais, passassem a ocupar os prédios devolutos no Centro Histórico do Porto. Porém simplesmente multiplicar estes valores aqui encontrados para uma empresa pelo número de novas empresas dificilmente iria retratar o impacte que efectivamente iria acontecer caso mais empresas mudassem para a zona em estudo.

Isso porque é arriscado afirmar que caso 50 empresas passassem a ter seus escritórios na Baixa do Porto, o impacte seria multiplicado por 50. Primeiro porque o consumo é muito ligado à topografia do território e como para a empresa em estudo os funcionários acabaram por preferir estes estabelecimentos, os funcionários de uma outra empresa qualquer acabariam por preferir os estabelecimentos que se encontrassem mais próximos da mesma. Ou seja, a nova empresa em estudo está localizada a meio da Rua Mouzinho da Silveira. Basta uma outra empresa ocupar um edifício mais abaixo dessa rua ou mesmo em outra rua qualquer que já não se pode garantir que os estabelecimentos (restaurantes, papelarias) procurados seriam os mesmos que foram procurados neste estudo de caso.

Não se pode garantir que os padrões de consumo e que os estabelecimentos mais procurados seriam os mesmos para uma ou para 50 empresas. É mais certo afirmar que o impacte de um grande número de empresas seria sempre pequeno quando olhado localmente, como constatado nesse estudo. Porém uma análise global, considerando a nova injeção de capital trazida por essas 50 empresas, no comércio tradicional mostraria com mais clareza o impacte económico.

É importante frisar também que não só novas empresas que podem trazer dinamismo económico para essas áreas degradadas mas também novos moradores. É necessário reconhecer o enorme contributo que a habitação poderia trazer para a Baixa do Porto. Com a instalação de residentes o consumo passa a não ser só para necessidades imediatas, pois os residentes começariam a consumir uma gama muito maior de produtos e serviços que são normalmente comprados perto da residência.

4.4.2. IMPACTE ESPACIAL

Com base no relatório exportado da aplicação informática¹⁸, as empresas que forneceram algum tipo de produto ou serviço para a nova actividade totalizam 38. Nas figuras abaixo pode-se perceber a distribuição espacial das empresas na envolvente da nova actividade.

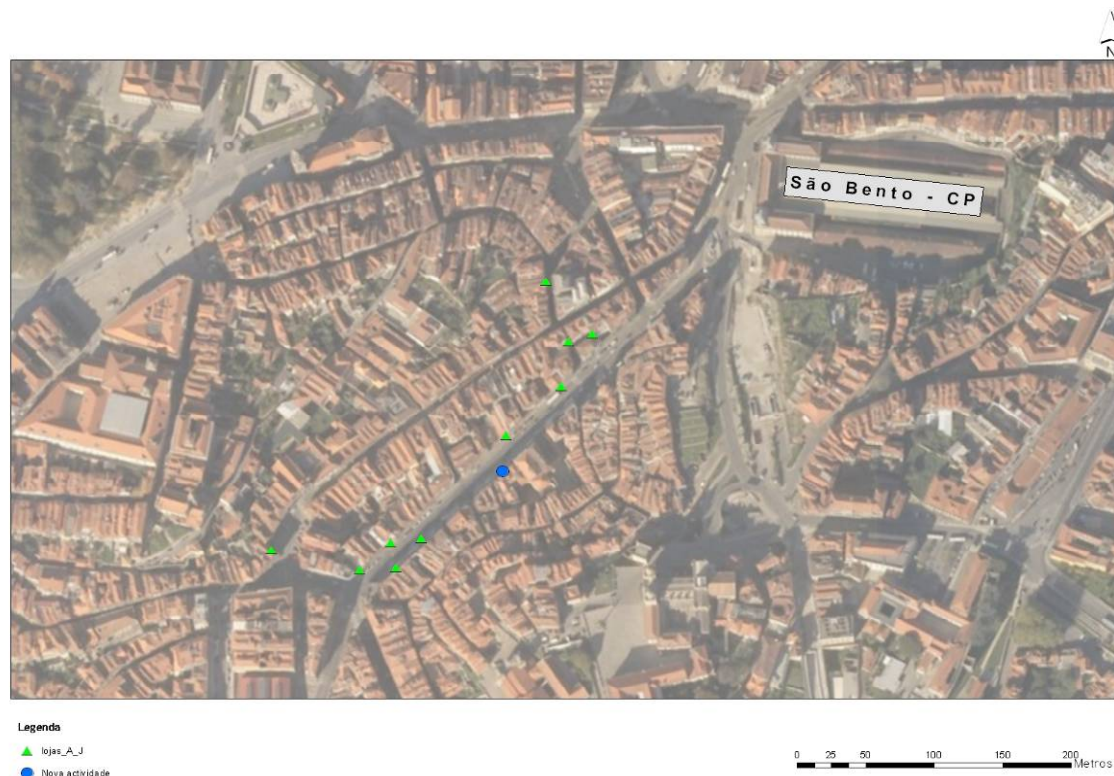


Fig. 28 A 1ª dezena das empresas mais afectadas

Nesse primeiro mapa os pontos em verde representam a localização das empresas que ficaram nas 10 primeiras posições do estudo. A generalidade (6) dos estabelecimentos têm morada na Rua Mouzinho da Silveira, mesma rua onde se encontra a nova actividade em estudo. Como é sabido de acordo com o relatório da aplicação informática, entre as 10 primeiras há 6 empresas no ramo da restauração. Portanto, fica claro no mapa acima que o consumo de restauração é feito nas proximidades.

Seria interessante acompanhar os relatórios dessa aplicação informática por mais tempo, um ano por exemplo, de forma a ser possível reconhecer os verdadeiros padrões de consumo e as ligações do consumo com a topografia da zona e com a envolvente urbana, pois nos meses de Abril e Maio as lojas procuradas já foram diferentes e é possível que, ao longo do ano, os funcionários comecem a conhecer e a se familiarizar com o ambiente urbano e passem a consumir em outros estabelecimentos e de forma diferente.

No mapa seguinte (figura 29) pode-se concluir que há uma maior distribuição espacial das empresas dentro da área de influência. Apesar de ainda existirem 5 empresa na Rua Mouzinho da Silveira, as demais empresas se distribuem de forma mais homogénea a norte da área de influência.

¹⁸ Ver relatório em anexo (A6)



Fig. 29 A 2ª dezena de empresas mais afectadas

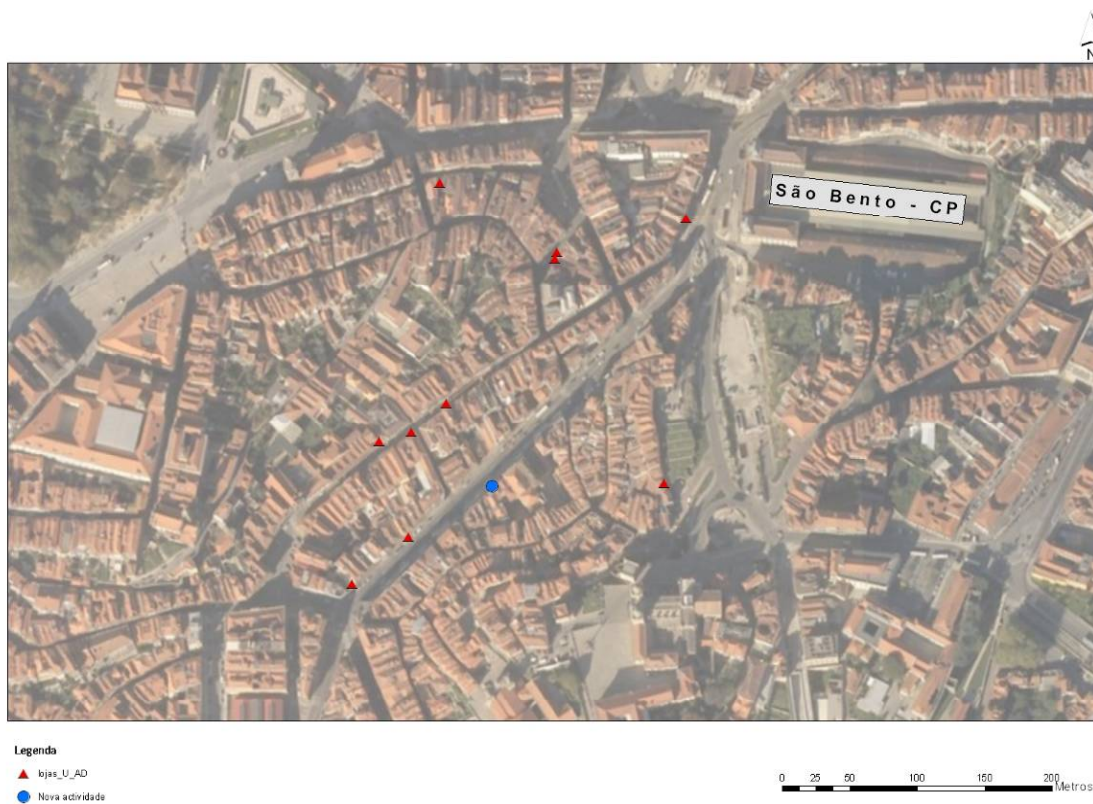


Fig. 30 A 3ª dezena de empresas mais afectadas

Com a análise da figura 30 já é possível perceber que quanto menos procurado é o estabelecimento, mais longe ele se encontra da nova actividade. Isso porque somente duas da 3ª dezena de empresas

estão colocadas na Rua Mouzinho da Silveira e as demais acabam novamente por se distribuir a norte da área de influência, excepto uma que aparece a sul junto à entrada do Morro da Sé.

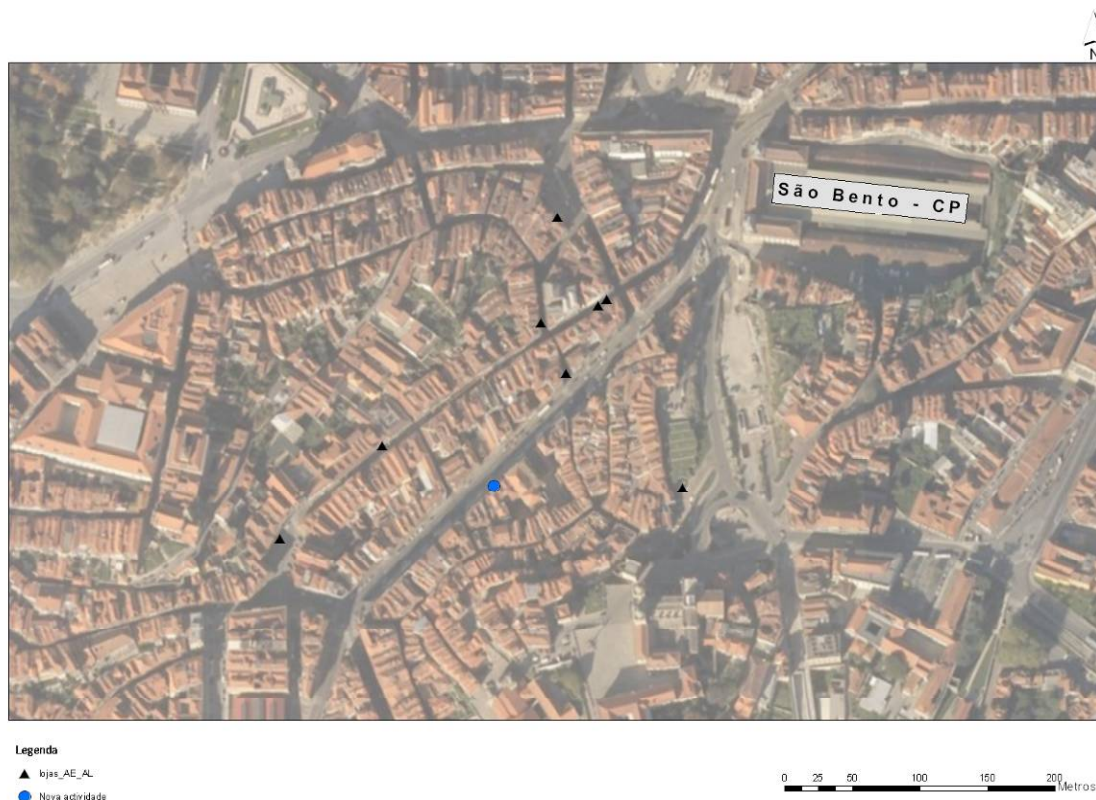


Fig. 31 As oito últimas empresas mais afectadas

Dentre as oito últimas empresas, nenhuma delas se localiza na Rua Mouzinho da Silveira. Aqui também já se pode concluir que as empresas localizadas no Morro da Sé não foram procuradas.

Na figura 32 estão todas as 38 empresas localizadas dentro da área de influência.

Analisando todos os mapas fica claro que o impacte espacial da nova actividade é predominante nas Ruas Mouzinho da Silveira e Flores e suas transversais. Essa zona pode ser considerada como o centro do Centro Histórico do Porto e é a zona que agrega uma maior oferta de comércio e serviços. É possível concluir que o aumento da distância entre os estabelecimentos comerciais e a nova actividade é inversamente proporcional ao consumo, ou seja, quanto menor a distância entre a nova actividade e o estabelecimento comercial, mais produtos e / ou serviços serão consumidos do mesmo, porém não deve-se considerar essa afirmação como regra geral.

Para complementar é interessante constatar que como a zona em estudo não é plana e possui ruas com grandes pendentes, como é o caso da Rua do Ferraz, o consumo acaba por ser muito concentrado espacialmente. Por exemplo, na zona dos Clérigos, zona com as cotas maiores dentro da área de influência somente duas empresas foram procuradas.

Também pode-se concluir que os padrões de consumo acabam por ser afectados pela envolvente em que estão inseridas as lojas. É o caso das empresas localizadas no Morro da Sé, zona mais a sul na área de influência, uma das áreas que mais foram afectadas pelos problemas de degradação do edificado, do ambiente social e urbano. Não é a toa que o acesso ao edifício da nova actividade pelas traseiras

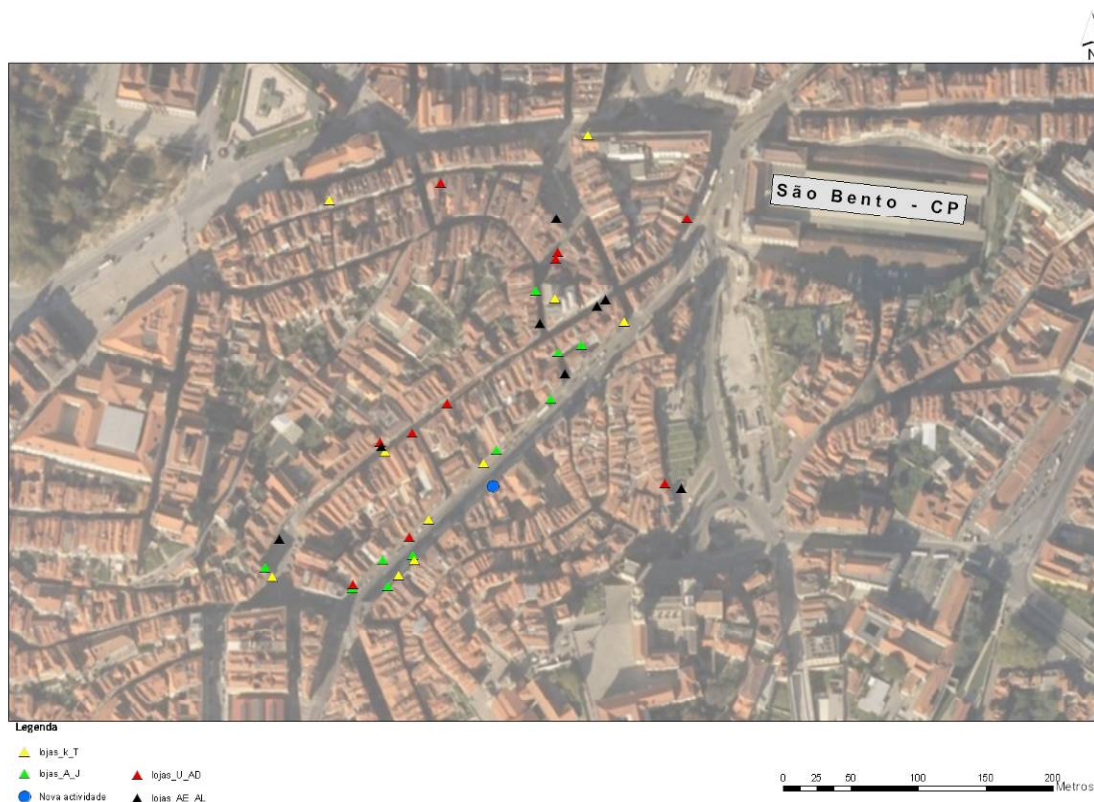


Fig. 32 Todas as 38 empresas

não é utilizado por nenhum dos funcionários, pois para se utilizar este acesso é necessário passar por um dos pontos mais críticos do Morro da Sé.

4.4.3. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS INQUÉRITOS REALIZADOS

Foram efectuados inquéritos com os funcionários da nova actividade e também com os donos das empresas mais afectadas pela nova actividade.

4.4.3.1. Inquéritos às empresas

No 04 de Junho de 2010 procedeu-se à realização de inquéritos junto às empresas mais afectadas pela presença da nova actividade em estudo na Rua Mouzinho da Silveira. Das 10 empresas mais afectadas na média dos meses de Abril e Maio, 6 da categoria Restauração, 2 da categoria Papelaria, livrarias e tabacaria e 2 da categoria Mobiliário e Decoração, sete foram inqueridas com sucesso. Abaixo segue a apreciação das respostas dos inquéritos.

A resposta nº 1 serve somente para colectar o nome e a categoria das empresas.

2 Tomou conhecimento da instalação de uma nova empresa na Rua Mouzinho da Silveira?

Sim 2

Não 5

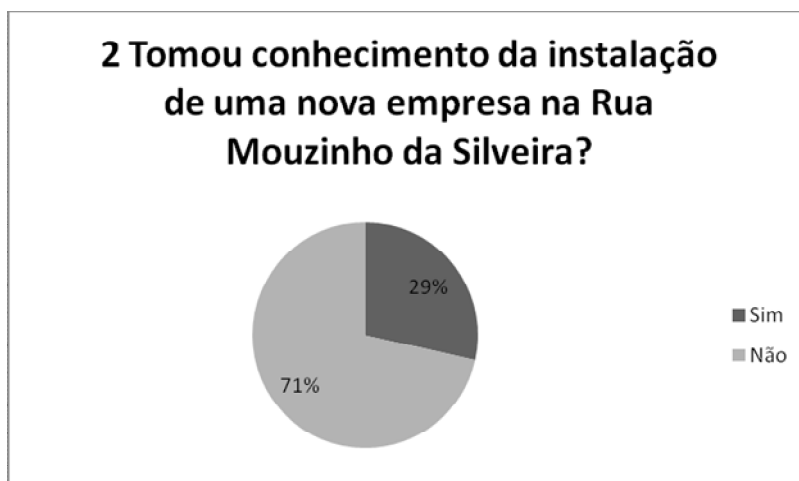


Gráfico 6 Questão 2 do Inquérito aos comerciantes

A respeito da questão 2 somente 2 empresas tomaram conhecimento da instalação de uma nova empresa na Rua Mouzinho da Silveira, as demais não tomaram conhecimento.

É necessário reconhecer que, apesar da amostra inquerida ser muito reduzida em relação ao número de empresas existentes na área de intervenção definida anteriormente, acredita-se que é seguro extrapolar estas percentagens, pois, segundo dados da Administração da nova empresa, não houve uma divulgação junto aos comerciantes da zona referindo a mudança e sim, junto aos clientes da mesma.

3 Sentiu alguma melhoria nas vendas dos últimos 3 meses (devido a esses novos clientes)?

Sim 1

Não 5

Não Sabe 1

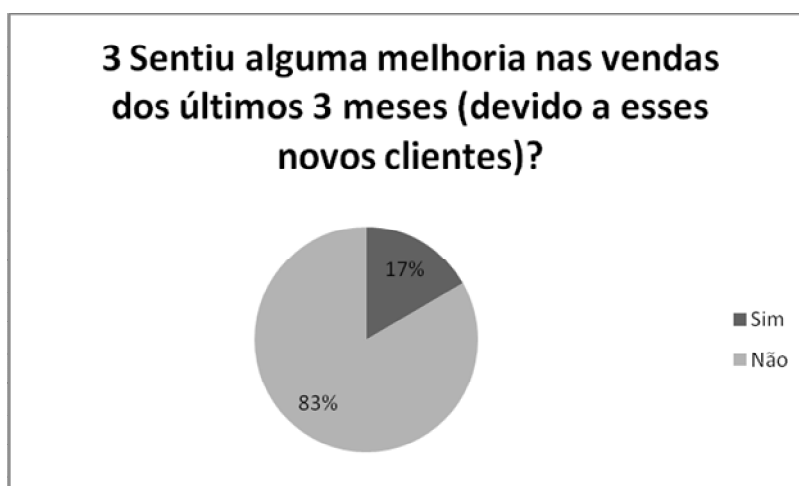


Gráfico 7 Questão 3 do Inquérito aos comerciantes

Como era de se esperar devido aos resultados apresentados pela aplicação informática, o impacte económico desta nova empresa na geração de receitas no comércio local é mínimo, logo somente uma empresa (restauração) notou uma ligeira diferença no seu volume de vendas nos últimos 3 meses.

4 Você tem algum conhecimento das iniciativas de reabilitação urbana da Baixa do Porto? Foi beneficiado com algum tipo de iniciativa? Conhece a SRU – Porto Vivo? O que você acha do trabalho realizado pela SRU – Porto Vivo?

Todos os empresários inquiridos conhecem a SRU – Porto Vivo, porém a generalidade deles não sabe explicar qual o papel desta Sociedade de Reabilitação Urbana na Baixa do Porto. Nenhum dos estabelecimentos entrevistados foi beneficiado de qualquer tipo de medida/iniciativa da SRU – Porto Vivo. Porém os estabelecimentos de restauração dizem que o consumo alimentar dos funcionários que trabalham na SRU – Porto Vivo lhes ajuda indirectamente.

Duas empresas que conheciam mais a fundo o trabalho da SRU – Porto Vivo alegaram que se os mecanismos empregados pela SRU – Porto Vivo para trazer novos moradores para a Baixa do Porto tiverem sucesso, a longo prazo novos consumidores (moradores) iriam aparecer e as vendas tenderiam a melhorar. Uma empresa não soube dizer se já recebeu algum tipo de ajuda da SRU – Porto Vivo, pois o funcionário que respondeu ao inquérito trabalha há pouco tempo nessa empresa.

5 Você está satisfeito com o volume de vendas da sua empresa?

Sim 2

Não 5



Gráfico 8 Questão 5 do Inquérito aos comerciantes

Na questão 5, somente duas empresas afirmaram estarem satisfeitas com o volume de vendas actual, porém as duas, juntamente com as outras cinco que estão descontentes com o volume de vendas actual, afirmaram que muito tem de melhorar. Na categoria de restauração, as empresas afirmaram que as vendas podem melhorar quando começarem a vir novos moradores a habitar na Baixa do Porto. Já os comerciantes da categoria Papelaria, livrarias e tabacaria afirmaram que, além de novos moradores, novas empresas também devem vir para a Baixa do Porto, pois as empresas acabam sempre por consumir material de escritório nas proximidades. Uma das empresas da categoria Mobiliário e Decoração se mostrou profundamente descontente com o volume de vendas actual.

Das cinco empresas descontentes com o volume de vendas actual quatro se mostraram, na generalidade, muito preocupadas com a condição actual do comércio da zona em estudo, afirmando que diariamente há uma queda ligeira nas vendas, ou mesmo há dias que não há movimento algum.

6 Você acha que sua empresa perde ou ganha estando na Baixa do Porto? Porque?

Sim 7

Não 0

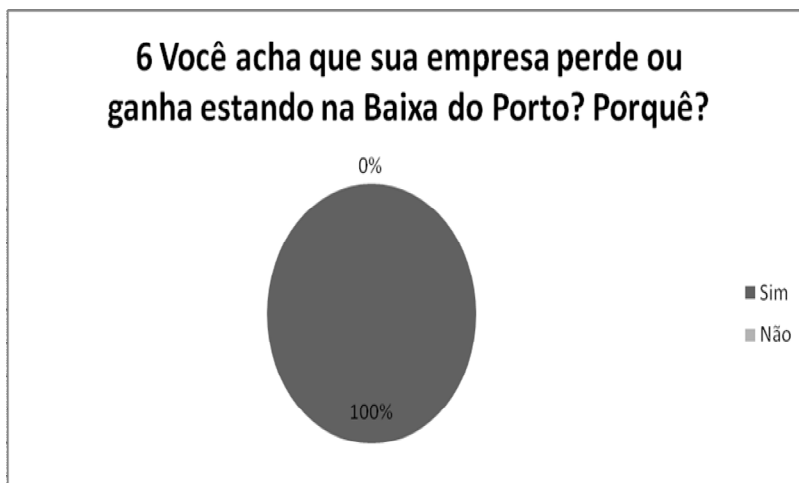


Gráfico 9 Questão 6 do Inquérito aos comerciantes

Todos os entrevistados afirmam que o facto de estarem instalados na Baixa do Porto é uma mais-valia, porém afirmam que de nada adianta a localização sem que haja pessoas a comprar.

Vale aqui ressaltar uma afirmação feita por um empresário que já está instalado no mesmo prédio e com a mesma empresa há mais de 60 anos, na categoria Papelaria, livrarias e tabacaria. Este senhor afirma que houve uma forte decadência do comércio local nos últimos 30 anos, e cita uma “cadeia de eventos” que levou à necessidade de sua empresa começar a buscar outros clientes fora da Baixa do Porto. Para ele, o principal factor que levou à queda do comércio local foi a saída da Alfândega, pois na envolvente da mesma existiam muitos armazéns que acabavam por consumir os produtos vendidos em sua empresa. A outra empresa entrevistada dessa categoria, fundada em 1829, chegou a ter 900 funcionários no auge do seu funcionamento, hoje tem somente 10 funcionários.

7 Sabe se algum de seus funcionários mora aqui na Baixa do Porto? Onde?

Sim 2

Não 5

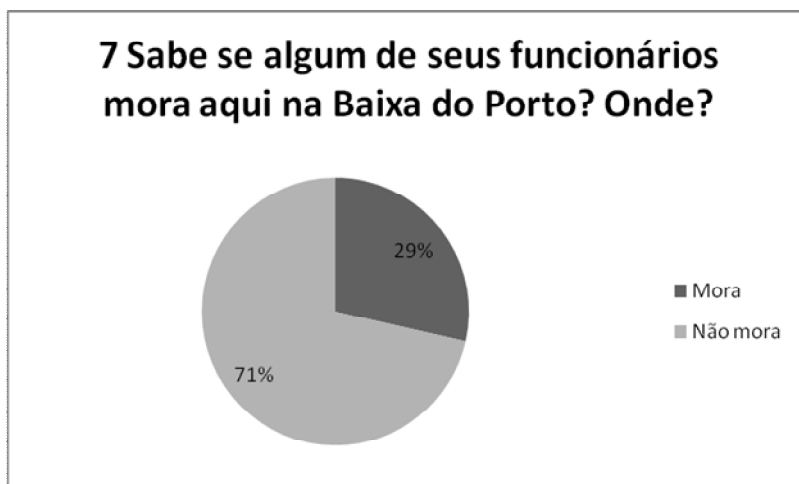


Gráfico 10 Questão 7 do Inquérito aos comerciantes

Das sete empresas entrevistadas, somente duas empregavam pessoas da zona, as demais empresas empregavam pessoas de diversas localidades da Área Metropolitana do Porto.

8 Sabe dizer como é distribuída suas vendas? Faça uma caracterização percentual dos seus clientes. Sabe se seus clientes trabalham ou vivem aqui na zona?

A clientela nos estabelecimentos varia em muito de acordo com a categoria que os mesmos se enquadram.

Na categoria restauração, a clientela é maioritariamente constituída por trabalhadores da zona, variando numa percentagem de 60 a 90% da clientela. Os residentes da zona representam de 10 a 30% da clientela, sendo a restante distribuída entre turistas e trabalhadores/residentes de outras zonas da Área Metropolitana do Porto.

Das actividades de restauração entrevistadas, duas afirmam que durante a semana o movimento de clientes é excelente e que ao fim de semana percebem como a falta de residentes faz-se sentir nas vendas. Um dos estabelecimentos entrevistados afirma que no sábado depois das 13 horas da tarde “a cidade morre”, pois os seus principais clientes foram embora (trabalhadores da zona) e os moradores são poucos.

Um dos restaurantes entrevistados afirma que, actualmente, 90% da sua clientela são os empregados de construção civil que trabalham nas obras de reabilitação promovidas pela SRU – Porto Vivo na zona em estudo, porém diz que se não fossem estes trabalhadores, o volume de vendas seria muito menor.

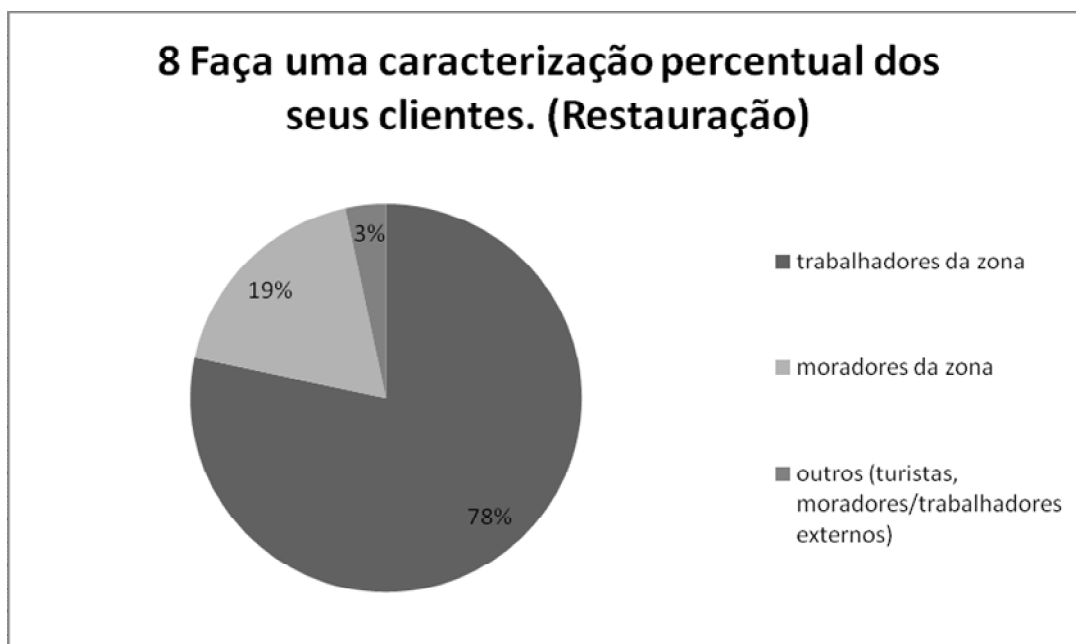


Gráfico 11 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes

Na categoria Papelaria, livrarias e tabacaria as empresas entrevistadas afirmam que a maioria dos seus clientes provém de outras zonas da Área Metropolitana do Porto, sendo sua clientela formada maioritariamente por empresas e também estudantes. Um dos entrevistados afirma que a clientela existente na Baixa do Porto é mínima e que, caso não fosse dono do prédio em que possui a empresa, teria mudado as instalações da empresa para outra zona do Porto, com o objectivo de ficar mais próximo de seus clientes.

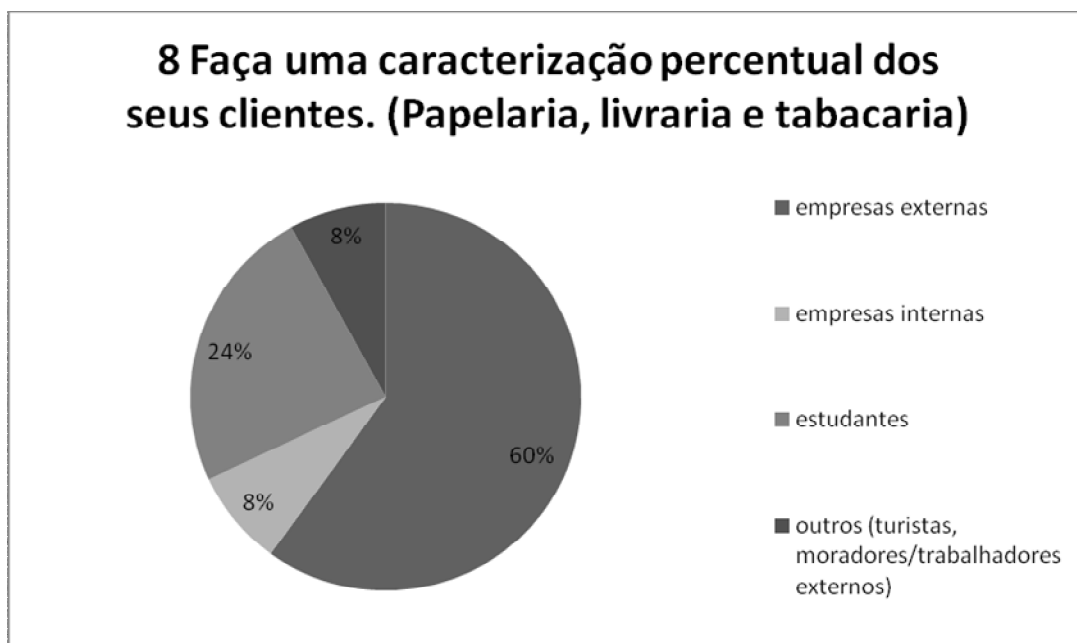


Gráfico 12 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes

Na categoria Mobiliário e Decoração as duas empresas caracterizaram a clientela como sendo composta por pessoas que não necessariamente vivem na Baixa do Porto e que as pessoas que querem fazer compras nestes estabelecimentos estão dispostas a se deslocar o quanto for preciso. Porém afirmam que o aumento de residentes iria com certeza contribuir para aumentar a clientela.

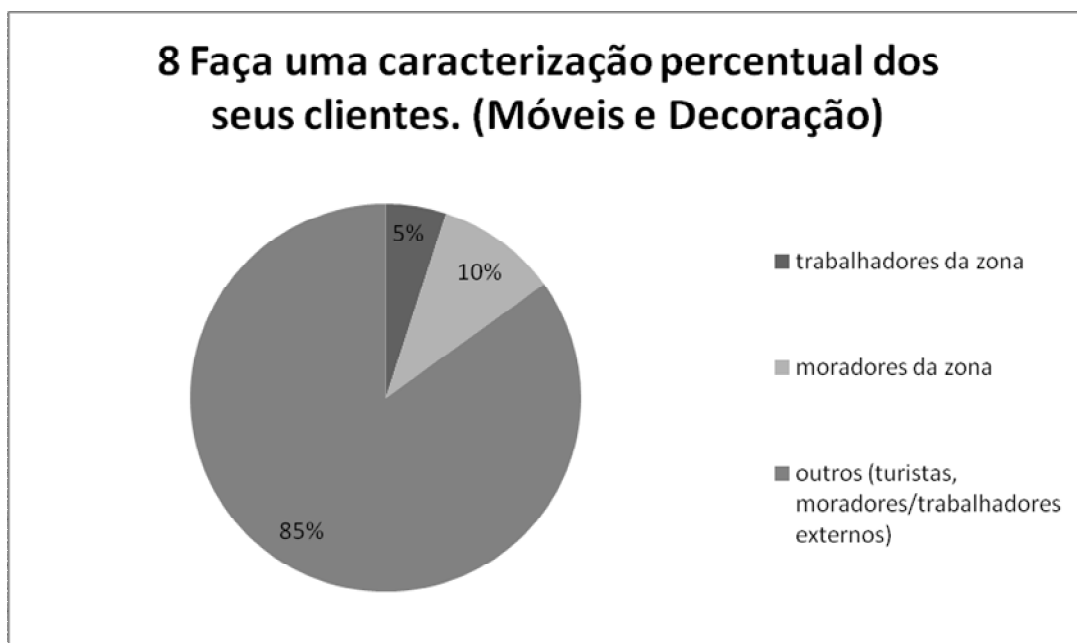


Gráfico 13 Questão 8 do Inquérito aos comerciantes

9 Onde faz compras para a empresa? Faz compras aqui na Baixa para si e para a empresa? Sabe se seus funcionários consomem na Baixa? Onde?

Na categoria Restauração duas empresas abastecem, maioritariamente, seus armazéns no comércio local, sendo que uma delas já chegou a comprar 80 a 90% de seus materiais na Baixa do Porto quando não possuía um armazém apropriado para o stock dos mesmos. A outra empresa compra seus produtos, maioritariamente, fora da Baixa do Porto.

Na categoria Papelaria, livrarias e tabacaria as empresas entrevistadas se abastecem através de seus fornecedores que entregam os produtos na empresa, porém nenhum destes fornecedores está na Baixa do Porto.

Na categoria Mobiliário e Decoração a lógica é semelhante, porém, neste caso, as empresas vão buscar os produtos em seus fornecedores localizados fora da Baixa do Porto.

A respeito dos funcionários, as empresas acreditam que o consumo dos mesmos na Baixa do Porto é muito ligeiro, pois como foi dito, são poucos os que moram na zona em estudo.

10 O que acha que falta na Baixa do Porto?

Todos os inqueridos afirmaram que o que mais falta na Baixa do Porto é pessoas a morar, acima de qualquer outra carência. Para suprir esta carência, além promover a reabilitação física do edificado, é preciso dotar a Baixa do Porto de estacionamento, incentivar os moradores a mudarem, pois segundo um dos entrevistados, “nenhuma família está disposta a morar num prédio de quatro andares sem elevador”.

Também foi dito que para atrair mais pessoas para viver na Baixa do Porto, é necessário dotar a zona de equipamentos, Loja do Cidadão por exemplo, de mais comércio, lojas âncora e uma grande superfície comercial, semelhante ao que acontece na rua de Santa Catarina.

A generalidade dos inqueridos afirma que foi irrisório o que já foi feito na Baixa do Porto no âmbito da reabilitação urbana, desde que a degradação urbana se iniciou.

Segundo os inqueridos é necessário promover uma “mistura” de usos e de pessoas na Baixa do Porto, como forma de auxiliar no processo de revitalização urbana, económica e social.

4.4.3.2. Inquéritos aos funcionários

Durante o mês de Maio de 2010 procedeu-se à realização de inquéritos junto aos funcionários da nova actividade em estudo. Foram feitos três inquéritos: um referente aos padrões de consumo alimentar, um segundo referente aos padrões de consumo não alimentar e um terceiro que colectou as opiniões sobre a mudança do local de trabalho e as impressões pessoais de cada um sobre a condição actual da Baixa do Porto. De um total de 25 colaboradores, 13 responderam aos inquéritos.

Inquérito aos hábitos de consumo alimentar:

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos alimentares?

Dos 13 colaboradores inqueridos, 8 responderam que não saem da empresa com o objectivo de comprar produtos alimentares e 5 responderam que costumam sair para o efeito.

Como poderá constatar-se ao longo das respostas do inquérito, a generalidade dos funcionários da nova actividade só saem à hora do almoço para consumir produtos alimentares.

2. Se sim, quantas vezes o faz por semana?

Os funcionários que consomem produtos alimentares na economia local o fazem de 2 a 3 vezes por semana. Os demais ou trazem esses produtos de casa ou não consomem esse tipo de produto durante o expediente de trabalho.

3. Se sim, a que estabelecimentos recorre para comprar os produtos e quanto gasta em média (caso saiba os nomes das empresas favor preencher)?

Os estabelecimentos mais procurados são as frutarias e as padarias. Gastam em média de 2,00 a 3,00€ e de 1,00 a 5,00€ respectivamente.

4. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

Como era de se esperar todos fazem as deslocações a pé.

5. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessa deslocação?

As distâncias percorridas são pequenas pois são feitas a pé e também porque as ruas da zona em estudo possuem inclinações diversas que acabam por diminuir a área de influência de consumo. Como pode-se ver na análise do impacte espacial feita anteriormente, os padrões de consumo estão muito ligados às condições do terreno, fazendo com que as pessoas não efectuem longas distâncias a pé por ruas muito inclinadas para suprir suas necessidades de consumo.

A distância máxima que as pessoas estão dispostas a fazer para o efeito varia de 100 a 1000 metros.

6. Em relação ao período de almoço a que local recorre e quanto gasta em média (caso saiba os nomes das empresas favor preencher)?

Das 13 pessoas entrevistadas, 5 vão sempre almoçar à casa e as demais variam entre restaurantes e cafés da zona. Os almoços variam de 5,00 a 8,00€

Os cafés e restaurantes mais citados correspondem aos que constam no relatório de despesa da aplicação informática.

7. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

Novamente todos que almoçam nos estabelecimentos de restauração da área de influência afirmaram fazer suas deslocações a pé.

8. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessa deslocação?

A distância máxima que os funcionários estão dispostos a fazer para almoçar varia de 150 a 1000 metros, porém nesse caso, pode-se perceber que há maior disposição por parte dos funcionários para percorrerem maiores distâncias.

Inquérito aos hábitos de consumo não alimentar:

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos/serviços diversos?

Das 13 pessoas inqueridas, somente 3 afirmaram consumir produtos/serviços diversos nas imediações da empresa.

2. Se sim, quantas vezes o faz por semana?

Em média saem de 1 a 2 vezes por semana com o objectivo de comprar produtos/serviços diversos.

3. A que estabelecimentos recorre para comprar os produtos/serviços, quais produtos/serviços compra e quanto gasta em média?

Os estabelecimentos mais procurados vendem produtos para casa e lotarias. O valor gasto varia em média de 2,00 a 5,00€

4. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessas deslocações?

A distância percorrida varria de 100 a 1000 metros. Como foi justificado no inquérito anterior as pessoas não se sentem muito atraídas em percorrer longas distâncias para fazer esse tipo de compras, em muito devido á topografia do sítio.

5. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

Todos afirmaram percorrer essas distâncias a pé.

Inquérito com as opiniões dos funcionários:

1 Idade: **Sexo:** F M

A generalidade dos inqueridos são jovens, têm idade entre os 20 e 30 anos. Foram inqueridos seis homens e sete mulheres.

2 Onde mora:

As moradas variam muito. Porém é certo afirmar que todos os inqueridos moram no Porto ou à Norte, principalmente nos concelhos de Matosinhos e Maia. Das 13 pessoas entrevistadas, 4 moram no concelho do Porto e uma mora relativamente próximo à Baixa do Porto. Mora na Praça da República.

3 Qual o meio de transporte utilizado para se deslocar à empresa:

Todos os entrevistados utilizam transporte público, principalmente metro, para ir ao trabalho e somente um vai a pé. Muitos fazem *Park & Ride* em alguma estação de metro mais periférica ou mesmo junto à antiga localização da empresa em Paranhos, zona com boa oferta de estacionamento.

4 Caso venha de carro: Onde estaciona? Quanto paga? Acha com facilidade lugar de estacionamento?

Das pessoas que afirmaram utilizar os transportes públicos, 3 delas afirmaram também que vão, raramente, de carro para o trabalho. Normalmente estacionam na rua, porém com muita dificuldade, ou no parque privado na Praça do Infante. Afirmam que é difícil encontrar estacionamento e que o estacionamento disponível é caro.

5 Quanto tempo demora para chegar ao trabalho? Quanto tempo demorava para chegar ao trabalho na antiga localização da empresa (Salgueiros)?

Quase todos os tempos de viagem aumentaram com a mudança do escritório da periferia para o Centro Histórico do Porto. Nove pessoas afirmaram que os tempos de viagem aumentaram, em muitos casos duplicaram ou até triplicaram, três pessoas afirmaram que os tempos de viagem permaneceram iguais e uma pessoa não respondeu.

Esse tipo de resposta já era de se esperar pois fazendo uma breve análise das moradas dos funcionários e das duas localizações, fica claro que a antiga localização favorecia os tempos de viagem de todos.

6 Gostou da mudança da empresa para a Rua Mouzinho da Silveira? Porquê?

Das treze pessoas entrevistadas, oito gostaram da mudança, três gostaram em parte e somente uma não gostou.

Os motivos mais citados para justificar positivamente a mudança foram as melhores condições de trabalho ou seja, melhores infra-estruturas para os colaboradores no escritório. E também muitos citaram pontos positivos diversos que no fundo têm todos a ver com a localização central que agora a empresa se encontra inserida. Dentre esses pontos positivos pode-se citar as melhores condições de acessibilidade, maior contacto com a população local, o sentimento de “estar na baixa”, uma maior integração com a cidade e seu dinamismo cultural.

Como pontos negativos a maior distância de casa foi o ponto mais citado. A única pessoa que se mostrou profundamente descontente com a mudança afirma que a Baixa do Porto carece ainda de muitas deficiências de mobilidade e acessibilidade, falta de segurança e salubridade e a inexistência de serviços e comércio não turístico.

7 O que acha desta iniciativa de mudança? Acha que outras empresas deveriam ter esta mesma atitude?

Somente uma pessoa achou ruim esse tipo de iniciativa de mudança e não recomenda que outras empresas venham a fazer o mesmo. As outras pessoas acreditam que outras empresas devam tomar a mesma atitude, porém esse tipo de decisão depende de cada uma.

8 Gosta de trabalhar na Baixa do Porto ou gostava mais de trabalhar no antigo escritório da empresa (Salgueiros)? Porquê?

Nove pessoas afirmaram que preferem trabalhar na Baixa do Porto, duas na antiga localização em Paranhos e uma se mostrou indecisa.

Essa questão vem muito de encontro ao que se pergunta na questão 6, portanto os pontos positivos citados são o melhor ambiente de trabalho encontrado no novo escritório, a proximidade ao comércio, serviços e às zonas nobres da cidade, a participação diária de uma zona urbana com mais vida e também uma forma de combater à desertificação que se vê na Baixa do Porto.

Como pontos negativos, novamente a questão de se estar mais longe de casa, a pior acessibilidade e mobilidade automóvel, poucos serviços e falta de salubridade e segurança.

Pode-se perceber que há opiniões contraditórias a respeito das condições de mobilidade e da oferta qualificada de comércio/serviços. Muitos reconhecem tais factores como uma mais-valia e outros reconhecem como um ponto negativo da localização do novo escritório.

9 Gostou do trabalho de reabilitação feito neste prédio? O que acha desta iniciativa?

Onze pessoas gostaram e acham positivo esse tipo de trabalho de reabilitação. Duas não responderam.

Entre as opiniões descritas, foi afirmado que toda a reabilitação é benéfica, tanto para quem habita como para quem passa na rua. Também foi citado que todos os esforços para reabilitar o património edificado são de louvar e fundamentais para trazer vida para a baixa da cidade. Também foi afirmado que as iniciativas concertadas de reabilitação de prédios urbanos são uma forma de se regenerar também a área envolvente dos mesmos.

10 Moraria na Baixa do Porto caso encontrasse uma casa / apartamento em boas condições? Porquê?

A questão referente à mudança dos funcionários obteve respostas muito divididas. Quatro entrevistados afirmaram que sim, morariam na Baixa caso encontrassem uma casa/apartamento em boas condições, quatro afirmaram que não o fariam, três pessoas afirmaram que talvez, pois são muitos os factores envolvidos nessa decisão, uma pessoa não soube responder e uma não respondeu.

Entre os pontos positivos que convidam às pessoas a morar nessa zona antiga da cidade, muitos afirmaram novamente a questão de se estar no centro, podendo se fazer muitas deslocações sem recurso ao transporte individual ou mesmo público.

Como pontos negativos foram novamente levantadas as questões referentes ao estado de degradação das casas, às condições de estacionamento, à falta de segurança, à pouca oferta de imobiliário de qualidade, à falta de mobilidade automóvel e também, muitos afirmaram preferir zonas mais sossegadas para viver.

11 O que acha que falta na Baixa do Porto?

Segundo os inqueridos, falta na Baixa do Porto um dinamismo cultural, artístico e criativo de modo geral. Faltam jovens a viver e a estar na cidade. Segundo um dos inqueridos o êxodo das faculdades para a periferia foi um dos piores factores que levaram à diminuição da presença de jovens na Baixa do Porto.

Há também falta de reabilitação e conservação dos espaços, estacionamento e acima de tudo, inclusive das empresas, faltam habitantes para prolongar a vivência das pessoas durante a maior parte do dia, inclusive a noite.

12 O que lhe atrai para a Baixa do Porto além do trabalho?

Apesar dos inqueridos afirmarem que há falta de actividades culturais e de lazer na Baixa do Porto, a generalidade dos mesmos afirma que o que os mais atrai para esse sítio são esses tipos de actividades. Muitos afirmam também que a oferta de actividades económicas diversas e por vezes muito específicas também é motivo para que as pessoas visitem a Baixa. O ambiente do centro histórico com o seu edificado singular, as ruas e também as vistas sobre a cidade e sobre o Rio Douro são também muito convidativos. Uma pessoa afirmou que somente se desloca à baixa da cidade para trabalhar.

13 O que mais gosta na Baixa do Porto e o que não gosta?

Essa questão vem de encontro às opiniões expressadas na questão anterior sobre o que as pessoas mais gostam dessa zona da cidade.

Porém há uma longa lista que compõe o que as pessoas não gostam. A insegurança, sujidade e falta de respeito pelo espaço público e a degradação física e social dessa zona da cidade são os principais factores que afastam as pessoas. Somado a esses factores acrescenta-se a falta de estacionamento, a presença de muitos carros e a má qualidade dos transportes públicos.

Vale aqui ter em atenção que as opiniões dos inqueridos a respeito da mobilidade na Baixa do Porto são muito discordantes. Enquanto muitos afirmam que os transportes públicos são ruins, outros já afirmam que são muito bons. Enquanto alguns defendem o melhoramento das condições de circulação automóvel na baixa, muitos defendem que deve-se diminuir os incentivos para esse meio de transporte.

14 Quais são os locais que mais frequenta na Baixa do Porto além do trabalho?

O local mais frequentado é a rua de Santa Catarina, depois a zona dos Clérigos, Aliados e Praça Carlos Alberto e também a Ribeira.

A rua de Santa Catarina possui uma oferta considerável de comércio, um centro comercial e uma loja âncora, e é pedonal. As outras zonas são preferidas pois têm uma oferta diversificada de bares, cafés e restaurantes, sendo essas zonas as mais frequentadas por jovens à noite.

15 Tem algum conhecimento das iniciativas de reabilitação urbana da Baixa do Porto?

Oito pessoas têm algum conhecimento das iniciativas de reabilitação urbana, principalmente as obras realizadas na Praça Carlos Alberto.

Quatro pessoas desconhecem as medidas e uma não respondeu.

16 Conhece a SRU – Porto Vivo? O que acha do trabalho realizado pela SRU – Porto Vivo?

Doze pessoas conhecem a SRU – Porto Vivo e uma não respondeu.

Duas pessoas desconhecem o trabalho realizado pela instituição e a generalidade dos que conhecem acham que o mesmo está sendo pouco acertivo ou mesmo insuficiente para conseguir reabitar a Baixa do Porto. Foi também afirmado que a componente social dos trabalhos da SRU – Porto Vivo continua a falhar e que o trabalho é demasiado dirigido para a criação de habitações para a classe média/alta que certamente não representa a maioria da população portuguesa.

Duas pessoas acreditam que o trabalho da SRU- Porto Vivo pode, a longo prazo, permitir a reabilitação de toda a Baixa do Porto.

17 O que acha destas iniciativas particulares de reabilitação (Reabilitação feita pelo proprietário, como no caso da sua empresa)?

Onze pessoas acham positivas estas iniciativas particulares de reabilitação. Uma pessoa acha negativa e outra não respondeu.

Dentre as opiniões levantadas pelos inqueridos, três pessoas disseram que é necessário mais incentivos para que se concretizem um maior número de iniciativas desse tipo.

Foi também afirmado que deixar a reabilitação da cidade assente na vontade de alguns proprietários não resolverá o problema do edificado degradado pois são poucas as pessoas/empresas com o capital necessário para investir (principalmente se não tiverem apoios) em projectos desta envergadura.

A pessoa que acha negativa esta iniciativa afirma que sem a resolução dos problemas centrais de acessibilidade, segurança e salubridade, essas iniciativas parecem infrutíferas.

18 De quem acha que é a responsabilidade da situação actual da Baixa do Porto?

A maioria dos entrevistados afirma que a responsabilidade da situação actual é principalmente culpa dos políticos, em especial da autarquia. Muitas ainda afirmam que a culpa é de todos os cidadãos, dos proprietários que não reabilitam os prédios, dos moradores e, também, dos bancos.

Dentre as opiniões colectadas, foi afirmado que a Lei das Rendas, a burocracia encontrada pelos interessados em alterar este quadro de abandono, a saída dos residentes, a procura do lucro pela autarquia ao invés de manter o foco no âmago do problema e, também, a falta de um plano nacional do ordenamento do território preocupado com a degradação e insalubridade dos espaços urbanos.

19 Faça uma avaliação global da mudança da empresa na Baixa do Porto.

Nove pessoas consideram que a mudança foi positiva, uma pessoa considera que foi negativa, duas consideram razoável e uma não respondeu.

Dentre as opiniões dos entrevistados, foi dito que a mudança é benéfica para a reabilitação da Baixa do Porto, que é benéfica para os comerciantes locais e que tal atitude melhorou a imagem externa da empresa.

Também foi afirmado que a falta de estacionamento pode prejudicar os clientes da empresa que, eventualmente, têm de vir ao escritório.

20 Que medidas acha que deveriam ser tomadas para atrair mais empresas e moradores para a Baixa do Porto?

As medidas propostas foram a diminuição dos preços do imobiliário, incentivos directos (subsídio, financiamentos a fundo perdido) e indirectos (benefícios fiscais) para os interessados em mudarem/trabalharem na Baixa do Porto.

Também foi citado a necessidade da valorização dos espaços públicos, mais policiamento, melhores condições de mobilidade e habitabilidade e por fim, a integração com a comunidade local.

4.4.3.3. Inquéritos ao consumo da nova actividade

No 02 de Junho de 2010 procedeu-se à realização de inquérito junto ao funcionário responsável por fazer as compras da empresa, com o objectivo de perceber qual o padrão de consumo da empresa na economia local.

Inquérito ao consumo da empresa

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos/serviços diversos para a empresa?

Sim, o funcionário faz compras na economia local para a empresa.

2. Se sim, quantas vezes o faz por mês?

As compras são feitas 3 ou mais vezes por mês.

3. A que estabelecimentos recorre para comprar os produtos/serviços, quais produtos/serviços compra e quanto gasta em média?

São comprados materiais de escritório nas empresas de Papelaria num valor que gira em torno de 10,00€ artigos de limpeza nos Supermercados num valor que gira em torno de 10,00€ e artigos diversos para a empresa em lojas de acessórios, também num valor de 10,00€

4. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessas deslocações?

A distância média varia de 200 a 500 metros.

5. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

As distâncias são todas percorridas a pé.

4.5. SÍNTESE CONCLUSIVA

De acordo com o que foi apresentado no capítulo 4, pode-se perceber que a situação actual do Centro Histórico do Porto é caracterizada por uma carência de habitantes e de dinamismo económico, que aliados aos demais problemas de degradação física e social acabam por configurar um quadro de degradação urbana. Portanto é preciso conjugar esforços, tanto públicos quanto privados, no sentido de reverter este panorama.

Pode-se também concluir que o impacte económico de uma nova actividade é pequeno e muito localizado espacialmente, sendo portanto necessário que mais empresas / moradores tomem este tipo de iniciativa para que haja efectivamente a revitalização económica da zona em questão.

A respeito dos inquéritos pode-se perceber que a generalidade dos funcionários da nova actividade consome principalmente produtos alimentares no centro histórico, sendo os demais produtos consumidos em outras zonas da Área Metropolitana do Porto. A respeito das opiniões dos mesmos, fica claro que a generalidade dos entrevistados aprovou a mudança da empresa para o centro histórico, apesar do mesmo ainda possuir algumas condicionantes que acabam por não convencer todos os funcionários a morar no Centro Histórico do Porto. A respeito do consumo feito pela empresa, pode-se constatar que são os materiais de escritório e limpeza os mais procurados na economia local.

As respostas dos comerciantes aos inquéritos mostram que a generalidade dos mesmos acredita que são necessários mais moradores no centro histórico, mais prédios reabilitados e também maior manutenção dos espaços públicos. A generalidade dos comerciantes afirma que não abastece seus stocks na economia local pois não há oferta para o efeito e também não emprega mão-de-obra local.

5

CONCLUSÕES

Diante do trabalho apresentado, as conclusões obtidas podem ser divididas em três grupos. Um primeiro grupo referente às conclusões obtidas com base nos resultados do estudo de caso, outro com base na metodologia escolhida e outro com base na literatura existente.

5.1. CONCLUSÕES REFERENTES AO IMPACTE DA NOVA ACTIVIDADE

Neste grupo de conclusões serão analisados os resultados do impacte económico e espacial da nova actividade, bem como as respostas dos inquéritos ao consumo dos funcionários e da empresa na economia local.

A principal conclusão que se pode tirar do estudo de caso é que o impacte económico do consumo gerado pela nova actividade e seus funcionários no Centro Histórico do Porto é mínimo, quase desprezível. Porém, como não foi a saída de uma actividade económica do centro histórico que levou à situação actual de degradação que hoje ele se encontra, não é a entrada de uma nova actividade que vai reverter esta situação.

Analisando as respostas dos inquéritos aos hábitos de consumo alimentar dos funcionários, a generalidade dos funcionários só consome produtos alimentares à hora do almoço, não recorrendo ao comércio tradicional para compra destes produtos durante o expediente. As deslocações são curtas e feitas a pé. Gasta-se 5,00 a 8,00 € normalmente para o almoço.

Analisando as respostas dos inquéritos aos hábitos de consumo não alimentar dos funcionários, a generalidade dos mesmos não consome este tipo de produtos / serviços. Os produtos /serviços consumidos variam entre 2,00 e 5,00 € e são comprados nas imediações da empresa. Novamente as deslocações são feitas a pé em pequenas distâncias.

Referente às respostas ao inquérito ao consumo da empresa, pode-se concluir que as compras são feitas também nas proximidades, 3 ou mais vezes por semana, e que giram em torno de 10,00 €. Os produtos mais comprados são materiais de escritório e artigos de limpeza. As distâncias percorridas são pequenas e efectuadas a pé.

Portanto, outra conclusão que pode-se tirar diz respeito à especificidade do impacte, muito direccionado quase que exclusivamente para o sector da restauração. Juntamente com a análise dos inquéritos respondidos pelos funcionários é fácil perceber que eles ainda continuam a fazer suas compras em outras zonas da cidade, perto do local de residência por exemplo, acabando por recorrer ao sector de restauração no Centro Histórico do Porto por questões de proximidade. Como é mais

cómodo para eles fazerem as demais compras em outras zonas da cidade, é também mais cómodo para os mesmos almoçarem próximo do trabalho.

A respeito do impacte espacial causado pela nova actividade, pode-se concluir que o consumo é de proximidade e feito maioritariamente a pé. Como pode-se constatar nas figuras apresentadas no capítulo 4, as empresas mais afectadas se concentram maioritariamente na Rua Mouzinho da Silveira, na proximidade da nova actividade. Como já foi anteriormente afirmado, as ruas do Centro Histórico do Porto possuem grandes pendentes que dificultam longos percursos a pé, é o caso da zona dos Clérigos, zona mais a Norte da área de influência. Outra conclusão que se pode chegar é que a envolvente urbana das actividades económicas afectam o consumo. A degradação urbana e do edificado onde estão inseridas tais actividades acabam por diminuir a atracção dos consumidores. É o caso das actividades encontradas no Morro da Sé, zona mais a Sul da área de influência. Esta zona é uma das mais degradadas do Centro Histórico do Porto, sendo pouca atractiva ao consumo. Porém deve-se ter em atenção que a oferta de produtos / serviços, tanto em quantidade quanto em diversidade, é muito maior nas Ruas Mouzinho da Silveira e das Flores, sendo assim mais atractivas ao consumo.

A partir da análise espacial dos padrões de consumo é fácil de justificar que o impacte é muito localizado. Como foi afirmado no capítulo 4, uma simulação, supondo que mais empresas com o mesmo perfil de consumo, ou semelhante, ocupassem uma parte dos vários prédios devolutos encontrados na área de estudo, seria imprecisa pois como o consumo é muito ligado às condições da envolvente, pendentes das ruas, estado de conservação e ocupação dos edifícios, é arriscado afirmar que novas empresas iriam consumir nas mesmas actividades que foram procuradas pelos funcionários da empresa em estudo.

Ou seja, afirmar que 50 empresas injectariam essa quantidade de receita na economia local multiplicada por 50 pode até ser verdade, porém nesse caso teria de se efectuar uma análise global, considerando o volume de negócios efectuado em toda a economia local, e não local, pois certamente as actividades mais procuradas seriam outras e o impacte espacial seria diferente, mais distribuído.

5.2. CONCLUSÕES REFERENTES À METODOLOGIA EMPREGADA

As conclusões referentes à metodologia definida para a elaboração do estudo de caso são várias. Vale aqui ressaltar que a metodologia é composta pelo método escolhido para o estudo do impacte económico e espacial, pelos inquéritos às actividades afectadas, aos funcionários e por último, pelo inquérito realizado ao consumo da empresa.

De acordo com a literatura levantada no capítulo 3, as metodologias mais comumente empregadas analisam os impactes de grandes (novas) injeções de capital na economia local de um determinado território, normalmente trazidas por universidades. Os modelos descritos nesse capítulo acabam sempre por necessitar de *inputs* que retratem a dinâmica económica local e que, como já foi dito, actualmente não existem para o caso em estudo. Este foi o motivo da criação de uma nova metodologia, com uma abordagem metodológica diferente, mais localizada.

Os pontos negativos da metodologia proposta concentram-se principalmente na impossibilidade de medir o efeito multiplicador e a geração de empregos trazido pelo consumo da nova actividade na economia local. O que poderia ser feito era a aplicação dessa mesma metodologia nos fornecedores e verificar quanto da receita gerada pela nova actividade era efectivamente re-consumido na economia local, de forma a tentar perceber o funcionamento de, pelo menos, o primeiro ciclo do efeito multiplicador. Porém essa solução se mostra impraticável no tempo disponível para o trabalho pois,

para se obter um resultado minimamente fiável, a metodologia teria de ser aplicada numa percentagem representativa das empresas mais afectadas, por exemplo, nas dez empresas mais afectadas.

Como foi afirmado anteriormente, a metodologia proposta age de forma local, verificando o consumo em cada estabelecimento afectado. Esse facto não desmerece o valor da metodologia, pelo contrário, pois dessa forma é possível verificar exactamente qual o impacte económico, inicial e não a longo prazo, da nova actividade na economia local, sem precisar recorrer a métodos mais complexos.

Dentre os cinco passos da metodologia para a medição do impacte económico, três foram cumpridos utilizando a aplicação informática desenvolvida pela própria empresa em estudo. Pode-se aqui questionar se foi boa decisão adoptar os dados desse software para cumprir os três primeiros pontos da metodologia. No primeiro passo, definição da área de influência, pode-se questionar a redução feita da mesma, alegando que tal decisão poderia deixar algumas actividades susceptíveis a serem procuradas pelos funcionários / nova actividade fora da área de influência efectiva. Porém, analisando os resultados do impacte espacial é fácil perceber que as actividades mais procuradas estão muito concentradas próximo da empresa, sendo, como já foi afirmado, um consumo de proximidade e feito de forma pedonal, em muito devido às grandes pendentes das ruas do Centro Histórico do Porto. Portanto, o consumo acaba por ser quase que exclusivamente concentrado nas Ruas Mouzinho da Silveira e Flores, numa área de influência ainda menor do que a determinada.

No segundo passo, determinação das actividades, acredita-se não existir grandes questionamentos a serem levantados, pois este trabalho é de simples execução. Já o terceiro passo, realização dos inquéritos, foi substituído pelo preenchimento diário, pelos funcionários e pelo responsável pelo consumo da empresa, da aplicação informática. Esse passo pode ser questionado caso algum dos funcionários tenha deixado de preencher correctamente suas despesas na aplicação informática, podendo se esquecer de preencher ou atribuir uma compra erradamente à uma actividade. Porém, acredita-se que todos os funcionários da empresa preencheram correctamente a aplicação informática, produzindo dessa forma uma base de dados fiável.

No quarto passo, determinação das actividades mais afectadas, é importante esclarecer que um estudo mais longo, com colectas de dados para um ano por exemplo, seria mais confiável, pois somente nos dois meses de Abril e Maio já é possível notar uma ligeira discrepância nas actividades mais procuradas e no volume de compras feitas pelos funcionários. Portanto, com um estudo mais longo, as actividades mais afectadas poderiam ser outras.

A fonte de dúvida que poderia surgir no quinto passo, determinação do impacte económico, refere-se à questão do IVA, Imposto sobre Valor Acrescentado, pois a adopção de uma taxa de IVA para cada categoria pode ser demasiada generalista, devido ao facto que numa mesma categoria podem existir produtos / serviços com taxas de IVA distintas. Para remediar este problema seria preciso, no ponto três, acrescentar mais um campo na aplicação informática onde o valor do IVA de cada compra pudesse ser escolhido.

A consulta à Base de Dados do Ministério da Justiça não apresenta grandes questionamentos, pois acredita-se que os dados disponibilizados pela mesma são verdadeiros.

Uma questão que é muito duvidosa no quinto passo é proceder à simples extrapolação da média dos dois meses analisados, Abril e Maio de 2010, para um ano, multiplicando-a por 11. Porém essa decisão deve de ser assim tomada para proceder à comparação com os dados do Ministério da Justiça, que são apresentados para um ano.

A respeito da metodologia empregada para a determinação do impacte espacial, acredita-se não existir grandes questionamentos à metodologia empregada, pois o trabalho se resumia simplesmente em

localizar as actividades reportadas pela aplicação informática numa base cartográfica da zona em estudo.

A respeito dos inquéritos, é essencial reconhecer que a quantidade de inquéritos realizados junto dos comerciantes do centro histórico é pequena e que, caso a amostra fosse aumentada, poderiam surgir novas respostas. Porém as opiniões aqui descritas são “senso comum” entre os comerciantes da Baixa do Porto e o aumento do número de inquéritos, acredita-se, só traria “mais do mesmo” para o estudo. Os inquéritos feitos com os funcionários foram respondidos por mais de 50% da equipa da empresa, apresentando opiniões que podem ser extrapoladas para todos os funcionários da empresa. O inquérito feito para o funcionário responsável pelo consumo da empresa não apresenta dúvidas quanto à sua metodologia.

5.3. CONCLUSÕES REFERENTES AO PAPEL DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Neste ponto serão analisadas as respostas dos inquéritos feitos com os comerciantes e com os funcionários, bem como uma análise baseada na literatura existente a respeito do papel das actividades económicas nos centros históricos em processo de revitalização urbana.

As conclusões que podem ser obtidas analisando as respostas das actividades económicas existentes no centro histórico são várias mas estão fundamentalmente ligadas à necessidade de trazer clientes para estas empresas, pois é isso que lhes falta. Para o efeito é preciso, é claro, aumentar o número de empresas a trabalharem na zona e, principalmente, aumentar o número de residentes da zona. A generalidade dos comerciantes acredita que o centro histórico pode voltar a ser competitivo face à Área Metropolitana do Porto, devendo ser direccionados mais esforços, tanto públicos quanto privados para revitalizar esta zona antiga da cidade do Porto.

Os comerciantes entrevistados acabam por, semelhante à nova actividade, empregar pouco ou mesmo não empregar mão-de-obra local. Como afirmado por Porter (1995) os recursos humanos encontrados em zonas degradadas por muitas vezes carecem das habilitações literárias necessárias para tornarem-se atractivos pelos gestores na decisão da contratação.

A respeito da clientela pode-se concluir que a mesma é composta de forma muito diversificada de acordo com a categoria da actividade. No sector de restauração a clientela é maioritariamente composta por trabalhadores da zona, portanto com a instalação de novas empresas a mesma tende a aumentar. Essa afirmação também é válida para o sector de Papelaria, Livraria e Tabacaria, pois a clientela predominante é composta por empresas. E no sector de Móveis e Decoração, apesar de a clientela ser composta maioritariamente por pessoas externas, as respostas mostram que com a atracção de uma classe de moradores diversificada, com gostos e estilos de vida diferentes, as vendas podem melhorar, visto que muitos dos produtos vendidos pelas empresas deste sector são normalmente procurados por pessoas com gostos muito específicos.

Na pergunta nº 9 do inquérito aos comerciantes é possível verificar que são poucas as empresas e seus respectivos funcionários que consomem na zona em estudo. Aqui pode-se fazer uma ligação às analogias desenvolvidas por NEF (2002) sobre o balde furado e o guarda-chuva x funil. Como não há fornecedores para suprir as necessidades dessas empresas, as mesmas acabam por ter de ir procurar fora da economia local os produtos necessários para suprir seus stocks. Tal facto é muito semelhante ao balde furado, onde uma nova injeção de receita foi feita pela nova actividade em estudo mas boa parte dessa receita, não se sabe quanto, acabou por ser gasta fora da economia local. Ao invés do dinheiro efectivamente entrar e permanecer na economia local por mais tempo (funil) ele em grande parte só entrou e logo saiu (guarda-chuva) sem sequer gerar o 1º ciclo do efeito multiplicador.

Portanto, repetindo o que foi afirmado por Dixon (2005), a saída (fuga) do dinheiro que entra na economia local acaba por inibir o desenvolvimento de um “ciclo virtuoso de consumo”. Ao invés de somente se focar na necessidade de trazer mais dinheiro para a economia local é preciso fortalecer as ligações dentro da mesma.

A respeito dos inquéritos com as opiniões dos funcionários pode-se concluir que a generalidade dos entrevistados se mostra satisfeito com a mudança da empresa para a Rua Mouzinho da Silveira.

Como afirmado por Porter (1995) uma das desvantagens das zonas degradadas é a segurança. Tal factor foi muitas vezes levantado pelos funcionários, um factor que influencia de forma predominante a decisão de mudança dos funcionários na zona. Seguindo neste ponto, a questão relativa à mudança gerou respostas bem divididas. A nova actividade em estudo pode ser enquadrada como sendo uma actividade criativa, segundo Musterd (2009), pois desenvolve serviços de consultoria em gestão e pesquisas de mercado. Como foi afirmado no capítulo 2, a classe criativa acaba por ser atraída pelas especificidades dos centros históricos, porém, devido à situação actual de degradação, já discutida neste trabalho, da zona em estudo, muitos dos inquiridos não se mostraram dispostos a residir na Baixa do Porto.

Como foi muitas vezes abordado nos inquéritos respondidos pelos funcionários, a instalação da empresa e a reabilitação e reocupação do prédio na Rua Mouzinho da Silveira, causa um impacte que é difícil de ser representado em números. Com o movimento, entra e sai, trazido pela empresa as pessoas que passam na envolvente do mesmo acabam por se sentir mais seguras, um sentimento que não é encontrado quando se passa próximo de um prédio / quarteirão devoluto. Também a excelente reabilitação física efectuada no prédio, o “melhor aspecto” do mesmo, é também uma mais-valia para o centro histórico que deve ser repetida.

Portanto, ao invés de se colocar o foco no impacte económico positivo causado pela nova actividade que, apesar de pequeno, é uma mais-valia que não deve ser desconsiderada, outros impactes podem ser abordados.

BIBLIOGRAFIA

- Armstrong, H. (1993). *The Local Income and Employment Impact of Lancaster University*. Urban Studies, 1993, 1653 - 1668, Carfax Publishing Company, Londres.
- Boston Consulting Group (BCG) and Initiative for the Competitive Inner City (ICIC) (1998). *The Business Case for Pursuing Retail Opportunities in the Inner City*. http://imaps.indygov.org/ed_portal/studies/bcg_inner_city_retail.pdf. 20/06/2010.
- Cabral, J., Rato, B. (2003). Urban development for competitiveness and cohesion: The Expo 98 urban Project in Lisbon. In *The Globalized City - Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*, 210-228, Oxford University Press, Oxford.
- Câmara Municipal do Porto. (2008). *A Base Económica do Porto e o Emprego*. http://www.cm-porto.pt/users/0/56/ABaseEconmicadoPortoeoEmprego_b4d6c4051396fe075aa063a27bc0b605.pdf. 02/04/2010.
- Collinge, C., Musterd, S. (2009). *Deepening Social Divisions and the Discourse of Knowledge and Creativity across the Cities of Europe*. Built Environment, 2009, 281 - 285, Alexandrine Press, Marcham.
- Decreto Regulamentar nº 11/2000 de 24 de Agosto. <http://www.portovivosru.pt/pdfs/ACRRU.zip>. 07/06/2010.
- Decreto Regulamentar nº 14/94 de 17 de Junho. <http://www.portovivosru.pt/pdfs/ACRRU.zip>. 07/06/2010.
- Decreto Regulamentar nº 54/85, de 12 de Agosto. <http://www.portovivosru.pt/pdfs/ACRRU.zip>. 07/06/2010.
- Decreto-Lei 104/2004, de 7 de Maio. <http://www.portovivosru.pt/pdfs/107A00.pdf>. 07/05/2010.
- Dixon, T. (1997). *The Role of Retailing in Urban Regeneration*. Local Economy, Mai/2005, 168-182, Routledge, Londres.
- DPP - MAOT. (2009). *Sistema de Matrizes Input-Output para Portugal, 2005, com desagregação do sector do gás natural*. http://www.dpp.pt/pages/files/Matrizes_2005GN.pdf. 10/03/2010.
- Evans, G. (2009). *Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy*. Urban Studies, Mai/2009, 1003-1040, Sage Publications, Londres.
- FEUP. (2008). *Avaliação do Impacte Global da 1ª Fase do Projecto do Metro Do Porto*. <http://www.metroporto.pt/document/827457/886116.pdf>. 10/03/2010.
- Fundação Serralves. (2008). *Estudo Macroeconómico – Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. <http://www.serralves.pt/fotos/editor2/PDFs/N%20Criativo%20Relatorio%20Final.pdf>. 20/06/2010.
- Harris, R. (1997). *The Impact of the University of Portsmouth on the Local Economy*. Urban Studies, 1997, 605 - 626, Carfax Publishing Company, Londres.
- Harrison, B., Glasmeier, A. (1997). *Response: why business alone won't redevelop the inner city: a friendly critique of Michael Porter's approach to urban revitalization*. Economic Development Quarterly, Feb/1997, 28-41, Sage Publications, Londres.

Henriques, E. (2006). *O Centro Histórico de Dublin (Irlanda). E A Experiência de Reabilitação de Temple Bar*. Finisterra, 2006, 47-62, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa.

Initiative for the Competitive Inner City (ICIC) and Small Business Service (SBS) (2002). *City Growth Strategy – A NEW Agenda for Business-led Urban Regeneration*. <http://www.icic.org/atf/cf/{C81898B2-76E9-4A18-B838-A3F65C9F06B9}/03-JanCityGrowthStrategiesUK-Jan03.pdf>. 20/06/2010.

Januzzi, D., Razente, N. (2007). *Intervenções Urbanas em Áreas Deterioradas*. Semina: Ciências Sociais e Humanas, Dez/2007, 147-154, Universidade Estadual de Londrina, Londrina.

Milão, S. (2006). *A “Cidade Criativa” e os modelos de regeneração urbana - Para uma análise crítica das Sociedades de Reabilitação Urbana*. Dissertação de Mestrado em Reabilitação do Património Edificado, FEUP.

Moura, D., et al. (2006). *A Revitalização Urbana – Contributos para a Definição de um Conceito Operativo*. Cidades, Comunidades e Territórios, Dez/2006, 15-34, Centro de Estudos Territoriais - ISCTE, Lisboa.

Musterd, S., Gritsai, O. (2009). *Creative and Knowledge Cities: Development Paths and Policies from a European Perspective*. Built Environment, 2009, 173 - 188, Alexandrine Press, Marcham.

New Economic Foundation. (2002). *Plugging the Leaks - Making the most of every pound that enters your local economy*. http://neweconomics.org/sites/neweconomics.org/files/Plugging_the_Leaks.pdf. 20/06/2010.

Observatório do QREN. (2004). *A Avaliação do Desenvolvimento Socioeconómico, MANUAL TÉCNICO II: Métodos e Técnicas - A Análise da Informação: Análise Input-Output*. <http://www.observatorio.pt/download.php?id=211>. 02/04/2010.

Oliveira, C., Pau-Preto, F. (2009). *A Base Económica do Centro Histórico do Porto*. http://www.cm-porto.pt/users/0/56/CH_DI_BERT_531fd1bb37aa9b2b722c319b4daecb8d.pdf. 02/04/2010.

Pereira, C. (2008). *ESTRATÉGIAS DE REGENERAÇÃO URBANA - O posicionamento do novo modelo de acção da Baixa do Porto*. Dissertação de Mestrado em Planeamento, FEUP.

Porter, M. (1995). *The Competitive Advantage of the Inner City*. Harvard Business Review, Mai-Jun/1995, 55-71, Harvard Business School, Cambridge.

Ryan, G., Malgieri, P. (1992). *Economic Impact Studies in Community Colleges: The Short Cut Method*. <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED469387.pdf>. 10/03/2010.

Social Exclusion Unit. (2000). *National Strategy for Neighbourhood Renewal: a framework for consultation*. http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/cabinetoffice/social_exclusion_task_force/assets/publications_1997_to_2006/ns_consultation.pdf. 20/06/2010.

SRU – Porto Vivo. (2007). *Documento Estratégico – Unidade de Intervenção Quarteirão 14008 (Porto Vivo)*. <http://www.portovivosru.pt/pdfs/DEPortoVivo.pdf>. 05/04/2010.

SRU – Porto Vivo. (2008). *Centro Histórico do Porto Património Mundial Plano De Gestão – Volume I*. http://www.portovivosru.pt/pdfs/planoges_HPPM_v1.pdf. 05/04/2010.

Stokes, K., Coomes, P. (1998). *The local economic impact of Higher Education: An overview of methods and practices*. AIR Professional File, 1998, 1 - 16, Association for Institutional Research.

Vale, M., Dias, R. (2002). *Desinvestimento Industrial e as Regiões Portuguesas. Reflexos das Mudanças no Espaço Económico Internacional*. Finisterra, 2002, 73-100, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa.

Vázquez, I. (2006). *A Reabilitação do Património Edificado no Contexto da Regeneração Urbana*. 2º Seminário – A Intervenção no Património, Práticas de Conservação e Reabilitação, 2006, Porto, 3-14, Costa, A. et al, Porto.

Vázquez, I., et al. (2004). *Estudo Estratégico para o enquadramento de Intervenções de Reabilitação Urbana na Baixa do Porto*. FEUP, Porto.

Vázquez, I., et al. (2010). *The role of urban amenities in attracting creativity: Lessons from Oporto city-centre*. CITTA 3rd Annual Conference on Planning Research – Bringing city form back to planning, 14/05/2010, Porto, CITTA - FEUP, Porto.

Wilson, J., Raymond, R. (1973). *The economic impact of a university upon the local community*. The Annals of Regional Science, Dez/1973, 130 - 142, Springer Berlin / Heidelberg.

<http://www.edu-impact.com/>. 10/06/2010.

http://en.wikipedia.org/wiki/Urban_renewal. 20/06/2010.

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Poznan_Poland.jpg. 20/06/2010.

http://www.flickr.com/photos/dusi_bbg/114674419/sizes/o/. 20/06/2010.

http://www.templebar.ie/docs/urban_regeneration.pdf. 22/06/2010.

http://planocerda.blogspot.com/2007/05/o-plano-cerd-nova-barcelona-proposta_29.html. 20/06/2010.

<http://www.pobasa.es>. 20/06/2010.

<http://www.22barcelona.com/>. 20/06/2010.

<http://www.addict.pt/>. 23/06/2010.

<http://www.portovivosru.pt/>. 20/06/2010.

<http://www.ine.com/>. 10/06/2010.

<http://www.ccdr-n.com/>. 10/06/2010.

<http://www.apor.pt/>. 10/06/2010.

http://www.portugalglobal.pt/PT/InvestirPortugal/GuiadoInvestidor/SistemaFiscal/Paginas/Quaissaos_texasdoIVA.aspx. 04/06/2010.

ANEXOS

A1: INQUÉRITO AOS HÁBITOS DE CONSUMO ALIMENTAR (FUNCIONÁRIOS)

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos alimentares?
2. Se sim, quantas vezes o faz por semana?
3. Se sim, a que estabelecimentos recorre para comprar os produtos e quanto gasta em média (caso saiba os nomes das empresas favor preencher)?
4. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?
5. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessa deslocação?
6. Em relação ao período de almoço a que local recorre e quanto gasta em média (caso saiba os nomes das empresas favor preencher)?
7. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?
8. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessa deslocação?

A2: INQUÉRITO AOS HÁBITOS DE CONSUMO DIVERSO NÃO ALIMENTAR (FUNCIONÁRIOS)

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos/serviços diversos?
2. Se sim, quantas vezes o faz por semana?
3. A que estabelecimentos recorre para comprar os produtos/serviços, quais produtos/serviços compra e quanto gasta em média?
4. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessas deslocações?
5. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

A3: INQUÉRITO COM AS OPINIÕES DOS FUNCIONÁRIOS

- 1 Idade: Sexo: F M
- 2 Onde mora:
- 3 Qual o meio de transporte utilizado para se deslocar à empresa:
- 4 Caso venha de carro: Onde estaciona? Quanto paga? Acha com facilidade lugar de estacionamento?
- 5 Quanto tempo demora para chegar ao trabalho? Quanto tempo demorava para chegar ao trabalho na antiga localização da empresa (Salgueiros)?
- 6 Gostou da mudança da empresa para a Rua Mouzinho da Silveira? Porquê?
- 7 O que acha desta iniciativa de mudança? Acha que outras empresas deveriam ter esta mesma atitude?
- 8 Gosta de trabalhar na Baixa do Porto ou gostava mais de trabalhar no antigo escritório da empresa (Salgueiros)? Porquê?
- 9 Gostou do trabalho de reabilitação feito neste prédio? O que acha desta iniciativa?
- 10 Moraria na Baixa do Porto caso encontrasse uma casa / apartamento em boas condições? Porquê?
- 11 O que acha que falta na Baixa do Porto?
- 12 O que lhe atrai para a Baixa do Porto além do trabalho?
- 13 O que mais gosta na Baixa do Porto e o que não gosta?
- 14 Quais são os locais que mais frequenta na Baixa do Porto além do trabalho?
- 15 Tem algum conhecimento das iniciativas de reabilitação urbana da Baixa do Porto?
- 16 Conhece a SRU – Porto Vivo? O que acha do trabalho realizado pela SRU – Porto Vivo?
- 17 O que acha destas iniciativas particulares de reabilitação (Reabilitação feita pelo proprietário, como no caso da sua empresa)?
- 18 De quem acha que é a responsabilidade da situação actual da Baixa do Porto?
- 19 Faça uma avaliação global da mudança da empresa na Baixa do Porto.
- 20 Que medidas acha que deveriam ser tomadas para atrair mais empresas e moradores para a Baixa do Porto?

A4: INQUÉRITO AO CONSUMO DA NOVA ACTIVIDADE

1. Costuma sair da empresa com o objectivo de comprar produtos/serviços diversos para a empresa?
2. Se sim, quantas vezes o faz por mês?
3. A que estabelecimentos recorre para comprar os produtos/serviços, quais produtos/serviços compra e quanto gasta em média?
4. Que distância máxima efectua ou está disposta/o a efectuar nessas deslocações?
5. Que meio de transporte utiliza nessa deslocação?

A5: INQUÉRITO PARA OS COMERCIANTES LOCAIS

1 Nome da empresa e categoria:

Nome:

Categoria:

2 Tomou conhecimento da instalação de uma nova empresa na Rua Mouzinho da Silveira?

Sim

Não

3 Sentiu alguma melhoria nas vendas dos últimos 3 meses (devido a esses novos clientes)?

Sim

Não

4 Você tem algum conhecimento das iniciativas de reabilitação urbana da Baixa do Porto? Foi beneficiado com algum tipo de iniciativa? Conhece a SRU – Porto Vivo? O que você acha do trabalho realizado pela SRU – Porto Vivo?

5 Você está satisfeito com o volume de vendas da sua empresa?

Sim

Não

6 Você acha que sua empresa perde ou ganha estando na Baixa do Porto? Porque?

Sim

Não

7 Sabe se algum de seus funcionários mora aqui na Baixa do Porto? Onde?

Sim

Não

8 Sabe dizer como é distribuída suas vendas? Faça uma caracterização percentual dos seus clientes. Sabe se seus clientes trabalham ou vivem aqui na zona?

9 Onde faz compras para a empresa? Faz compras aqui na Baixa para si e para a empresa? Sabe se seus funcionários consomem na Baixa? Onde?

10 O que acha que falta na Baixa do Porto?

A6: RELATÓRIO DAS DESPESAS EFECTUADAS NOS MESES DE ABRIL E MAIO DE 2010 PELOS FUNCIONÁRIOS E PELA NOVA ACTIVIDADE NA ECONOMIA LOCAL

Categoria	Empresa	Rua	€ Abril	€ Maio	Total	Média
Restauração	A	Rua Mouzinho da Silveira	248,30 €	41,90 €	290,20 €	145,10 €
Restauração	B	Rua de Afonso Martins Alho	101,70 €	119,80 €	221,50 €	110,75 €
Restauração	C	Rua dos Caldeiros	65,65 €	94,60 €	160,25 €	80,13 €
Restauração	D	Rua de Afonso Martins Alho	53,40 €	57,15 €	110,55 €	55,28 €
Restauração	E	Rua Mouzinho da Silveira	37,05 €	59,00 €	96,05 €	48,03 €
Restauração	F	Rua Mouzinho da Silveira	30,00 €	30,00 €	60,00 €	30,00 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	G	Largo de São Domingos	46,10 €	- €	46,10 €	23,05 €
Mobiliário e Decoração	H	Rua Mouzinho da Silveira	40,00 €	- €	40,00 €	20,00 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	I	Rua Mouzinho da Silveira	34,50 €	0,50 €	35,00 €	17,50 €
Mobiliário e Decoração	J	Rua Mouzinho da Silveira	- €	35,00 €	35,00 €	17,50 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	K	Rua Mouzinho da Silveira	12,00 €	20,00 €	32,00 €	16,00 €
Mobiliário e Decoração	L	Rua Mouzinho da Silveira	30,00 €	- €	30,00 €	15,00 €
Lojas de conveniência	M	Rua Mouzinho da Silveira	1,25 €	26,85 €	28,10 €	14,05 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	N	Rua Mouzinho da Silveira	24,84 €	- €	24,84 €	12,42 €
Restauração	O	Rua dos Caldeiros	- €	22,70 €	22,70 €	11,35 €
Moda e Acessórios	P	Rua de Trás	- €	16,00 €	16,00 €	8,00 €
Moda e Acessórios	Q	Largo de São Domingos	- €	15,00 €	15,00 €	7,50 €
Moda e Acessórios	R	Rua das Flores	14,20 €	- €	14,20 €	7,10 €
Saúde	S	Praça da Liberdade	13,00 €	- €	13,00 €	6,50 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	T	Rua Mouzinho da Silveira	4,50 €	8,05 €	12,55 €	6,28 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	U	Largo dos Lóios	5,73 €	6,33 €	12,06 €	6,03 €
Saúde	V	Rua das Flores	10,84 €	- €	10,84 €	5,42 €
Outros	W	Rua das Flores	- €	10,00 €	10,00 €	5,00 €
Restauração	X	Praça de Almeida Garrett	8,95 €	- €	8,95 €	4,48 €
Lojas de conveniência	Y	Rua Mouzinho da Silveira	4,50 €	4,00 €	8,50 €	4,25 €
Restauração	Z	Rua das Flores	8,00 €	- €	8,00 €	4,00 €

Restauração	AA	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni	- €	7,00 €	7,00 €	3,50 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	AB	Rua Mouzinho da Silveira	6,50 €	- €	6,50 €	3,25 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	AC	Largo dos Lóios	2,89 €	3,47 €	6,36 €	3,18 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	AD	Travessa de São Sebastião	5,43 €	- €	5,43 €	2,72 €
Restauração	AE	Largo de São Domingos	- €	5,40 €	5,40 €	2,70 €
Moda e Acessórios	AF	Rua das Flores	- €	5,00 €	5,00 €	2,50 €
Saúde	AG	Rua dos Caldeireiros	4,05 €	- €	4,05 €	2,03 €
Hiper/supermercado e produtos alimentares	AH	Travessa de São Sebastião	3,09 €	- €	3,09 €	1,55 €
Moda e Acessórios	AI	Rua das Flores	- €	2,00 €	2,00 €	1,00 €
Papelaria, livrarias e tabacaria	AJ	Largo dos Lóios	1,35 €	- €	1,35 €	0,68 €
Restauração	AK	Rua das Flores	1,30 €	- €	1,30 €	0,65 €
Restauração	AL	Rua de Afonso Martins Alho	1,00 €	- €	1,00 €	0,50 €
Total:			820,12 €	589,75 €	1.409,87 €	704,94 €

A7: LISTA DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EXISTENTES NA ÁREA DE INFLUÊNCIA

	Categoria	Empresa	Rua
1	Hiper/supermercado e produtos alimentares	N	Rua Mouzinho da Silveira
2	Hiper/supermercado e produtos alimentares	T	Rua Mouzinho da Silveira
3	Hiper/supermercado e produtos alimentares	U	Largo dos Lóios
4	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AC	Largo dos Lóios
5	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AD	Travessa de São Sebastião
6	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AH	Travessa de São Sebastião
7	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AO	Campo dos Mártires da Pátria
8	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AP	Largo de São Domingos
9	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AS	Rua Afonso Martins Alho
10	Hiper/supermercado e produtos alimentares	AY	Rua das Flores
11	Hiper/supermercado e produtos alimentares	BD	Rua das Flores
12	Hiper/supermercado e produtos alimentares	BG	Rua de Trás
13	Hiper/supermercado e produtos alimentares	BO	Rua dos Caldeireiros
14	Hiper/supermercado e produtos alimentares	BX	Campo dos Mártires da Pátria
15	Hiper/supermercado e produtos alimentares	BZ	Campo dos Mártires da Pátria
16	Hiper/supermercado e produtos alimentares	CN	Largo de São Domingos
17	Hiper/supermercado e produtos alimentares	DW	Rua Afonso Martins Alho
18	Hiper/supermercado e produtos alimentares	EH	Rua da Assunção
19	Hiper/supermercado e produtos alimentares	EJ	Rua da Assunção
20	Hiper/supermercado e produtos alimentares	EO	Rua das Flores
21	Hiper/supermercado e produtos alimentares	EU	Rua das Flores
22	Hiper/supermercado e produtos alimentares	FW	Rua de Trás
23	Hiper/supermercado e produtos alimentares	FY	Rua de Trás
24	Hiper/supermercado e produtos alimentares	GV	Rua dos Caldeireiros
25	Hiper/supermercado e produtos alimentares	HW	Rua dos Clérigos
26	Hiper/supermercado e produtos alimentares	HX	Rua dos Clérigos
27	Hiper/supermercado e produtos alimentares	HY	Rua dos Clérigos
28	Hiper/supermercado e produtos alimentares	ID	Rua Estreita dos Lóios
29	Hotelaria	GA	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
30	Lazer, cultura e bem-estar	AJ	Largo dos Lóios
31	Lazer, cultura e bem-estar	AN	Campo dos Mártires da Pátria
32	Lazer, cultura e bem-estar	AQ	Largo dos Lóios
33	Lazer, cultura e bem-estar	AU	Rua da Assunção
34	Lazer, cultura e bem-estar	AZ	Rua das Flores
35	Lazer, cultura e bem-estar	BS	Rua Mouzinho da Silveira
36	Lazer, cultura e bem-estar	CD	Campo dos Mártires da Pátria
37	Lazer, cultura e bem-estar	CT	Largo dos Lóios
38	Lazer, cultura e bem-estar	CU	Largo dos Lóios
39	Lazer, cultura e bem-estar	DB	Largo dos Lóios
40	Lazer, cultura e bem-estar	DC	Largo dos Lóios
41	Lazer, cultura e bem-estar	EG	Rua da Assunção

42	Lazer, cultura e bem-estar	EQ	Rua das Flores
43	Lazer, cultura e bem-estar	ES	Rua das Flores
44	Lazer, cultura e bem-estar	FD	Rua das Flores
45	Lazer, cultura e bem-estar	FH	Rua das Flores
46	Lazer, cultura e bem-estar	GB	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
47	Lazer, cultura e bem-estar	GC	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
48	Lazer, cultura e bem-estar	GS	Rua dos Caldeireiros
49	Lazer, cultura e bem-estar	IH	Rua Mouzinho da Silveira
50	Lazer, cultura e bem-estar	IQ	Rua Mouzinho da Silveira
51	Lazer, cultura e bem-estar	JE	Rua Mouzinho da Silveira
52	Lazer, cultura e bem-estar	JG	Rua Mouzinho da Silveira
53	Lazer, cultura e bem-estar	JI	Rua Mouzinho da Silveira
54	Lojas de conveniência	M	Rua Mouzinho da Silveira
55	Lojas de conveniência	Y	Rua Mouzinho da Silveira
56	Lojas de conveniência	AR	Praça Almeida Garrett
57	Lojas de conveniência	AT	Rua da Assunção
58	Lojas de conveniência	AV	Rua da Assunção
59	Lojas de conveniência	BC	Rua das Flores
60	Lojas de conveniência	BH	Rua dos Caldeireiros
61	Lojas de conveniência	BK	Rua dos Caldeireiros
62	Lojas de conveniência	BR	Rua Mouzinho da Silveira
63	Lojas de conveniência	BT	Rua Mouzinho da Silveira
64	Lojas de conveniência	BY	Campo dos Mártires da Pátria
65	Lojas de conveniência	CI	Largo de São Domingos
66	Lojas de conveniência	CJ	Largo de São Domingos
67	Lojas de conveniência	CQ	Largo dos Lóios
68	Lojas de conveniência	DA	Largo dos Lóios
69	Lojas de conveniência	DK	Praça Almeida Garrett
70	Lojas de conveniência	DM	Praça Almeida Garrett
71	Lojas de conveniência	DQ	Praça Almeida Garrett
72	Lojas de conveniência	DR	Praça Almeida Garrett
73	Lojas de conveniência	EI	Rua da Assunção
74	Lojas de conveniência	FB	Rua das Flores
75	Lojas de conveniência	FZ	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
76	Lojas de conveniência	GI	Rua dos Caldeireiros
77	Lojas de conveniência	GJ	Rua dos Caldeireiros
78	Lojas de conveniência	GM	Rua dos Caldeireiros
79	Lojas de conveniência	GR	Rua dos Caldeireiros
80	Lojas de conveniência	HQ	Rua dos Clérigos
81	Lojas de conveniência	IJ	Rua Mouzinho da Silveira
82	Lojas de conveniência	IM	Rua Mouzinho da Silveira
83	Lojas de conveniência	IN	Rua Mouzinho da Silveira
84	Lojas de conveniência	IX	Rua Mouzinho da Silveira

85	Lojas de conveniência	JF	Rua Mouzinho da Silveira
86	Lojas de conveniência	JO	Rua Trindade Coelho
87	Mobiliário e Decoração	H	Rua Mouzinho da Silveira
88	Mobiliário e Decoração	J	Rua Mouzinho da Silveira
89	Mobiliário e Decoração	L	Rua Mouzinho da Silveira
90	Mobiliário e Decoração	BA	Rua das Flores
91	Mobiliário e Decoração	BE	Rua das Flores
92	Mobiliário e Decoração	BV	Travessa do Ferraz
93	Mobiliário e Decoração	BW	Campo dos Mártires da Pátria
94	Mobiliário e Decoração	CX	Largo dos Lóios
95	Mobiliário e Decoração	EF	Rua da Assunção
96	Mobiliário e Decoração	EK	Rua das Flores
97	Mobiliário e Decoração	EN	Rua das Flores
98	Mobiliário e Decoração	EY	Rua das Flores
99	Mobiliário e Decoração	FN	Rua das Flores
100	Mobiliário e Decoração	FT	Rua das Flores
101	Mobiliário e Decoração	GW	Rua dos Caldeireiros
102	Mobiliário e Decoração	HP	Rua dos Clérigos
103	Mobiliário e Decoração	HR	Rua dos Clérigos
104	Mobiliário e Decoração	HZ	Rua dos Clérigos
105	Mobiliário e Decoração	II	Rua Mouzinho da Silveira
106	Mobiliário e Decoração	IP	Rua Mouzinho da Silveira
107	Mobiliário e Decoração	IR	Rua Mouzinho da Silveira
108	Mobiliário e Decoração	IU	Rua Mouzinho da Silveira
109	Mobiliário e Decoração	IZ	Rua Mouzinho da Silveira
110	Mobiliário e Decoração	JB	Rua Mouzinho da Silveira
111	Moda e Acessórios	P	Rua de Trás
112	Moda e Acessórios	Q	Largo de São Domingos
113	Moda e Acessórios	R	Rua das Flores
114	Moda e Acessórios	AF	Rua das Flores
115	Moda e Acessórios	AI	Rua das Flores
116	Moda e Acessórios	AW	Rua da Assunção
117	Moda e Acessórios	AX	Rua da Assunção
118	Moda e Acessórios	BB	Rua das Flores
119	Moda e Acessórios	BI	Rua dos Caldeireiros
120	Moda e Acessórios	BM	Rua dos Caldeireiros
121	Moda e Acessórios	BP	Rua dos Clérigos
122	Moda e Acessórios	BU	Rua Trindade Coelho
123	Moda e Acessórios	CR	Largo dos Lóios
124	Moda e Acessórios	CS	Largo dos Lóios
125	Moda e Acessórios	CY	Largo dos Lóios
126	Moda e Acessórios	CZ	Largo dos Lóios
127	Moda e Acessórios	DD	Largo dos Lóios

128	Moda e Acessórios	DE	Largo dos Lóios
129	Moda e Acessórios	DG	Largo dos Lóios
130	Moda e Acessórios	DH	Largo dos Lóios
131	Moda e Acessórios	DJ	Praça Almeida Garrett
132	Moda e Acessórios	DL	Praça Almeida Garrett
133	Moda e Acessórios	DP	Praça Almeida Garrett
134	Moda e Acessórios	DT	Praça da Liberdade
135	Moda e Acessórios	DV	Praça da Liberdade
136	Moda e Acessórios	DX	Rua da Assunção
137	Moda e Acessórios	DY	Rua da Assunção
138	Moda e Acessórios	DZ	Rua da Assunção
139	Moda e Acessórios	EC	Rua da Assunção
140	Moda e Acessórios	EE	Rua da Assunção
141	Moda e Acessórios	EP	Rua das Flores
142	Moda e Acessórios	EV	Rua das Flores
143	Moda e Acessórios	EW	Rua das Flores
144	Moda e Acessórios	EX	Rua das Flores
145	Moda e Acessórios	FA	Rua das Flores
146	Moda e Acessórios	FC	Rua das Flores
147	Moda e Acessórios	FF	Rua das Flores
148	Moda e Acessórios	FI	Rua das Flores
149	Moda e Acessórios	FO	Rua das Flores
150	Moda e Acessórios	FP	Rua das Flores
151	Moda e Acessórios	FV	Rua das Flores
152	Moda e Acessórios	GD	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
153	Moda e Acessórios	GH	Rua dos Caldeireiros
154	Moda e Acessórios	GQ	Rua dos Caldeireiros
155	Moda e Acessórios	HE	Rua dos Clérigos
156	Moda e Acessórios	HF	Rua dos Clérigos
157	Moda e Acessórios	HH	Rua dos Clérigos
158	Moda e Acessórios	HI	Rua dos Clérigos
159	Moda e Acessórios	HJ	Rua dos Clérigos
160	Moda e Acessórios	HK	Rua dos Clérigos
161	Moda e Acessórios	HM	Rua dos Clérigos
162	Moda e Acessórios	HN	Rua dos Clérigos
163	Moda e Acessórios	HO	Rua dos Clérigos
164	Moda e Acessórios	HS	Rua dos Clérigos
165	Moda e Acessórios	HT	Rua dos Clérigos
166	Moda e Acessórios	HU	Rua dos Clérigos
167	Moda e Acessórios	HV	Rua dos Clérigos
168	Moda e Acessórios	IA	Rua dos Clérigos
169	Moda e Acessórios	IC	Rua dos Clérigos
170	Moda e Acessórios	IG	Rua Mouzinho da Silveira

171	Moda e Acessórios	IO	Rua Mouzinho da Silveira
172	Moda e Acessórios	IS	Rua Mouzinho da Silveira
173	Moda e Acessórios	IW	Rua Mouzinho da Silveira
174	Moda e Acessórios	IY	Rua Mouzinho da Silveira
175	Moda e Acessórios	JA	Rua Mouzinho da Silveira
176	Moda e Acessórios	JC	Rua Mouzinho da Silveira
177	Moda e Acessórios	JD	Rua Mouzinho da Silveira
178	Moda e Acessórios	JH	Rua Mouzinho da Silveira
179	Moda e Acessórios	JL	Rua Trindade Coelho
180	Moda e Acessórios	JM	Rua Trindade Coelho
181	Moda e Acessórios	JN	Rua Trindade Coelho
182	Moda e Acessórios	JP	Rua Trindade Coelho
183	Ourivesaria, relojoaria e óptica	BL	Rua dos Caldeireiros
184	Ourivesaria, relojoaria e óptica	EA	Rua da Assunção
185	Ourivesaria, relojoaria e óptica	EB	Rua da Assunção
186	Ourivesaria, relojoaria e óptica	ET	Rua das Flores
187	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FE	Rua das Flores
188	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FJ	Rua das Flores
189	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FK	Rua das Flores
190	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FL	Rua das Flores
191	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FM	Rua das Flores
192	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FR	Rua das Flores
193	Ourivesaria, relojoaria e óptica	FS	Rua das Flores
194	Ourivesaria, relojoaria e óptica	HC	Rua dos Clérigos
195	Ourivesaria, relojoaria e óptica	HD	Rua dos Clérigos
196	Ourivesaria, relojoaria e óptica	JK	Rua Trindade Coelho
197	Outros	W	Rua das Flores
198	Outros	CH	Campo dos Mártires da Pátria
199	Outros	DF	Largo dos Lóios
200	Outros	DI	Largo dos Lóios
201	Outros	DO	Praça Almeida Garrett
202	Outros	ER	Rua das Flores
203	Outros	FQ	Rua das Flores
204	Outros	GT	Rua dos Caldeireiros
205	Outros	GX	Rua dos Caldeireiros
206	Outros	GZ	Rua dos Caldeireiros
207	Outros	HB	Rua dos Clérigos
208	Outros	IE	Rua Mouzinho da Silveira
209	Outros	IL	Rua Mouzinho da Silveira
210	Outros	IT	Rua Mouzinho da Silveira
211	Outros	IV	Rua Mouzinho da Silveira
212	Papelaria, livrarias e tabacaria	G	Largo de São Domingos
213	Papelaria, livrarias e tabacaria	I	Rua Mouzinho da Silveira

214	Papelaria, livrarias e tabacaria	K	Rua Mouzinho da Silveira
215	Papelaria, livrarias e tabacaria	AB	Rua Mouzinho da Silveira
216	Papelaria, livrarias e tabacaria	AM	Campo dos Mártires da Pátria
217	Papelaria, livrarias e tabacaria	DN	Praça Almeida Garrett
218	Papelaria, livrarias e tabacaria	DS	Praça Almeida Garrett
219	Papelaria, livrarias e tabacaria	DU	Praça da Liberdade
220	Papelaria, livrarias e tabacaria	EL	Rua das Flores
221	Papelaria, livrarias e tabacaria	EM	Rua das Flores
222	Papelaria, livrarias e tabacaria	EZ	Rua das Flores
223	Papelaria, livrarias e tabacaria	HA	Rua dos Clérigos
224	Papelaria, livrarias e tabacaria	HG	Rua dos Clérigos
225	Restauração	A	Rua Mouzinho da Silveira
226	Restauração	B	Rua Afonso Martins Alho
227	Restauração	C	Rua dos Caldeireiros
228	Restauração	D	Rua Afonso Martins Alho
229	Restauração	E	Rua Mouzinho da Silveira
230	Restauração	F	Rua Mouzinho da Silveira
231	Restauração	O	Rua dos Caldeireiros
232	Restauração	X	Praça Almeida Garrett
233	Restauração	Z	Rua das Flores
234	Restauração	AA	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
235	Restauração	AE	Largo de São Domingos
236	Restauração	AK	Rua das Flores
237	Restauração	AL	Rua Afonso Martins Alho
238	Restauração	BF	Rua de Trás
239	Restauração	BJ	Rua dos Caldeireiros
240	Restauração	BN	Rua dos Caldeireiros
241	Restauração	BQ	Rua dos Clérigos
242	Restauração	CB	Campo dos Mártires da Pátria
243	Restauração	CC	Campo dos Mártires da Pátria
244	Restauração	CE	Campo dos Mártires da Pátria
245	Restauração	CF	Campo dos Mártires da Pátria
246	Restauração	CL	Largo de São Domingos
247	Restauração	CM	Largo de São Domingos
248	Restauração	ED	Rua da Assunção
249	Restauração	FG	Rua das Flores
250	Restauração	FU	Rua das Flores
251	Restauração	FX	Rua de Trás
252	Restauração	GF	Rua do Ferraz
253	Restauração	GG	Rua dos Caldeireiros
254	Restauração	GK	Rua dos Caldeireiros
255	Restauração	GL	Rua dos Caldeireiros
256	Restauração	GO	Rua dos Caldeireiros

257	Restauração	GP	Rua dos Caldeireiros
258	Restauração	GY	Rua dos Caldeireiros
259	Restauração	IF	Rua Mouzinho da Silveira
260	Restauração	JQ	Travessa do Ferraz
261	Saúde	S	Praça da Liberdade
262	Saúde	V	Rua das Flores
263	Saúde	AG	Rua dos Caldeireiros
264	Saúde	CA	Campo dos Mártires da Pátria
265	Saúde	CG	Campo dos Mártires da Pátria
266	Saúde	CK	Largo de São Domingos
267	Saúde	CO	Largo de São Domingos
268	Saúde	CP	Largo de São Domingos
269	Saúde	CV	Largo dos Lóios
270	Saúde	CW	Largo dos Lóios
271	Saúde	GE	Rua do Arquitecto Nicolau Nazoni
272	Saúde	GN	Rua dos Caldeireiros
273	Saúde	GU	Rua dos Caldeireiros
274	Saúde	HL	Rua dos Clérigos
275	Saúde	IB	Rua dos Clérigos
276	Saúde	IK	Rua Mouzinho da Silveira
277	Saúde	JJ	Rua Trindade Coelho

