



CCP

CONFEDERAÇÃO
DO COMÉRCIO E SERVIÇOS
PORTUGAL

"As Mudanças e os Desafios com que os Espaços Urbanos se Confrontam no Pós-Covid"

DOCUMENTO DO OBSERVATÓRIO "SERVIÇOS,
COMPETITIVIDADE URBANA E COESÃO TERRITORIAL"



I. Enquadramento*

O Observatório “Serviços, Competitividade Urbana e Coesão Territorial” tem como missão, inscrita no seu documento de enquadramento, produzir uma **leitura dinâmica** da evolução dos territórios urbanos, acompanhando as transformações que neles vão tendo lugar e, em particular, as que dizem respeito aos serviços, cujo contributo matricial no desenvolvimento urbano constitui um ponto de partida para o Observatório.

No momento presente, importa, dado o seu impacto, refletir sobre as mudanças resultantes das medidas de contenção COVID-19 na vida das nossas cidades e vilas, diferenciando o que são aspetos reversíveis com o pós-COVID-19 do que foram mudanças que o período epidémico acelerou ou introduziu de novo e que irão perdurar no tempo. São estas últimas que nos importa reter e avaliar. São mudanças, chamemos-lhes **estruturantes**, que colocam novos desafios aos territórios urbanos e que requerem a adoção de novas “políticas de cidade”.

O objetivo concreto deste documento é identificar de forma sucinta, e, naturalmente, a carecer de análises e estudos mais aprofundados, quer as referidas mudanças, quer os desafios colocados pelas mesmas, esboçando como objetivo final as orientações de política que daí resultam, numa tripla perspetiva: **reanimação do espaço urbano; qualidade de vida dos seus residentes; e competitividade e coesão dos territórios.**

Embora sem nunca perder de vista o carácter integrado das políticas – seja na relação das dimensões local, regional e nacional, seja nas diferentes áreas temáticas envolvidas, que vão, nomeadamente, do ambiente à mobilidade, passando pela organização do espaço urbano – um destaque especial é conferido à procura/oferta de bens e serviços e ao papel da mesma na atração e retenção de pessoas e de investimentos. Falamos de serviços públicos e de serviços privados, procurando abordá-los, não como escolhas de políticas alternativas, mas como sendo complementares e inseríveis, em si mesmos, em adequadas políticas públicas de planeamento urbano.

É ainda propósito do Observatório que este documento possa vir a ter sequência na realização de trabalhos futuros a serem concretizados, em especial, no âmbito do PT2030. Quer, como referimos, pela realização de estudos mais aprofundados, baseados, sempre que possível, em experiências concretas promovidas ou a promover localmente, quer a realização de **ações-piloto**, que permitam testar e avaliar no terreno o mérito e o impacto real das políticas esboçadas, combinando, nessas ações, a dimensão e o alcance nacional que se pretende dar às políticas e que o próprio âmbito do Observatório implica, atentas as particularidades e as diferentes tipologias urbanas existentes.

* O documento teve como relator José Félix Ribeiro, tendo integrado o grupo de trabalho que lhe deu origem

II. As cidades e as transformações estruturais em curso

As cidades defrontam-se em Portugal, já hoje e nas próximas décadas, com um conjunto de DESAFIOS que resultam da interação entre Cinco Transformações em curso (demográfica; padrão de morbilidade e novos riscos epidémicos; produtividade e perfis ocupacionais; ambiental e climática; e organização funcional do espaço), e que têm um forte impacto no sector do comércio e dos serviços.

Transformações essas que são também oportunidades, muitos delas preexistentes ao choque epidemiológico da COVID-19, mas que não tinham sido devidamente avaliadas na dimensão que estão a ter ou vão ter num futuro próximo. Analisemos cada uma delas:

A. Transformação Demográfica

Envolve duas componentes principais:

a) O envelhecimento da população em geral e da população ativa, acompanhado pela redução do peso demográfico dos jovens, processos que atingem as economias à escala mundial. Esta Transformação atinge as cidades por várias vias, entre elas, e a título de exemplo:

- Pela exigência crescente de os serviços de proximidade, em várias áreas funcionais (saúde, serviços pessoais, comércio de retalho etc.), apoiarem camadas da população com menor autonomia e mobilidade ou mesmo com grande dependência geral, muitas delas vivendo fora de agregados familiares e em situações de solidão angustiante;
- Pela necessidade de o mercado imobiliário proporcionar uma diversidade de soluções diferenciadas conforme o estrato etário da população (dos jovens aos idosos) e que tenham em conta o ciclo de vida das famílias, com as suas diferentes fases em termos de necessidades de espaço residencial e de propensão à poupança;
- Pela maior disponibilidade da população jovem para absorver, integrar e empregar-se em atividades que explorem as oportunidades tecnológicas que se abrem e que demoram frequentemente mais tempo a serem utilizadas pelos mais velhos.

b) A consolidação de dois tipos de fluxos populacionais vindos do exterior do País:

- Um fluxo populacional em crescimento, com origem e destino nos países desenvolvidos e emergentes, em que se incluem os teletrabalhadores da "economia digital", os criativos, os estudantes do ensino superior e os seniores que podem encontrar em Portugal - nomeadamente nalgumas das suas cidades - condições de residência, seja a tempo integral ou

parcial a custo favorável, num contexto em que as cidades oferecem conectividade internacional física e digital, diversidade de competências, dinâmica cultural e artística, segurança de pessoas e bens, boa cobertura de serviços de saúde de qualidade, oferta diversificada de serviços pessoais, qualidade ambiental e oferta variada de amenidades e vivências nas comunidades locais, que, no seu conjunto, geram **modos de vida atrativos** para quem as escolha para viver.

- Um fluxo populacional de trabalhadores com origem em países em desenvolvimento de vários continentes que encontram em Portugal oportunidades de trabalho que favoreçam a sua integração e a das suas famílias a médio/longo prazo ou que apenas possam facilitar o seu acesso posterior a outros Estados Membros da União Europeia.

B. Transformação do padrão de morbilidade e novos riscos epidémicos

A mudança no padrão de morbilidade deverá envolver uma maior incidência de doenças crónicas em multi morbilidade e uma maior expressão de doenças oncológicas, imunológicas e doenças incapacitantes - em parte associadas ao envelhecimento, mas também, e muito, devido ao impacto dos estilos de vida.

E tudo isto, num contexto em que se pode antecipar que venham a surgir novas epidemias originadas em regiões de forte crescimento demográfico e com urbanização caótica e uma estreita interligação desta urbanização com espaços naturais onde vivem animais que podem ser origem e/ou difusores desses novos vírus, aumentando o risco de zoonoses.

Esta transformação vai traduzir-se numa forte procura de serviços de saúde, exigindo uma articulação entre cuidados primários de saúde e cuidados hospitalares e de especialidade - públicos e privados - enraizados na rede de cidades do País.

C. Transformação da produtividade e dos perfis ocupacionais

Uma pequena economia aberta como Portugal tem de atribuir um papel fundamental ao modo como aproveita a dinâmica da globalização, nos seus fluxos comerciais, tecnológicos, de investimento e de movimento de pessoas, para alavancar o seu crescimento, que de forma alguma pode ficar limitado ao seu mercado interno.

Ora, nas próximas décadas Portugal vai contar com muito menos população jovem e em idade ativa para poder alcançar níveis satisfatórios de crescimento. Para crescer têm, pois, que se

verificar ganhos substanciais de produtividade nas atividades com maior potencial de crescimento. Se o que acontecer for a predominância de atividades que combinem baixas produtividades e baixos salários, o crescimento português continuará a ser anémico e pouco atrativo para imigrantes. Tanto mais que o que acontece em Portugal em termos demográficos não é muito diferente do que acontece em países europeus mais desenvolvidos, que, podendo oferecer melhores salários, irão ser mais atrativos para muitos trabalhadores portugueses mais qualificados.

Ou seja, sem uma nova dinâmica económica, tecnológica e social a evolução demográfica tornar-se-á uma fonte de problemas de difícil solução. Ora, são as cidades que vão estar no centro dessa nova dinâmica, pelos polos de conhecimento que disponham, pela inovação empresarial que nelas floresça, pela atração que consigam exercer sobre investimentos, talentos e novos residentes vindos do exterior.

As cidades - e não apenas as empresas - devem, pois, ser vistas como **âncoras da internacionalização da economia portuguesa.**

D. Transformação ambiental/climático

Transformação que atinge em profundidade as cidades, e que está na origem de parte significativa das emissões de gases com efeito de estufa a nível planetário, da acumulação de resíduos e lixo de vária natureza e do forte consumo de materiais intensivos em energia na sua produção. Nas cidades este choque ambiental/climático coloca-se a dois níveis:

a) Adaptação às Alterações Climáticas

Em que se destacam:

- A importância da gestão dos recursos hídricos que abastecem as cidades, com especial atenção para a gestão dos aquíferos subterrâneos, encarados como reservas estratégicas do País, reduzindo o seu papel em funções de alimentação de zonas intensamente irrigadas, que deverão utilizar outras fontes de irrigação, devendo ser ponderada igualmente a adaptação das culturas e práticas agrícolas às alterações climáticas antecipáveis.
- A importância crucial da gestão do ciclo urbano da água e dos seus efluentes, no sentido de reduzir a intensidade dos consumos por via da gestão inteligente desse consumo e pelo recurso à reutilização de efluentes em funções urbanas adaptadas.
- Uma maior presença de espaços verdes e de arborização no interior das cidades, por forma a melhor gerir o impacto de aumentos de temperatura, acompanhada por uma abordagem inovadora na prevenção e no combate às inundações, que se intensificaram com as chuvas torrenciais mais frequentes devido às alterações climáticas, caminhando para aplicar de forma mais frequente o objetivo de criar "cidades esponja".

- Uma prioridade à gestão das zonas costeiras e estuarinas densamente povoadas, no sentido de conceber e construir defesas contra a subida do nível das águas, de reposicionar equipamentos e infraestruturas de base e de instalar infraestruturas de captação e armazenagem de água das chuvas.

b) Mitigação das Alterações Climáticas

Esta componente envolve uma variedade de orientações, das quais se podem destacar alguns exemplos, que serão completados na alínea seguinte sobre as oportunidades da mutação tecnológica em curso:

- A possibilidade de reduzir drasticamente as necessidades de mobilidade, pela utilização intensiva das comunicações e da internet dando prioridade à conectividade digital, pode ser acompanhada pelo descongestionamento das cidades ao substituir a utilização do automóvel familiar - muito intensivo em espaço utilizável *per capita* - por modelos de negócio de mobilidade com prestadores privados que utilizem veículos elétricos e semiautónomos para 2 pessoas, conectados digitalmente com os utilizadores individuais. Esta mudança para a "mobilidade como serviço" exige uma muito maior utilização de plataformas digitais utilizadas no acesso simultâneo a diversos tipos de transporte.
- A possibilidade de descentralização da produção de eletricidade e calor, reduzindo o recurso a redes centralizadas vulneráveis a ciberataques combinando a armazenagem de eletricidade obtida a partir de energias renováveis situadas fora dos perímetros urbanos com a utilização das redes de gás natural/hidrogénio para alimentar unidades de produção de eletricidade por células de combustível, descentralização que tornará possível valorizar a organização do espaço urbano em "quarteirões", o que foi marcante em décadas anteriores.

E. Transformação na Organização Funcional do Espaço

O processo de urbanização vai experimentar uma mudança significativa resultante, antes de mais, das transformações demográficas, mas também do choque tecnológico e ocupacional em curso. Assim, e a título de exemplo:

- a)** A expansão das áreas suburbanas, concretizada nas últimas cinco décadas, sobretudo nas duas Áreas Metropolitanas de Lisboa e Porto, vai ser reduzida, ao mesmo tempo que surge a necessidade de equipar esses espaços, sobretudo residenciais, com uma rede de serviços exigidos por uma população envelhecida e, em muitos casos, mais isolada em termos familiares e com menor mobilidade.
- b)** A emergência do ciberespaço vai colocar em novos termos a prestação desses serviços, que podem passar a ser desempenhados, pelo menos a nível organizativo central, por entidades que não estejam na proximidade dos utilizadores, mas tenham modelos de negócio e parcerias que facilitem uma relação direta e individual com eles.

c) A digitalização do funcionamento das cidades e de serviços básicos, como na saúde e na educação, constituirá, para algumas delas, uma oportunidade de criar polos de competência tecnológica e empresarial presentes nos mercados externos, **podendo tornar-se num atrator de teletrabalhadores do ciberespaço.**

d) Os centros de algumas cidades, com o seu património histórico acumulado, com a qualidade dos serviços pessoais e das atividades culturais que contribuem para o seu capital simbólico, continuarão a ser polos de atração turística, procurando envolver nessa atratividade outros territórios das suas regiões.

III. Os desafios com que se defrontam as cidades e as oportunidades que se podem abrir com a mutação tecnológica em curso

Os desafios que se colocam às cidades portuguesas no médio/longo prazo, em consequência destes **Desafios**, encontram na mutação tecnológica em curso elementos que facilitam a busca de respostas concretas. De forma muito sintética, destacamos as seguintes componentes dessa mutação tecnológica, a acrescentar às que já foram referidas a propósito da mitigação das alterações climáticas:

- a) As oportunidades abertas pela evolução das Telecomunicações - com uma oferta integrada de telefone, TV e internet, operando em redes 5G - que passam a constituir uma infraestrutura central das cidades que, através do ciberespaço, permite:
 - reorganizar serviços fundamentais para os cidadãos por forma a tornar muito mais rápida e integrada a sua oferta, ligando em tempo real objetos fornecedores de dados - situados em diferentes localizações - e intervenientes em diversas fases ou funções que caracterizam cada um desses serviços;
 - conectar os cidadãos individualmente com o mundo e, assim, podendo passar a aceder a múltiplos serviços que, anteriormente, eram monopólios de proximidade e agora passam a poder ser também fornecidos - através da sua rede de fornecedores - pelos operadores digitais globais, da escolha dos utilizadores.
- b) A possibilidade de generalizar o uso do espaço aéreo metropolitano para movimentar cargas e passageiros, com recurso a drones e a novo tipo de veículos aéreos não tripulados utilizáveis no transporta de passageiros. Permitindo, no primeiro caso, fornecer novos meios à micrologística metropolitana de abastecimento residencial;
- c) As cidades poderão passar a ter muito mais atividades de produção descentralizada e próxima dos clientes do que atualmente, se se concretizarem as expectativas quanto à generalização da impressão 3D, combinada com automação e robótica. Ao mesmo tempo que as cidades, se tiverem qualidade de vida e forem ricas em competências digitais e em iniciativas empresariais associadas, podem tornar-se, cada vez mais, atraentes para teletrabalhadores do ciberespaço e para empresas prestadoras de serviços à distância na área digital;
- d) O edificado, por sua vez, pode experimentar uma dupla mudança, seja nas tecnologias de

- d) O edificado, por sua vez, pode experimentar uma dupla mudança, seja nas tecnologias de construção que permitam organizar com maior facilidade a demolição/desmontagem dos edifícios, seja nos materiais utilizados no revestimento do edificado que permitam a transformação dos edifícios em unidades de autoprodução de eletricidade por revestimento de telhados e janelas com materiais fotovoltaicos;
- e) Uma muito maior disponibilização de espaços verdes no interior das áreas urbanas, geradores de rendimento pelo seu contributo para a qualidade ambiental. Em paralelo, poder-se-á assistir a uma multiplicação de soluções de agricultura vertical (combinadas com culturas hidropónicas), no que foram antigos subúrbios;
- f) Uma nova abordagem permitindo uma relação mais sustentável entre as cidades e a água - nomeadamente a água da chuva - através da já referida concretização do princípio das **"cidades esponja"**.

IV. As grandes mudanças na vida urbana no Pós-COVID-19

A) A mudança na relação emprego-residência e o seu impacto na organização e dinâmica do espaço urbano

As principais alterações nesta relação e a nova dinâmica que introduziram foram:

- Transferência para o espaço residencial - durante os confinamentos - de funções tradicionalmente exercidas no exterior, de que são maior exemplo as atividades profissionais e as atividades escolares. Transferência esta, facilitada pelas tecnologias digitais e pela ligação individual e familiar ao ciberespaço;
- Generalização do teletrabalho, sem que a cidade dispusesse de espaços nos edifícios preparados para o efeito, traduzindo-se frequentemente pela escassez do espaço residencial das famílias face à multiplicação dos seus usos;
- Revelação de carências habitacionais diversas (sem-abrigos, sobreocupação, construções e ocupações precárias...), com ocorrências em áreas urbanas (mas também em áreas rurais onde se concentravam trabalhadores imigrantes) que atingiram setores da população que ficaram excluídos dessa transferência de funções para o espaço residencial das famílias ou que nela puderam participar apenas parcialmente;
- Utilização de residências secundárias durante períodos de tempo mais longos, por exemplo, por seniores das classes médias e por estrangeiros;
- Alterações nos padrões de procura de habitação dentro das regiões metropolitanas, com procura de apartamentos maiores ou moradias e valorização de periferias dispondo de fatores de atratividade, de uma maior proteção face a contágios e do acesso a amenidades compatível com teletrabalho;
- Quebra nas taxas de utilização das principais concentrações de escritórios e no investimento imobiliário respetivo.

B) As mudanças na mobilidade e na busca da proximidade

Durante o confinamento, parcial ou total, que muitos países implementaram para combater o contágio por coronavírus SARS-CoV-2, foi visível como as tecnologias digitais permitiram, a partir de um mesmo local (a residência familiar), dispor de capacidade para manter a atividade profissional, frequentar a escola, encomendar compras que depois eram entregues em casa, etc.

A nível mundial, o combate à COVID-19 teve outro impacto extraordinário - para além de ter difundido a utilização em larga escala da digitalização, permitiu reduzir as emissões de gases com efeito de estufa de forma muito significativa. Mas uma das principais contrapartidas desta redução foi a elevada restrição de mobilidade, exatamente porque o transporte terrestre é um dos emissores de CO₂ mais importantes.

O modo como a COVID-19 e os seus riscos de contágio foi encarado permitiu, assim, uma redução das emissões de CO₂ nos transportes, mas também nas atividades industriais e de serviços que implicavam grandes aglomerações de pessoas, que foram interrompidas total ou parcialmente. Este conjunto de intervenções com carácter administrativo e obrigatório contribuiu para desencadear uma recessão a nível global e uma redução significativa da procura de combustíveis. Esta redução na procura de combustíveis teve como resposta dos maiores grupos empresariais que controlavam a oferta de combustíveis uma baixa de preços como forma de escoarem a sua produção. Sem a redução prévia na procura, uma redução da oferta ter-se-ia traduzido em inflação dos preços, como aliás veio a verificar-se meses mais tarde na fase de gradual saída da recessão e de retoma acelerada da procura de combustíveis.

A COVID-19 colocou, assim, na ordem do dia um grande desafio aos setores da mobilidade e, nomeadamente, ao setor do transporte rodoviário, desde os operadores aos construtores de veículos, dos responsáveis pelas infraestruturas aos reguladores e decisores dos sistemas fiscais: **o de como reduzir drasticamente as emissões de CO₂ imputáveis ao transporte rodoviário de mercadorias e de passageiros, num contexto que não implique fortes restrições à mobilidade.**

Nas áreas metropolitanas, assistiu-se à redução dos movimentos pendulares graças à concentração, no espaço residencial das famílias, de múltiplas funções profissionais e escolares.

Acentuaram-se as situações de isolamento de povoações no interior, traduzindo um défice de soluções de mobilidade que não impliquem o uso do automóvel, nomeadamente nos territórios de baixa densidade.

Refira-se que a experiência dos confinamentos, se, por um lado, fez ressaltar a importância do transporte rodoviário de mercadorias para assegurar a cadeia de abastecimentos à população das cidades, por outro, fez surgir inovações na área da micrologística.

A experiência dos confinamentos veio também acelerar o uso de serviços de mobilidade personalizada e de serviços on demand (UBER), bem como para o próprio abastecimento de residências.

C) A COVID-19 e a busca de inovação no ambiente urbano

Como referimos anteriormente, os confinamentos, a redução da mobilidade automóvel e o encerramento de grandes instalações fabris fizeram com que se assistisse a reduções na emissão de CO₂ significativas, mas de duração temporária.

Contudo, multiplicaram-se experiências que podem permitir no futuro melhorias permanentes no ambiente urbano. Assim, por exemplo, verificou-se uma clara valorização dos espaços verdes, jardins, parques de recreio e lazer de proximidade para prática de exercício ao ar livre. E, nalgumas cidades, verificou-se um aumento do número de esplanadas, proporcionando a manutenção da atividade comercial, uma maior utilização do espaço público e uma vivência de bairro (por exemplo, em Lisboa entre 21 de maio de 2020 e 31 de maio de 2021 foram montadas 299 esplanadas em lugares de estacionamento).

Também se realizaram experiências do novo conceito da "cidade de 1 minuto", que se baseia na instalação de *parklets*, estruturas com bancos, floreiras e outras peças de urbanismo tático, ou seja, alterações temporárias ou de baixo custo no ambiente construído com o objetivo de realizar mudanças positivas no espaço da cidade com espaço de acolhimento.

D) A COVID-19 e o desafio que representou para os serviços de saúde e educação

No que respeita aos serviços de saúde, referimos logo no início uma característica desta pandemia - a sua capacidade para agravar situações de multi morbilidade, em cujo tratamento várias especialidades clínicas são envolvidas, tornando crucial a articulação de cuidados de saúde primários e de cuidados de especialidade exercidos em ambiente hospitalar.

Referimos também que se verificou uma deterioração das condições de saúde física e mental (psíquica e cognitiva) de diferentes camadas da população, nomeadamente na população mais idosa, em resultado da ocorrência pandémica (da nova doença e dos seus múltiplos impactos na situação de saúde).

Neste contexto de forte tensão, constatou-se uma confiança generalizada da população nas instituições públicas reguladoras e prestadoras de cuidados de saúde, com uma paralela valorização social do sistema nacional de saúde de acesso universal.

Mas, tornou-se mais evidente a importância dos Cuidados Primários de Saúde - incluindo, obviamente, o seu papel de combate de primeira linha a crises pandémicas - e da sua forte articulação com os cuidados de especialidade - a exigir no futuro novas abordagens tornadas possíveis pelas múltiplas potencialidades da digitalização, como é o caso da telemedicina.

No que respeita à educação, as escolas procuraram adaptar-se a períodos longos sem atividades presenciais, desenvolvendo no espaço online múltiplas atividades de interação com os alunos presentes nos seus espaços residenciais.

Numa escala nunca vista até então, assistiu-se ao desenvolvimento e difusão de ferramentas e competências digitais nas comunidades escolares.

Mas não é de excluir que neste período se possa ter acentuado o peso das desigualdades sociais e do contexto familiar no percurso escolar e de aprendizagem de crianças e jovens, derivado das capacidades diferenciadas no acesso ao ensino à distância.

E) A Covid 19 e a importância de considerar a segurança alimentar nas estratégias futuras das Áreas Metropolitanas

As Áreas Metropolitanas integram, em muitos casos, zonas de elevado valor agrícola que deverão ser protegidas como zonas para potencial produção alimentar, para além de se poder assistir à multiplicação em espaço urbano de hortas de gestão comunitária.

V. Uma análise mais detalhada do impacto da COVID-19 no Comércio e Serviços e na logística urbana

A) Tendências de mudança nos consumidores portugueses no período pandémico e para além dele

Os relatórios publicados pelo **The Consumer Intelligence Lab** em 2021 e 2022¹ identificam diversas tendências de mudança dos consumidores portugueses verificadas durante os períodos de pandemia e de recuperação pós-pandemia com impacto relevante nos padrões de procura de bens e serviços. Várias dessas tendências não são novas, mas ganharam visibilidade e aceleração no contexto pandémico. Outras representam inflexões em relação a comportamentos anteriormente prevalecentes, mas nem todas serão duradouras. Finalmente, as várias tendências associam-se de forma diferenciada a grupos etários, profissionais e socioeconómicos distintos.

Em termos prospetivos, e tendo como referência informação incluída naquelas publicações, é possível destacar algumas tendências de mudança dos consumidores pelo impacto que podem ter na economia e na geografia do comércio e dos serviços em contexto urbano:

a) Maior importância da casa como espaço multifuncional

A casa ganhou maior centralidade, primeiro como consequência da situação imposta de confinamento e depois como resultado das alterações entretanto ocorridas no âmbito dos vários domínios da vida pessoal e familiar, assim como dos modelos de trabalho. Estas situações induziram, sobretudo em relação a apartamentos localizados em áreas urbanas densas, um maior investimento nas condições de conforto, de coexistência dos vários residentes e de articulação de diversas funções, que se traduziu por uma maior procura de um conjunto de bens (design, mobiliário, eletrodomésticos, plantas, etc.) e de serviços (por exemplo, soluções arquitetónicas e de imobiliário) associados "à casa/ ao habitar", estimulando ainda, em alguns casos, uma maior integração projeto/aquisição do bem/serviço pós-venda.

b) Maior relevância dos espaços de proximidade (bairro)

As restrições à mobilidade impostas pelo contexto pandémico implicaram deslocações mais curtas, beneficiando a escala pedonal e o comércio e serviços de proximidade. Ao mesmo tempo, as novas necessidades em termos de saúde física, mental e social levaram à valoriza-

¹ *Tendências de Mudança do Consumidor Português, 2021, e Por onde os portugueses? Novas Cartografias do Quotidiano, 2022*

ção, por parte dos residentes e das autarquias, da existência de espaços públicos também de proximidade, das esplanadas e outras áreas de convívio aos espaços verdes ou aos parques para cães. As situações de emergência associadas ou agravadas pela pandemia favoreceram, ainda, movimentos de solidariedade social de vizinhança. Este contexto levou a que a ideia de "bairro" ganhasse uma renovada importância ao nível das perceções e das práticas tanto dos cidadãos como dos decisores políticos. Neste contexto, os Mercados Municipais ganharam uma nova relevância que importa preservar no futuro, enquanto pelos estruturadores de uma nova dinâmica de bairro e de soluções de maior proximidade da residência.

Criaram-se, assim, novas oportunidades, mas também novas exigências, no que se refere a uma relação **residentes - comércio e serviços - espaço público** baseada numa ótica de proximidade física e social e, ainda, de maior articulação funcional entre o interior e o exterior das unidades de comércio de rua. A concretização da vida de proximidade depende, no entanto, da geografia de cada cidade.

O relatório de 2022 identifica defensores de duas situações distintas para a cidade/urbanidade hiperdensa ("operacionalização do conceito de cidade dos 15 minutos" e "viver na proximidade q.b., ênfase no valor da cidade da circulação") e um igual número de posições entre os residentes na cidade/urbanidade difusa e fragmentada ("cidade de proximidade possível -" e "mais proximidade, mas a cidade de circulação como inevitável e desejável"). Em termos genéricos, a adesão à ideia de proximidade presente no conceito de "cidade dos 15 minutos" é maior nos mais jovens (18-24 anos), diminui quando se caminha para os grupos de maior idade e altera-se, em termos de preocupações, por escalões etários numa ótica de "ciclo de vida" (jovens, casais, idosos). A relação entre proximidade e oferta de bens e serviços deve, pois, ser analisada em função de distinções geográficas e etárias, que se traduzem por possibilidades e aspirações heterogéneas.

c) Maior recurso a soluções telemáticas

O contexto pandémico contribuiu para uma enorme aceleração do comércio online e das entregas ao domicílio e para o recurso crescente a um leque alargado de telesserviços nos domínios do ensino e formação, da saúde, cultural, etc. Paralelamente, generalizou-se, em algumas atividades, o trabalho à distância, total ou parcial. Este conjunto de tendências teve implicações particularmente penalizadoras do comércio e serviços de áreas mono funcionais especializadas em atividades como a administração pública, a banca, os seguros e os escritórios em geral ou de espaços localizados perto de nós de autoestradas, valorizados por um acesso fácil por automóvel. Terá, no entanto, favorecido as áreas residenciais, ao flexibilizar as condições de acesso a produtos e serviços em termos de horários e modos de entrega, permitindo conciliar compras presenciais e online. Por outro lado, a expansão das compras online e dos serviços de entrega ao domicílio implicou uma verdadeira revolução ao nível da micrológica urbana, com a multiplicação de pequenos espaços de armazenagem necessários para assegurar uma distribuição rápida dos bens adquiridos por via digital.

d) Menor complexidade dos percursos quotidianos

Esta poderá ser a tendência menos perene, porque mais associada à especificidade do contexto pandémico: a diminuição do número de lugares de visita quotidiana ou regular nas cida-

des (casa, trabalho, compras, casa de amigos, etc.). Sabemos empiricamente como a aquisição de alguns bens e serviços está associada a estes trajetos quotidianos com pontos sistemáticos de passagem e paragem: comprar perto, ou a caminho, do local de trabalho, da escola dos filhos, do ginásio, da casa dos pais, etc. A concretizar-se a tendência para uma menor complexidade dos percursos quotidianos, em particular em contexto metropolitano, sobretudo como consequência do maior recurso a compras online e a tele serviços, haverá, inevitavelmente, zonas urbanas perdedoras por retração da procura de bens e serviços por parte de consumidores em circulação.

e) Maior ocorrência de situações de multi localização habitacional

O contexto pandémico levou a que um número crescente de pessoas e famílias urbanas optasse por viver em residências secundárias, até então utilizadas apenas para férias ou fins-de-semana, ou comprasse ou alugasse casa em áreas periurbanas ou rurais que garantissem maior proteção e tranquilidade, e também uma maior possibilidade de movimentação. Os inquéritos realizados revelam que é no grupo etário 35-44 anos que existe uma maior predisposição para mudar de casa e também para ir viver fora da cidade. Esta tendência tem óbvias implicações no comércio e serviços tanto das áreas de partida como, sobretudo, nas áreas de chegada, que assistem, não raras vezes, à emergência de um novo perfil de procura até então pouco expressivo ao nível local.

O relatório de 2022 define quatro perfis de consumidores em função das alterações aceleradas ou induzidas pelo contexto pandémico: imunes (38%), impulsionados (31%), firmes (22%) e convertidos (9%). Enquanto medida de predisposição para a mudança, estes perfis parecem indicar uma percentagem relevante de pessoas que reconhecem ter de mudar, ou querer mesmo mudar, comportamentos anteriores. Haverá, pois, uma perenidade potencial nas várias tendências referidas, ainda que desigual. Ou seja, independentemente de terem sido suscitadas por um contexto específico, o da pandemia, elas constituem elementos importantes a ter em conta em qualquer exercício prospetivo e de planeamento sobre a demografia (criação e encerramento de empresas), a geografia (padrões de localização e deslocalização) e a economia das atividades de comércio e serviços em contexto urbano.

Estas tendências são sobretudo importantes para repensar o que deve ser, nos dias de hoje e para diferentes tipos de áreas urbanas, suburbanas, periurbanas e ruburbanas, o equivalente ao urbanismo comercial do século passado, que em Portugal teve particular impacto nos anos 1990.

B) O impacto da COVID-19 na logística urbana

A tendência que mais afeta atualmente o quadro evolutivo da logística urbana é, seguramente, **o crescente processo de urbanização associado à utilização do comércio eletrónico**. De acordo com as Nações Unidas, em 2050 a Europa possuirá uma taxa de 80% da sua população a residir em áreas urbanas, sendo que atualmente já ronda os 75%, considerando-se que Portugal possui valores convergentes com a média Europeia. Por outro lado, os dados relativos ao comércio eletrónico, em 2020, revelavam um acréscimo de 25% motivados pela COVID-19.

Este contexto tenderá a determinar o surgimento de novos serviços de entrega (com prazos cada vez mais reduzidos), que, por sua vez, potenciarão a concentração de janelas de entrega e, previsivelmente, aumentarão a necessidade de operações de retorno/devoluções e de logística inversa em vazio.

E, ao contexto atrás indicado, devem-se ainda acrescentar outras tendências na evolução do comportamento do consumidor e do consumo, que reforçarão o crescimento e a pressão sobre os serviços logísticos em ambiente urbano, como, por exemplo e de forma pouco exaustiva: (a) o comércio online entre consumidores (C2C), reforçado pela crescente existência de plataformas de publicitação e venda de produtos usados; (b) o potencial das atividades relacionadas com economias de partilha; (c) a "indústria 4.0", nomeadamente nos contextos da prototipagem rápida e da produção integrada; ou (d) os fenómenos de digitalização da economia e a promoção de novos modelos de negócio híbridos (com presença física e virtual).

Dada a realidade atual e as tendências que se observam nos serviços logísticos, **reforça-se a possibilidade de uma nova geografia económica que, dependendo de plataformas digitais e de plataformas de entrega, apresenta potencial para reestruturar diferentes funções no espaço urbano.**

Por exemplo, e entendendo-se a logística e os operadores logísticos como prestadores de serviços, importa destacar e salientar um impacto determinante, no contexto da inovação organizacional, para a eficiência e eficácia das operações logísticas em ambiente urbano: verificada uma tendência crescente para o desenvolvimento de modelos logísticos colaborativos, observa-se a necessidade de constituição e hierarquização de Centros de Consolidação Urbanos (CCU) que, entre outras razões, permitam diminuir as janelas de recolhas e entregas no centro da cidade ou mesmo que permitam a utilização de veículos mais eficientes no *last mile*.

No entanto, e fortemente motivado pela pressão imobiliária, ou mesmo por regulamentos municipais, os valores e usos do solo nos centros das cidades demonstram-se incompatíveis com as atividades a exercer e os serviços a prestar, revelando-se fundamental o planeamento logístico, através dos Planos de Logística Urbana Sustentável (PLUS), onde a participação do poder local pode mitigar os constrangimentos de acesso a espaços edificados para a constituição e hierarquização dos CCU.

Porém, são os **impactos ao nível do comércio local, ou do comércio de rua**, que podem constituir uma transformação significativa no ambiente urbano. Como verificado, são os novos modelos de negócio, juntamente com a evolução dos comportamentos dos consumidores, que apresentam potencial para impor disrupções no tecido urbano, e em particular ao uso da rua como espaço de intermediação. Por exemplo, a adaptação da restauração tradicional em período de pandemia COVID-19 acelerou os fenómenos de *take-away* e de entrega ao domicílio, suscitando novos modelos de operação que, por sua vez, dão origem a "**dark kitchens**" (cozinhas profissionais projetadas para atender exclusivamente pedidos de *take away*). Consequentemente, a centralidade e a exposição destas *dark kitchens* não dependem da sua localização física ou do contacto direto com o consumidor, pois o espaço de intermediação é efetuado numa plataforma de encomendas e a sua centralidade depende do raio de ação dos operadores de entrega.

VI. As mudanças na oferta futura do comércio e dos serviços e os desafios que colocam às políticas públicas com maior impacto urbano

A) Comércio e Serviços no Espaço urbano: uma breve síntese de Tendências Pesadas de Evolução

Procurando sintetizar o que temos vindo a descrever como desafios para as Cidades - e nestas para o setor de comércio e serviços resultantes da experiência havida no combate à COVID-19 - tendo em conta as transformações que logo de início identificámos, destacamos a alteração da **relação triangular tradicional Casa - Trabalho/Escola** - Compra de bens e serviços, que levou à modificação dos fluxos/movimentos de pessoas, bens e serviços no espaço urbano. Verificando-se uma tendência para os bens e serviços passarem a vir mais ao encontro das pessoas, e não o inverso. Pode destacar-se um conjunto de transformações na oferta de comércio e serviços que se verificaram ao longo do período de confinamento e que apontam para tendências que, pensamos, se irão manter como desenvolvimentos positivos nas próximas décadas e que designámos por **Tendências Pesadas**, incluídas na "Caixa" seguinte:

Tendências Pesadas

- Crescimento do comércio digital, incluindo das grandes plataformas (e.g. Amazon), dos serviços de entrega (e.g. Glovo), dos novos serviços digitais e do volume de utilizadores de plataformas user-to-user (e.g. Ebay, Vinted);
- Alterações na localização dos padrões de procura por comércio e serviços quotidianos (ex. restauração, cabeleireiros, mercados, etc.) decorrentes do crescimento da proporção de trabalho à distância no volume total de trabalho produzido nas cidades;
- Adaptação do comércio tradicional com novos serviços, incluindo serviços personalizados;
- Aumento dos consumos no domicílio, implicando o reforço do modelo de logística por "entrega ao domicílio";
- Maior procura de serviços de proximidade, com redução dos tempos de deslocação;
- Maior interação entre os espaços comerciais e o espaço público e maior comunicabilidade entre o interior e o exterior das lojas;
- Conjugação reforçada do físico e do virtual/digital (nas compras, nos pagamentos, na utilização dos serviços);
- Menor utilização das viaturas motorizadas no acesso aos bens e serviços e exigência de menos tempo de espera.

Tendências Pesadas

Isto sem ignorar que, durante os confinamentos e reduções de mobilidade se assistiu igualmente ao surgir de problemas relacionados com quebras na oferta de comércio e serviços, de que são exemplos:

- Rotura de stocks (ex: componentes automóveis, reparações, peças, manutenção, obras...) resultante de fortes perturbações nas cadeias de abastecimento internacionais;
 - Interrupções súbitas e reduções drásticas na atividade de estabelecimentos de comércio e serviços e falência e encerramento definitivo ou descapitalização de muitos deles, com aumento de estabelecimentos e escritórios devolutos e perda de atratividade de espaços urbanos que antes eram muito procurados pela oferta de centralidade que ofereciam;
 - Redução dramática, súbita e circunstancial, mas prolongada, da procura turística internacional e com alguma dinâmica na procura turística doméstica;
 - Redução súbita e circunstancial da procura por arrendamento de curta duração (AirBnB), disponibilidade de stock no mercado de arrendamento urbano de pequenas unidades habitacionais.
-
-

B) Os desafios das políticas urbanas relacionadas com o comércio e serviços

Com base nestas Tendências Pesadas identificam-se de seguida os **Desafios** que se colocam às **políticas urbanas no que respeita às atividades de comércio e serviços**. Ainda que sendo desafios com que este sector, em concreto, se confronta, elas só são concretizáveis no quadro mais amplo de uma política de cidade, sendo, aliás, esta é uma condição fundamental para termos cidades mais competitivas, mais atrativas e com melhor qualidade de vida. Pelo que estas políticas requerem uma elevada cooperação entre os poderes públicos e o sector empresarial. Esses desafios são:

a) Resposta aos novos padrões temporais de acesso aos bens e serviços

Como vimos, a COVID-19, ao dificultar a mobilidade das pessoas nos espaços urbanos, veio reforçar o critério da proximidade no acesso aos bens e serviços. Se, nuns casos, eliminou mesmo por completo qualquer deslocação das pessoas para acederem aos bens e serviços, através da entrega ao domicílio ou do acesso via internet a uma multiplicidade de serviços, noutras criou um forte desincentivo para deslocações prolongadas no acesso aos pontos de venda ou de prestação de um serviço, fazendo emergir o conceito da "cidade dos 15 minutos" como sendo um referencial do tempo médio que os residentes estão dispostos a utilizar nas suas deslocações para terem acesso aos bens e serviços essenciais. Os mercados municipais além de local de venda podem constituir pontos de entrega e de recolha de compras online (pontos de entrega de cabazes alimentares ou outros).

Este novo perfil de consumidor/utilizador não irá desaparecer com o fim das restrições que ocorreram por via do COVID-19 e vem dar nova expressão, sobretudo nas grandes e médias cidades, ao conceito de "bairro" e a um desenvolvimento urbano marcado pelo policentrismo.

O comércio e os serviços de proximidade ganham novo protagonismo em desfavor de ofertas concentradas em áreas mais ou menos periféricas do espaço urbano. No "bairro" é suposto ter-se acesso aos bens e serviços essenciais (de quotidiano e não só).

Para além dos tempos de deslocação, também os tempos de espera são, cada vez mais, um critério de escolha: seja nas entregas ao domicílio no mais curto espaço de tempo (implicando alterações na logística), seja na celeridade no atendimento e no pagamento nos estabelecimentos.

b) Investimento na qualidade do serviço

Se nas compras via internet a agilização do processo de compra e de entrega é cada vez mais relevante como fator competitivo, o serviço prestado nos estabelecimentos ganha também um papel diferenciador nas opções dos consumidores/utilizadores.

Tratando-se de atividades prestadoras de serviços, a qualidade destes é um fator competitivo essencial e está em grande medida relacionada com o fator humano, ou seja, com as qualificações e a formação dos ativos prestadores de um serviço. Desvalorizar esta componente competitiva é um erro que as empresas que querem manter-se no mercado e serem competitivas não devem cometer, pois só a qualidade do serviço personalizado que é prestado fideliza clientes. O elevado número de prestadores de serviços sem formação e cujo tempo de permanência nos estabelecimentos é muitas vezes reduzido, é um constrangimento que tem de ser superado, pois só dessa forma é possível consolidar as empresas no mercado. Desinvestir nos recursos humanos empregues pode, no imediato, permitir alguma contenção de custos, mas, a prazo, essas empresas irão ser eliminadas do mercado.

c) Reforço da atratividade dos espaços comerciais

Os espaços comerciais não podem ser vistos, na maioria dos casos, como meros locais de venda, mas como espaços em que apetece entrar, estar e até conviver. Por isso, o investimento que é feito na atratividade dos mesmos é outro ponto essencial. A deslocação a uma loja - quando se tem a alternativa de fazer a compra sem sair de casa - pressupõe o prazer que essa deslocação proporciona, seja pelo ambiente do espaço comercial, seja pelo acesso físico aos bens, seja pelo atendimento prestado. Em suma, a organização do espaço e o merchandising constituem hoje áreas essenciais na competitividade do comércio.

d) Garantia de coexistência e pluralidade de ofertas de bens e serviços

Um comércio isolado tem poucas possibilidades de sobrevivência. A pluralidade de ofertas diferenciadas num espaço urbano delimitado é um critério essencial, que levou a que no passado se adotasse a expressão "centro comercial ao ar livre" para expressar a necessidade de o comércio e os serviços de rua serem pensados de forma integrada. Ou seja, remetendo para a necessidade de haver políticas urbanas de planeamento comercial. Este planeamento deve atender à dimensão do mercado e da procura e deve fomentar ofertas comerciais e de

serviços diferenciadas. Planeamento urbano sem planeamento comercial é, pois, uma incongruência que deve desaparecer no futuro.

Se o excesso de ofertas comerciais "mata o comércio", não pode continuar a ser o sector da construção e do imobiliário a determinar essas ofertas. Uma reduzida densidade comercial, com escassez de alternativas de escolha ou uma insuficiente diversificação e diferenciação das ofertas, também gera fortes perdas de atratividade.

e) Combinação do presencial com o digital

Fazer do comércio digital um inimigo do comércio assente em espaços físicos não faz sentido. Desde logo porque essa visão antagonista não resolve nenhum problema, dado que o digital veio para ficar e os estabelecimentos comerciais só correm verdadeiramente o risco de desaparecer se não forem capazes de valorizar o espaço de venda ou de prestação de um serviço e, ao mesmo tempo, combinar o presencial com o digital.

O digital não deve ser visto apenas como um canal alternativo na realização de uma compra ou no acesso a um serviço, ele deve ser entendido, sobretudo, como um veículo de comunicação das empresas com os seus potenciais clientes, que pode ser utilizado, quer por aquelas empresas que apenas estão no e-commerce, quer pelas empresas com estabelecimentos de porta aberta.

Assim, mais do que um canal alternativo de venda o digital é um complemento da venda na loja, ao permitir estabelecer uma relação personalizada com os clientes. Neste ponto, a criação de bases de dados dos clientes ou dos potenciais clientes, que é algo de que as grandes cadeias de e-commerce há muito dispõem, é um desafio essencial que está colocado ao comércio dos espaços de venda físicos, que, na maioria dos casos, estão longe de dispor desta ferramenta e que apesar da proximidade física, sobretudo nas grandes cidades, se confrontam, com o paradoxo de que esse contacto, mais ou menos regular, não lhes permite conhecer os seus clientes. O digital permite, pois, às empresas chegar junto dos seus potenciais clientes e dar a conhecer os seus produtos, realizar promoções e ofertas diretamente direcionados para aqueles que integram as referidas bases de dados.

Neste contexto, o digital não tem de ser visto como um fator inibidor da ida ao estabelecimento, podendo mesmo suscitar uma vontade acrescida de ir à loja e não apenas realizar uma compra online.

O uso dos dois canais em complementaridade é o caminho para as empresas que nasceram com base em espaços físicos, mas com a noção clara de que isso exige um investimento que garanta qualidade na utilização dos meios digitais (ter um "site" de má qualidade ou no caso de permitir compras on-line não aceitar meios de pagamento céleres, obrigando, por exemplo, a efetuar transferências bancárias, é um caminho pior do que não estar presente no ciberespaço).

f) Reativação de políticas atuando na interação entre o espaço comercial e o espaço público

A COVID-19 veio valorizar os espaços abertos ao ar livre. Exemplo disso é o forte aumento de esplanadas no sector da restauração. Também esta abertura dos espaços comerciais ao espaço público veio para ficar e deve ser potenciada. Mas deve igualmente ser devidamente regulada: e é aqui que entram as políticas de urbanismo comercial.

O urbanismo comercial é o conceito que permite pensar a interação entre o espaço público e a espaço dos próprios estabelecimentos. Começa, desde logo, na fase de planeamento e construção dos imóveis e na forma como estes projetos concebem as ofertas de espaços comerciais na relação destes com os espaços públicos envolventes. Continua na forma como as Câmaras Municipais estruturam os espaços públicos e os vêem não apenas como espaços de circulação, mas como espaços que interagem com os espaços comerciais.

A tendência atual é para os estabelecimentos eliminarem barreiras de comunicação visual com o espaço público. Os estabelecimentos abrem-se para a rua: eliminam-se paredes e muitas vezes nem sequer existe qualquer barreira física a separar o interior e o exterior das lojas.

Sendo positivo que o espaço público seja também um espaço de comércio e serviços, devemos melhorar esta ligação pelo que deverão existir regras que, por exemplo, evitem a ocupação destruturada das áreas pedonais e que, em lugar de criar uma conjugação harmoniosa, edifique barreiras na circulação. Um problema a resolver prende-se, em muitos casos, com a dimensão dos espaços de circulação pedonal e que, com frequência, são ocupados indevidamente (por exemplo, por viaturas).

g) Desenvolvimento de uma nova logística URBANA

A logística urbana não se constitui como um tema novo no quadro do desenho das cidades, nem do desenvolvimento económico e da competitividade destas. A discussão sobre esta temática tem sido ampla, embora tenha ganho maior expressão nos contextos da mobilidade urbana, sendo que, notoriamente, a COVID-19 acelerou o seu quadro de desenvolvimento, bem como das preocupações que decorrem dos impactos que a maior procura destes serviços proporciona no tecido urbano.

As evidências da aceleração proporcionada pela COVID-19 permitem discutir os fenómenos logísticos enquanto: (a) **planeamento formal**, determinado por códigos regulatórios europeus e nacionais; e (b) **planeamento informal**, motivado pela pressão e desenvolvimento de novos modelos de negócio e pela implementação de novas, e variadas, tecnologias e outras inovações organizacionais.

Novas concepções para a logística urbana

Sobre o **planeamento formal**, salienta-se que a evolução do quadro de governação europeu, relativo à mobilidade e à logística urbana, apresentava desde 2010 um conjunto de orientações que, embora continuamente relacionadas e focadas nas preocupações ambientais e de mitigação dos fenómenos climáticos, foram alvo de alterações fundamentais e organizacionais na abordagem à problemática logística.

Com efeito, o foco da logística urbana deixou de ser o simples fluxo das mercadorias - da origem ao destino - para se centrar nos processos organizacionais relacionados com a última milha e, principalmente, na forma como as mercadorias se movem na cidade. E se alguns fenómenos já ganhavam escala e relevância no período pré pandemia, e que motivaram esta alteração de paradigma no quadro da governança europeu, a COVID-19 apenas acrescentou maior dimensão e complexidade, pela aceleração que impôs, bem como maior dependência ao sector, pelos efeitos das políticas de confinamento que vigoraram.

Contudo, entende-se que é no contexto do **planeamento informal** que se observam as maiores transformações na logística urbana. Por um lado, se a existência de Centros de Consolidação Urbanos já eram uma realidade no período anterior à COVID-19, fenómenos como as *dark stores*, e especialmente as *dark kitchens*, encontraram melhores condições de desenvolvimento e aceleraram a sua presença, tornando-se numa realidade urbana aparentemente dependente de outros serviços ou plataformas de entrega. Sobretudo, verifica-se que a introdução de novos modelos organizacionais, apoiados em plataformas digitais e de entregas, bem como a introdução de novas tecnologias, desde veículos terrestres autónomos ao uso de **drones**, procuram dar resposta à tendência de crescimento a que ainda se assiste no comércio digital. Neste contexto encontram-se motivos para se prever uma nova geografia económica dependente, ou assente, em plataformas digitais e de entregas.

h) Aposta em novos público-alvo e fomento do desenvolvimento de novos serviços

As nossas cidades são marcadas pela mudança de perfil dos utilizadores do comércio e serviços. Se o turismo veio permitir desenvolver novas ofertas para este público-alvo, o perfil dos residentes também muda: por um lado, o envelhecimento da população leva a um novo consumidor/utilizador sénior com novas necessidades de bens e serviços, por outro, a evolução social dos residentes, com uma nova geração de pessoas mais exigentes e com novos hábitos em matéria de consumo, reforça o potencial existente para a criação de novas ofertas comerciais e de serviços.

No caso dos idosos, a marca «cidade amiga da longevidade» requer novas ofertas que hoje o mercado não satisfaz, seja no apoio domiciliário, seja na informação direcionada para este grupo etário, o que faz com que estas ofertas só possam ter sucesso no âmbito de uma cooperação/parceria entre o público e o privado: melhorar as condições de circulação, as acessibilidades e os meios de transporte é algo que requer uma intervenção dos poderes públicos. Melhorar e alargar os serviços de saúde e de apoio à 3ª idade requer uma cooperação entre o público e o privado numa frente conjunta visando a melhoria destes serviços.

C) Orientações para uma "política de cidade" baseada no comércio e serviços

Para passar destes **Desafios** à concepção de uma **Política de Cidade envolvendo o Comércio e Serviços, consideram-se básicas as seguintes orientações:**

- A articulação e o carácter integrado que deve existir entre as políticas de comércio e serviços e as políticas de cidade em sentido amplo;
- A necessidade de existirem políticas de planeamento comercial inseridas nas políticas de planeamento urbano desde o edificado, à mobilidade e à estruturação dos espaços públicos, possibilitando a multifuncionalidade destes espaços e que devem constar dos PMOT;
- A importância de as políticas incorporarem uma filosofia de urbanismo comercial, ou seja, pensando as ligações e interações entre os espaços públicos e os espaços comerciais;
- A relevância de as políticas assentarem numa associação entre o público (nas dimensões nacional, regional e local em que este se expressa) e o privado, potenciando a realização de ações de cooperação e a complementaridade na oferta de serviços à comunidade;
- A aposta na criação de redes urbanas, envolvendo diferentes cidades/vilas, organizadas em torno de objetivos e orientações comuns e também elos estruturados com base no envolvimento de atores públicos e privados;
- A implementação de normas/requisitos de qualidade, baseada no serviço prestado e para o que existe já uma especificação técnica designada "Sistema de Reconhecimento da Qualidade em Comércio e Serviços" (DNP/TS 4546), sendo necessário fazer a divulgação/promoção da mesma e criar instrumentos que apoiem as empresas no cumprimento dos referidos requisitos;
- O papel de uma nova logística, orientada para a redução dos tempos de entrega ou de acesso aos bens e serviços, privilegiando redes de proximidade (de produção e consumo) e definindo planos de mobilidade que estabeleçam, por exemplo, horários diferenciados para os diferentes tipos de logística em causa (da de maior dimensão até à micrologística baseada num abastecimento em viaturas de pequena dimensão) e que deve reforçar a existência de uma organização cooperativa entre os vários atores envolvidos na distribuição e venda dos produtos.
- O envolvimento da comunidade na concepção e governança das políticas de urbanismo comercial, através da criação de estruturas (tipo BIDs – Business Improvement Districts) envolvendo os responsáveis públicos (Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia) e os prestadores de serviços (associações, empresas, proprietários de imóveis).
- A criação de "espaços partilhados" na prestação de serviços (seja do tipo "repaircafé", seja de armazenagem ou de utilização comum de equipamentos).

O documento foi elaborado com a colaboração das seguintes entidades:

Câmaras Municipais:

C. M. Águeda
C. M. Braga
C. M. Cascais
C. M. Évora
C. M. Faro
C. M. Leiria
C. M. Loulé
C. M. Mafra
C. M. Maia
C. M. Porto
C. M. Vila Real

CCDR's:

CCDR Alentejo
CCDR Algarve
CCDR Centro
CCDR LVT
CCDR Norte

Organismos Públicos:

DGT - Direcção Geral do Território
PBS - Porto Business School
UBI - Universidade da Beira Interior

Associações:

Associação Empresarial de Braga
Ass. Com. Ind. Figueira da Foz
Ass. de Com. Ind. Serviços e Turismo da Região de Leiria
Ass. Emp. dos Conc. de Loures e Odivelas
UACS

Participação a Título individual:

José Félix Ribeiro (Coord.)
José António Cortez (C. Exec.)
Hugo Oliveira (C. Exec.)
Plácido Maia (C. Exec.)
Sérgio Lorga (C. Exec.)
Fernando Ribeiro Mendes
António Manzoni
Miguel Ângelo Fonseca
Nuno Camilo
João Ferrão
Miguel Castro Neto



CCP

CONFEDERAÇÃO
DO COMÉRCIO E SERVIÇOS
PORTUGAL