



FACULDADE DE ARQUITECTURA E PLANEAMENTO FÍSICO

O Comércio Retalhista e o Consumo de Espaço Urbano

Dissertação

de

Imídio Jorge Nhamirre

do curso de MESTRADO EM PLANEAMENTO REGIONAL

Maputo

14 de Fevereiro de 2023



FACULDADE DE ARQUITECTURA E PLANEAMENTO FÍSICO

O Comércio Retalhista e o Consumo de Espaço Urbano

Dissertação

de

Imídio Jorge Nhamirre

do curso de MESTRADO EM PLANEAMENTO REGIONAL

Supervisor:

Doutor Benedito Murambire Júnior

Maputo

14 de Fevereiro de 2023

Declaração

Declaro que esta dissertação nunca foi apresentada para a obtenção de qualquer grau ou num outro âmbito e que ele constitui o resultado do meu labor individual. Esta dissertação é apresentada em cumprimento parcial dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre, da Universidade Eduardo Mondlane.

Imídio Jorge Nhamirre

Imídio Jorge Nhamirre

Termo de Aprovação

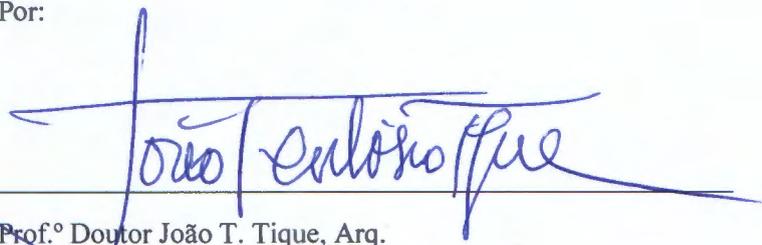
Imídio Jorge Nhamirre

O Comércio Retalhista e o Consumo de Espaço Urbano

Dissertação submetida ao Júri, designada pelo Reitor da Universidade Eduardo Mondlane, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Planeamento Regional.

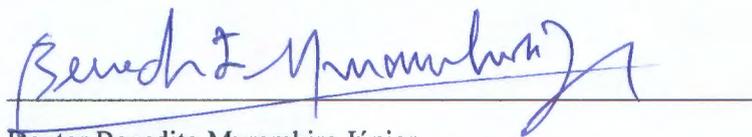
Dissertação aprovada em: Maputo, 14 de Fevereiro de 2023.

Por:



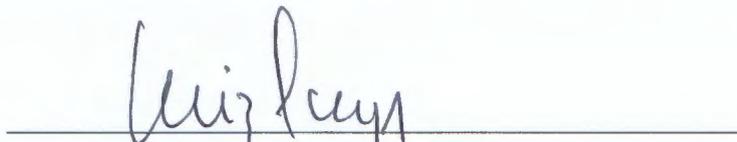
Prof.º Doutor João T. Tique, Arq.

Universidade Eduardo Mondlane



Doutor Benedito Murambire Júnior

Universidade Eduardo Mondlane



Prof.º Doutor Luís E. da S. Lage, Arq.

Universidade Eduardo Mondlane

DEDICATÓRIA

Às minhas queridas filhas, **Praise** e **Yohannah**, privadas de grandes momentos de afecto e lazer, por conta da academia.

À minha esposa, **Paulinda**, por me ter encorajado para continuar com os estudos, concedendo todo o apoio moral e material para que o meu programa de mestrado se tornasse possível.

Aos meus pais, **Jorge Nhamirre** e **Verónica Caminho** (em memória), que sempre estiveram disponíveis para dispensar o seu apoio material, moral e espiritual, sem limites e restrições, incluindo nos momentos mais difíceis da minha vida académica.

À Deus

Pela misericórdia e amor incondicional.

À todos os professores da FAPF

Pelo acompanhamento e encorajamento durante a realização do presente trabalho. Ao **Doutor Benedito José Murambire Júnior**, de forma particular, pela paciência e por ter doado todo o seu conhecimento e apoio sem igual ao longo do desenvolvimento deste trabalho.

À minha família, aos amigos, aos colegas de curso e do trabalho e ao IMPFA

Pelo encorajamento nos momentos de desalento e pelo auxílio financeiro, o que permitiu a concretização deste projecto.

A todos, muito obrigado!

LISTA DE ABREVIATURAS E CONVENÇÕES USADAS

ACIPOL – Academia de Ciências Policiais

BZ – Bairro de Zimpeto

TCEU – Teoria dos Circuitos da Economia Urbana

CM – Cidade de Maputo

CMCM – Concelho Municipal da Cidade de Maputo

DM - Distrito Municipal

DMPUA - Direção Municipal de Planeamento Urbano e Ambiente

DMMF - Direção Municipal de Mercados e Feiras

DMK - Distrito Municipal Kamubukuane

ENZ – Estádio Nacional de Zimpeto

EN1 – Estrada Nacional Número 1

SIG – Sistema de Informação Geográfica

MAEFP – Ministério de Administração Estatal e Função Pública

MAS - Mercado Anexo de Zimpeto

MGZ - Mercados Grossista do Zimpeto

MZ - Mercado do Zimpeto

PIB – Produto Interno Bruto

SPSS – Statistical Package for Science Social

TRZ – Terminal Rodoviária de Zimpeto

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tamanho e composição da amostra.....	47
Tabela 2 - Que tipos de produtos são comercializados pelos operadores retalhistas?	53
Tabela 3 - Qual é a proveniência destes resíduos sólidos?	53
Tabela 4 - Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no bairro de Zimpeto*Qual e a quantidade de lixo recolhido no mercado por dia.	54
Tabela 5 - Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no MZ*Qual é a proveniência do lixo amontoado na parte exterior da TRZ.....	55
Tabela 6 - Qual é o tempo medio despendido para atravessar o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene.....	56
Tabela 7 - Tem tido dificuldades para aderir ao parque da TRZ	57
Tabela 8 - Qual é o motivo da deficiência na transitabilidade do MZ	57
Tabela 9 - Qual e o motivo da deficiência na transitabilidade no MZ	58
Tabela 10 - Que tipo de passageiros tem aderido ao transporte*Quantos passageiros tem atendido por dia.....	58
Tabela 11-Qual o número estimado de residências circunvizinhas ao mercado retalhista que tem se dedicado ao comercio.	59
Tabela 12 - Quantos clientes tem atendido por dia?	59
Tabela 13 - Quantas residências circunvizinhas ao mercado retalhista tem se dedicado ao comercio*Que tipo de comercio e desenvolvido pelo morador ou ocupante da moradia/edificio	60
Tabela 14 - A quem pertencem os edificios/espacos usados para o comercio*Que tipo de produtos são comercializados pelos retalhistas?	60
LISTA DE GRÁFICOS	
Gráfico 1 e 2 - Frequência de recolha e quantidade do lixo produzido	53

INDICE

	Páginas
Resumo.....	11
1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Breve contextualização.....	13
1.2. Objecto de estudo.....	16
1.3. Motivação.....	16
1.4. Objectivos do estudo.....	16
1.4.1. Objectivo geral.....	16
1.4.2. Específicos.....	16
1.5. Contribuição do estudo.....	17
1.6. Problema.....	17
1.6.1. Pergunta principal.....	18
1.6.2. Perguntas secundárias.....	18
1.7. Hipóteses.....	18
1.7.1. Hipótese principal.....	18
1.7.2. Hipóteses secundárias.....	18
1.8. Delimitação do tema.....	19
2. Revisão de literatura.....	20
3. Enquadramento teórico.....	22
3.1. O Comércio e a Cidade.....	22
3.2. A teoria dos Circuitos da Economia Urbana (TCEU).....	24

3.3. Espaço Urbano.....	26
3.3.2. O Espaço banal da cidade nos países subdesenvolvidos	27
3.4. O comércio e o consumo geográfico	29
3.5. O comércio retalhista.....	32
3.5.1. O comércio retalhista e o consumo do espaço urbano à luz da teoria dos circuitos inferior de economia urbana	33
3.6. Actividade Comercial no Município de Maputo	35
3.6.1. A dinâmica espacial e o comércio retalhista no MZ.....	36
3.6.1.1. A dinâmica espacial e o comércio retalhista no MZ (Grossista e Anexo) na actualidade	37
Fonte: O pesquisador.....	40
4. Metodologia	44
4.1. Procedimentos	44
4.2. Métodos	44
4.3. Tipo de pesquisa	45
4.3.1. Quanto a natureza ou finalidade	45
4.3.2. Quanto ao objectivo	45
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolha de dados.....	45
4.5. Procedimentos para a análise de dados.....	46
4.6. Caracterização da amostra	47
4.7. Área Geográfica de Investigação.....	47
4.8. Organização dos Instrumentos.....	49
4.9. Procedimentos de colecta de dados	49

4.9.1. Descrição das Variáveis.....	50
5. Limitações do estudo.....	51
6. Resultados da pesquisa.....	52
6.1. Análise dos dados e métodos estatísticos	52
6.2. Análise dos resultados por categoria	52
6.2.1. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado na produção massiva de resíduos sólidos?	52
6.2.3.. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado na ocupação do espaço de circulação pública?.....	56
6.2.4. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado no surgimento de novas construções habitacionais e comerciais?.....	59
6.3. Análise dos resultados dos dados qualitativos.....	61
6.4. Discussão dos resultados	61
6.4.1. Confrontação com as hipóteses.....	61
7. Conclusões e recomendações	65
7.1. Conclusões.....	65
7.2. Resultados sobre a relação entre o comércio retalhista e a produção do espaço urbano	65
7.2.1 <i>Os resíduos sólidos produzidos pelos retalhistas são um dos factores de ocupação do espaço</i>	65
7.2.3. <i>Os novos empreendimentos comerciais retalhistas são um dos factores de ocupação do espaço urbano</i>	66
7.2.4. <i>Os comerciantes retalhistas espalhados na via pública, passeios e outros lugares, é um dos da ocupação do espaço urbano</i>	66

7.3. Recomendações	68
7.4. Áreas de investigações futuras	69
8. Bibliografia.....	70
9. APÊNDICES	75
9.1. Gráficos	75
9.2. Instrumentos para a recolha de dados.....	82

Resumo

Este trabalho tem por finalidade entender a situação espacial do comércio retalhista nos mercados do Bairro de Zimpeto (BZ), no Distrito Municipal Ka Mubukuane (DMK), concretamente nos Mercados Grossista do Zimpeto (MGZ) e Mercado Anexo de Zimpeto (MAZ). O estudo centra-se na expansão deste tipo de comércio e suas implicações à luz das teorias de circuitos de economia urbana. No desenvolvimento deste trabalho, houve preocupação em identificar a relação entre este tipo de comércio e a ocupação expansiva do solo urbano. Teve-se como base de estudo, os dados quanti-qualitativos, oriundos da pesquisa de campo, efectuada a vários intervenientes, através de uma observação directa no local de estudo, de inquéritos, entrevistas e mapeamento das actividades económicas. Também nortearam o estudo, a pesquisa documental e a consulta bibliográfica. Com base no estudo, verificou-se que na Cidade de Maputo (CM) a actividade comercial tem se expandido nos bairros com maior poder de compra, principalmente nas vias principais, o que de certa forma tem causado desafios acrescidos na gestão urbana, sobretudo no que tange à gestão de resíduos sólidos produzidos e a transitabilidade, já que esta expansão decorre de forma maioritariamente horizontal e acelerada; estando também a atrair novos investidores, tanto nacionais quanto estrangeiros, notando-se por isso o aparecimento explosivo de equipamentos comerciais naquela unidade mercantil.

Palavras Chaves: Comércio; Teorias de economia urbana; Espaço urbano; Espaço Banal; Consumo geográfico; Comércio retalhista.

Abstract

This work aims to understand the spatial situation of the retail trade in the markets of Bairro de Zimpeto (BZ), in the KaMubukuane Municipal District (DMK), specifically in the Wholesale Markets of Zimpeto (MGZ) and Annex Market of Zimpeto (MAZ). Focusing on the study of the expansion of this type of commerce and its implications in the light of theories of urban economy circuits. In the development of this work, there was a concern to identify the relationship between this type of commerce and the expansive occupation of urban land. The study was based on quantitative-qualitative data, derived from field research carried out with various stakeholders, through direct observation of the study site, surveys and interviews and mapping of economic activities. Having also served as a base of study, the documental research and the bibliographical consultation. Based on the study, it was found that in Maputo City (CM) commercial activity has expanded in the neighborhoods with greater purchasing power, mainly on the main roads. Which, in a way, has caused increased challenges in urban management, especially with regard to the management of solid waste produced and transitivity, since this expansion takes place in a mostly horizontal and accelerated way; it is also attracting new investors, both national and foreign, noting for this reason the explosive appearance of commercial equipment in that mercantile unit.

Keywords: Commerce; Theories of urban economy; Urban space; Banal Space; Geographic consumption; Retail trade.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Breve contextualização

A actividade comercial transporta as marcas das transformações na história da humanidade. Desde os primórdios do período paleolítico, o homem exercia actividades comerciais através da troca directa de produtos de valor reconhecido como diferente pelos dois parceiros, onde cada um enaltecia mais o produto do outro. Com o passar do tempo esta actividade foi florescendo e modificando de acordo com a necessidade, chegando o tempo de deixar a troca directa de produtos entre duas pessoas, para o uso de uma moeda (dinheiro), envolvendo desta feita mais de duas personagens.

Partindo do pressuposto de que o comércio, na sua origem, envolve a necessidade de um local para o seu desenvolvimento, Cachinho e Guimarães (2020) afirmam que o espaço, e por conseguinte a cidade, serve de contexto e suporte às acções desenvolvidas pelos actores; e que é, ao mesmo tempo, mediador das relações e um poderoso agente de diferenciação. De tal modo, o comércio faz a cidade ao atrair clientes e mercadorias, ao vivificar determinadas áreas e precipitar o declínio de outras. Todavia o seu desenvolvimento, no que concerne a aspectos económicos e espaciais, é também influenciado pelas mudanças da sociedade, a transformação dos valores e estilos de vida, a evolução dos aglomerados e as metamorfoses da estrutura urbana.

Segundo Barreta (2012), remontam aos finais do século XI algumas referências a Mercados, sendo de finais do século XII as primeiras Feiras, que tinham lugar junto aos Castelos e / ou Mosteiros Fortificados. De tal forma, mais tarde seriam esses lugares mais propícios à realização de Mercados e Feiras. Dos motivos da preferência a estes locais, destacavam-se, por um lado, o privilégio do local para o encontro das populações (fosse residente ou estrangeira) e, por outro, a segurança estabelecida pelo local para exercer as trocas comerciais, dada a sua centralidade. Portanto, era em volta deste fulcro que mais tarde viriam a se desenvolver concentrações e aglomerações populacionais, dando origem, muitas delas, a povoações de maior ou menor dimensão.

Por sua vez, Barreta (2012) refere que no comércio as diversas funções encontram-se por definição, repartidas em dois grupos. De um lado existem os grossistas, que assumem o papel de transferir as mercadorias entre os locais de produção e os pontos de venda. De outro lado são os retalhistas, que se ocupam da interação com os consumidores. Assim, os grossistas desenvolvem

nesta actividade a revenda por atacado (sem transformação) de bens novos ou usados a empresas de natureza diversa, entre as quais se incluem as que se dedicam ao comércio retalhista. Os retalhistas concentram toda a sua actividade na revenda a retalho de bens, novos ou usados, feita por empresas muito distintas e fazendo uso de diferentes formas e lugares (estabelecimentos, feiras e mercados, ao domicílio, por correspondência, em venda ambulante, pela Internet, etc), destinados ao consumo das pessoas, empresas e outras instituições.

De acordo com MAEFP (2020), em Moçambique, na maioria dos municípios, os mercados desempenham um papel importante na estrutura do rendimento familiar, já que a maior fonte e actividade de rendimento é a agricultura. Todavia, a localização inconveniente, as infraestruturas precárias para comercialização, a superlotação dos mercados e ainda a fraca infraestrutura rodoviária, associada às longas distâncias que a comunidade tem que percorrer para aceder aos mercados onde possam exercer a sua actividade comercial, expor e vender os seus produtos agrícolas, impacta na eficácia de subsistência das comunidades.

Sendo os mercados e feiras nacionais dominados maioritariamente pelo comércio retalhista e por operadores informais, de acordo com MAEFP (2020), estima-se que 70 a 85% da população das cidades trabalha na economia informal, assim como parte expressiva da actividade comercial.

E aliado à problemática de infraestruturas e localização inadequada dos mercados e feiras, de acordo com MAEFP (2020), a má situação das rodovias ou do seu congestionamento, motivado pela ocupação das mesmas por vendedores e outros aspectos relativos à imagem real dos mercados nacionais, o presente trabalho pretende compreender que relacionamento existe entre o desenvolvimento do comércio retalhista e o consumo do espaço urbano.

O trabalho encontra-se estruturado da seguinte maneira: O primeiro capítulo apresenta a introdução, objeto de estudo, a motivação, os objectivos gerais e específicos, contribuição do estudo, a problemática, as perguntas de pesquisa, as hipóteses e a delimitação do tema. No segundo capítulo encontramos a revisão de literatura. No terceiro capítulo encontramos o enquadramento teórico. No quarto capítulo encontramos as metodologias; os procedimentos, os métodos, os tipos de pesquisa, as técnicas e instrumentos de recolha de dados, os procedimentos para a análise de dados, a caracterização da amostra, a área geográfica de investigação, a organização dos instrumentos, os procedimentos de coleta de dados e a descrição das variáveis. No quinto capítulo apresentamos as limitações do estudo. No sexto capítulo, encontramos os

resultados da pesquisa, a análise dos resultados dos dados qualitativos e quantitativos e a discussão dos resultados. No sétimo capítulo encontramos as conclusões, as recomendações e áreas de investigação futura. No oitavo capítulo, encontramos a bibliografia. E por último no nono capítulo encontramos os apêndices.

1.2. Objecto de estudo

Tomando o comércio retalhista como aquele que envolve vários operadores comerciantes em um determinado espaço físico, sem limites de escalas sociais para o seu desenvolvimento, podendo ser desenvolvido de forma formal ou informal e ambulante ou sedentário, julga-se necessário refletir sobre as suas implicações na gestão do Espaço Urbano. Portanto o objeto de estudo desta pesquisa é a reflexão sobre a relação entre as actividades comerciais retalhistas e o consumo do espaço urbano.

1.3. Motivação

A escolha do tema “o comércio retalhista e o consumo do espaço urbano” surgiu do interesse em compreender o fenómeno da aglomeração de operadores comerciais retalhistas nos mercados e seus efeitos na gestão urbana. De acordo com Jacobs (2011), ao nos transformarmos de um país rural e de cidades pequenas num país urbano, os empreendimentos comerciais tornaram-se mais numerosos, não só quantitativamente, mas também proporcionalmente.

1.4. Objectivos do estudo

1.4.1. Objectivo geral

- Compreender a dinâmica do comércio retalhista no MZ, tomando como elemento principal a influência deste no consumo do espaço urbano.

1.4.2. Específicos

- Identificar a relação entre comércio retalhista e o surgimento de novos empreendimentos comerciais e habitacionais;
- Identificar a relação entre o comércio retalhista e a ocupação do espaço de circulação pública;
- Identificar a relação entre o comércio retalhista e a produção massiva de resíduos sólidos no MZ.
- Propor recomendações para mitigar os impactos do comércio retalhista no consumo do espaço urbano.

1.5. Contribuição do estudo

Este trabalho pretende ser um contributo para a compreensão da dinâmica do comércio retalhista e a gestão do espaço urbano em Moçambique. Ele vai incentivar a necessidade de se envidarem esforços para a realização de mais estudos nesta área, que poderão culminar com a disseminação de estratégias para a mitigação do problema de insustentabilidade urbana causado pela saturação de operadores nos mercados nacionais.

1.6. Problema

O MZ, outrora designado para alocar os comerciantes grossistas oriundos do Mercado Fajardo, passou a contar com um anexo para albergar os restantes comerciantes, que não tiveram oportunamente espaços aquando da sua distribuição, em parte, devido ao tipo de comércio que desenvolviam. Na ocasião, viu-se na necessidade de se expandir o mercado, de maneira que todos os comerciantes retalhistas passassem a operar no MAZ. Com o andar do tempo e dadas as características deste tipo de comércio, de não precisar de uma laboração adicional do produto para se levar ao destinatário, associadas ao aparecimento da Terminal Rodoviária do Estádio Nacional e da Vila Olímpica de Zimpeto, passou a ser marcado pela proliferação de operadores retalhistas formais e informais, operando dentro ou fora do mercado, quer em locais fixos ou de forma itinerante ou ambulante, tanto nos passeios quanto na via rodoviária. Diante desta situação, tem se observado naquela unidade comercial, de entre outros dilemas, a produção massiva de resíduos sólidos e a necessidade de mais espaço para a alocação dos mesmos; o surgimento cada vez mais de empreendimentos comerciais e habitacionais ao redor do mercado ou, pelo menos, nas áreas circunvizinhas do mesmo; o fluxo cada vez mais lento e difícil de tráfego rodoviário, principalmente nas horas de ponta.

O comércio retalhista constitui um potencial causador de pontos de atracção e concentração de massas nos sistemas urbanos. Por isso uma gestão inadequada do mesmo pode causar perturbações na gestão ou consumo do espaço urbano. Assim, a presente pesquisa propõe-se a estudar a relação entre o comércio retalhista e o consumo do espaço urbano.

1.6.1. Pergunta principal

A. Que relação existe entre o comércio retalhista e o consumo do espaço urbano?

1.6.2. Perguntas secundárias

A. Em que medida o comércio retalhista pode influenciar a geração de grandes quantidades de resíduos sólidos?

B. Em que medida o comércio retalhista pode influenciar na ocupação do espaço de circulação pública?

C. Em que medida o comércio retalhista pode influenciar no surgimento de novos empreendimentos comerciais e habitacionais?

1.7. Hipóteses

Para o presente trabalho, considera-se proposições testáveis, que podem vir a ser solução do problema, as seguintes hipóteses:

1.7.1. Hipótese principal

A. As actividades comerciais retalhistas têm desencadeado maior fluxo de comerciantes e, portanto, maior produção de resíduos sólidos, baixo fluxo de circulação urbana, , interferindo consideravelmente na gestão do solo urbano do MZ.

1.7.2. Hipóteses secundárias

A. As actividades comerciais retalhistas no MZ, estando a ser desenvolvidas em dois mercados próximos entre si, nomeadamente o MGZ e o MAS, e envolvendo um elevado número de operadores comerciais, têm produzido grandes quantidades de resíduos sólidos, chegando a ocupar um espaço superior ao previsto, originando a procura de outros focos (impróprios) para a deposição do lixo;

B. As actividades comerciais retalhistas do MZ têm envolvido muitos agentes formais e informais, dos quais alguns têm bancas fixas e outros são ambulantes, comercializando todo o tipo de produtos, reduzindo os espaços de separação entre as bancas, ocupando até os passeios a via rodoviária, o que causa problemas de saturação, principalmente no final do mês e nas horas de ponta;

C. As actividades comerciais retalhistas têm atraído vários investidores nacionais e estrangeiros, impulsionando o surgimento de mais empreendimentos comerciais nas áreas circunvizinhas do mercado;

1.8. Delimitação do tema

Para uma melhor abordagem do tema, o estudo limitou-se na identificação da relação entre do comércio retalhista e o consumo do espaço urbano. O mesmo foi efetuado no MZ, DMK na CM. Estiveram envolvidos neste estudo dois mercados municipais, nomeadamente: o MGZ e o MAZ, tendo-se como base os dados estatísticos das actividades comerciais retalhistas desenvolvidas naqueles locais no ano de 2022.

2. Revisão de literatura

Neste capítulo tomamos em consideração a colocação de Trindade (2022), citando (Zanella 2013), segundo o qual a revisão da literatura tem por essência apresentar os estudos e as diferentes correntes teóricas já desenvolvidas por outros que estudaram o tema. Dos estudos e correntes teóricas desenvolvidos a respeito do tema em estudo, destacamos alguns, abaixo discriminados:

Um estudo realizado por (Dos Santos, 2002), buscou compreender a dinâmica do comércio no bairro Manaíra, tomando como elemento principal os pequenos centros comerciais. O resultado do estudo mostra que os pequenos centros comerciais, dependendo do tamanho, da sua estrutura e da sua importância para a vida das pessoas, não apenas se adequam à dinâmica urbana do bairro, como também influem na definição da mesma, atraindo outras atividades comerciais e de prestação de serviços, criando, deste modo, novos fluxos de pessoas, de veículos e de mercadorias no bairro. E, diante da grande aceitação dos moradores, especialmente ante a população mais jovem, acredita-se que os pequenos centros comerciais já fazem parte da cultura dos moradores deste bairro e configuram-se, portanto, como novos elementos geográficos sociais, onde ocorrem diversas relações.

Das diferentes correntes teóricas aliadas ao tema em estudo, destacamos a Teoria dos Circuitos de Economia Urbana (TCEU) de Milton Santos. À luz desta teoria, Montenegro (2012) diz que os circuitos de economia urbana na sua dualidade podem ser superior e inferior. O superior é composto pela indústria moderna, os bancos, a indústria de exportação, serviços modernos atacadistas e transportadores modernos. A inferior é inerente ao resultado indirecto da modernização e constitui-se de forma de fabricação não capital intensivo, serviços não modernos fornecidos a retalho, comércio não moderno, de pequena dimensão, voltado na maior parte da vezes ao consumo dos mais pobres. Segundo o autor, estes circuitos podem subdividir-se em formal e não formal.

E foi baseando-se nestas teorias que mais tarde (Salvador, 2012) desenvolveu um estudo buscando compreender a cidade dos países subdesenvolvidos como um espaço banal, atentando para a expansão e a redefinição do circuito inferior da economia urbana no período atual. O autor concluiu que é importante considerar o facto de objectos geográficos serem utilizados por todos os agentes sociais (hegemônicos e não hegemônicos), os quais agem na produção do espaço sob

diferentes perspectivas: aqueles consideram o espaço como um recurso a ser explorado, calcando suas acções na geração intensa de lucratividades; já estes o consideram como um abrigo, buscando, predominantemente, sua sobrevivência frente à perversa realidade actual. O estudo também refere que o primordial é termos em mente de que o espaço é produzido por todos os agentes sociais e por todas as actividades económicas.

3. Enquadramento teórico

3.1. O Comércio e a Cidade

Vários autores relatam que o comércio terá surgido a partir de um processo de troca, isto é, sempre que uma ou mais pessoas tivessem necessidade de um produto que não fazia parte do *stock do seu celeiro*, procuravam-na comunidade vizinha, de forma que pudessem trocá-lo por um outro em sua posse. De maneira que naquele tempo, a troca era directa, não existindo a moeda como é o caso de hoje em dia.

Relacionado a isso, segundo Smith (1996), o homem, entretanto, tem a necessidade quase constante da ajuda dos semelhantes e é inútil esperar essa ajuda simplesmente da benevolência alheia. Ele terá maior probabilidade de obter o que quer se conseguir interessar a seu favor a autoestima dos outros, mostrando-lhes que é vantajoso para eles fazer-lhe ou dar-lhe aquilo de que precisa. É isto o que faz toda a pessoa que propõe um negócio a outro. *De me aquilo que quero, e você terá isto aqui, que você quer.*

Portanto seguindo esse raciocínio, o comércio segue com intenção clara de satisfazer a necessidade do outrem, adquirindo simultaneamente a satisfação de ambos. De tal sorte, a ausência da necessidade de outrem inutiliza imediatamente a hipótese de uma das partes exercer tal prática. E esta prática vem sendo exercida desde os primórdios da humanidade, tendo assumido várias modalidades no tempo e espaço, mercadoria e factor de troca.

Dos Santos (2002), retratando sobre a Revolução Industrial que surgiu no século XIX e a produção em massa como fontes de uma mudança significativa dessa forma primitiva de troca, diz que o homem deparou-se com a necessidade de organizar-se mais ainda, fundamentalmente no que diz respeito à criação de ambientes voltados para o armazenamento e escoamento de parte da produção oriunda das indústrias. Esses locais passaram a ser conhecidos como mercados ou locais de negócio, o que por sua vez ocasionou uma perturbação na organização socioeconómica tanto dos espaços urbanos, como dos rurais, levando com que vários cientistas e investigadores se engajassem na busca de teorias para a resolução do dilema.

E no âmbito da busca de teorias de suporte, julgou-se indispensável visitar a geografia económica. Segundo Mamigonian (2019), a geografia económica foi uma das chaves importantes na busca de conhecimentos para a resolução de problemas mundiais, nacionais e regionais.

Esta área da ciência dedica-se fundamentalmente ao estudo de situações económicas do espaço geográfico, tendo como foco a indústria, a produção, a distribuição e a organização espacial das actividades económicas. (Chorincas, 2002).

A geografia económica considera importante a combinação geográfica, em especial a combinação humana, pois através dela o homem interfere na natureza para organizar actividades agrícolas e industriais capazes de promover o desenvolvimento de actividades económicas. (Mendes, 2019).

Apesar dessa significativa importância ao longo do vigésimo século, surgiram escolas que viam a geografia económica como uma incógnita no comércio e na organização do espaço geográfico. Para Mamigonian (2019), a geografia económica e política, tão importantes até meados do século XX, foram sendo descartadas de maneira irresponsável, pelos sucessivos modismos, que propunham entre outras novidades substituir a pesquisa empírica, fundamental para os geógrafos, desde Humboldt pela matematização, que não passou de um simples empirismo abstrato. Para além desta crise existencial da geografia, este autor relata sobre a separação da geografia e história, fala do distanciamento entre geografia humana e a geografia física, entre outros aspectos que causaram sobremaneira uma forte crise de identidade na geografia, diminuindo assim a sua capacidade de análise dos problemas mundiais, nacionais e regionais.

Todavia nestes últimos anos tem se notado um crescimento considerável de estudos sobre a geografia do comércio, em particular nos países desenvolvidos e em desenvolvimento, que segundo Dos Santos (2002), estes países, adoptam o modo de produção capitalista como vector da organização espacial, pelo facto de haver uma perturbação da industrialização no processo da urbanização e no processo de reprodução do capital, que condicionaram a sociedade a mudanças de costumes e à adequação a novas formas de consumo, o que resulta na própria reestruturação do comércio.

De facto é inconcebível a mortificação da homogeneidade entre a geografia e o comércio, já que esta combinação assegura uma análise profunda sobre as influências que as actividades económicas, quer do nível industrial quanto de baixo rendimento, têm na produção e transformação do espaço geográfico, causando uma exartrose populacional e o crescimento da cidade, que são áreas de grande valor para a ciência geográfica.

Ainda sobre a geografia económica, Reis & Assis (2017), relatam que na perspectiva clássica, a geografia económica era estudada por geólogos e engenheiros, com foco nas paisagens agrícolas ou industriais, onde mais tarde teve inserção na abordagem teórico quantitativa, com a aplicação de métodos estatísticos e tratando do estudo localizacional. Na terceira fase da sua aparição, o autor relata que esta área do saber era regida pela ciência crítica da escola de sociologia de Frankfurt. Mais recentemente, estas pesquisas têm estado viradas para o paradigma da era do conhecimento, com a retomada do tema dos distritos industriais e da orientação de regime flexível.

E de uma forma conclusiva, este autor descreve que estes estudos discutem temas ligados à indústria dos serviços dos novos elementos da teoria de localização, das aglomerações produtivas e das perspectivas da cooperação no lugar da competição da influência da cultura na vida económica, incluindo o consumo a partir das mudanças contemporâneas, como a intensificação do processo de globalização e da sociedade/economia da informação e do conhecimento.

E partindo do pressuposto de que a maior parte dos comerciantes da área de estudo está focada no fornecimento de produtos para o consumo doméstico, julga se importante falar sobre o comércio retalhista. Segundo Zentes (2007), o comércio retalhista é um dos maiores sectores do mundo comercial. Está em permanente estado de mudança e o ritmo dessa mudança vem acelerando na última década. É o comércio mais próximo dos consumidores. De Almeida (2019) diz que é o comércio que representa a fase final da distribuição das mercadorias, competindo aos retalhistas a venda, ao público, das mercadorias em quantidades mais reduzidas.

Falando ainda sobre este tipo de comércio e sua influência Delloite (2013), afirma que, em 2011, levando em questão os 250 maiores retalhistas mundiais, verificou-se que 54% são especializados na comercialização de produtos de grande consumo, onde se inserem os retalhistas alimentares, o que reflecte a importância do sector e dos seus principais retalhistas.

3.2. A teoria dos Circuitos da Economia Urbana (TCEU)

De acordo com Montenegro (2012), em meados do século XX grande parte dos países periféricos observou uma grande aceleração no processo de urbanização, tendo sido acompanhada, diversas vezes, pelo processo de metropolização. Entre 1950 e 1960, houve um crescimento urbano na taxa de 4,8% contra 2,3% dos países desenvolvidos; e de 1970 a 1980 a taxa comparativa das duas alas continuava bastante elevada, sendo de 4,1% para os países pobres

e 1,3% para os países ricos. Todavia, segundo Montenegro (2012), este crescimento não poderia ser compreendido sem se levar em consideração o forte crescimento demográfico e o aumento da população economicamente activa em suas zonas rurais e urbanas, o que contribuía para o avanço dos fluxos migratórios para as cidades. E nas áreas urbanas de certos países subdesenvolvidos, verificava-se a chegada da indústria e a conseqüente modernização de determinadas parcelas de sua actividade económica. Doravante, Silveira (2008) diz que não se deve associar completamente o processo de urbanização dos países subdesenvolvidos à sua industrialização, já que a urbanização da sociedade e do território antecedeu em muito a industrialização e, ademais, muitas das suas cidades não foram alcançadas pelo processo de industrialização. Por isso Montenegro (2012) afirma que nestes países não houve uma proporcionalidade entre a evolução urbana, a instalação das modernizações e o aumento da mão de obra. Ou por outra, estes países depararam-se com grandes restrições na capacidade de absorção da força de trabalho por parte dos sectores intensivos em capital. Ainda Montenegro (2012), fazendo uma colocação de (McGree, 1977), afirma que esta situação gerou de um lado uma notável crise do emprego e, por outro lado, a propagação de uma gama de actividades urbanas de baixa produtividade que acolhiam grande parte da força de trabalho. Continuando, o autor defende que, sem demora, as grandes cidades desses países foram-se convertendo à forma de alvoroço, o que não foi acompanhado da provisão de bens e serviços universais.

A situação acima descrita suscitou, segundo Montenegro (2012), o início de reflexões teóricas sobre o processo de urbanização do terceiro mundo e suas características, essencialmente no diz respeito ao mercado do trabalho e o desenvolvimento económico.

Portanto, segundo Varnier (2021), a teoria dos circuitos da economia urbana proposta por Milton Santos em 1979 foi motivada por se terem detectado erros contidos na então interpretação económica dos países em via de desenvolvimento; sendo que a economia desses países era avaliada ou formulada nos países europeus, através de métodos importados. Para Montenegro (2012), devido à limitação na oferta de emprego por parte dos sectores intensivos em capital, a proliferação da pobreza e a existência de uma série de actividades produtivas que colhiam grande parte da força de trabalho nas cidades, houve o surgimento de diversas interpretações teóricas sobre o processo de urbanização e suas características. Tais teorias modernistas caracterizavam-se pela existência de um modelo dualista envolvendo duas alas de atuação: de um lado o sector

moderno e, do outro, o tradicional. Segundo este autor, tais teorias levam na sua abordagem a análise virada à urbanização do terceiro mundo, considerando não só a dimensão histórica com também a especificidade de seu espaço.

Aliado à dualidade dos circuitos inferior e superior, abordados no capítulo anterior, Silva (2015) diz que o circuito superior apresenta-se como detentora da alta tecnologia e modernização, tendo uma abrangência nacional e internacional, enquanto que o circuito inferior actua com frequência nas camadas mais pobres da população, contudo, segundo o autor, está deveras e bem enraizada na sua região.

Para Souza e Santos (2014), cada circuito tem atributo antagónico no que diz respeito à sua forma de actuação e áreas de influência. Seja como for, o facto não impossibilita que o consumidor do circuito superior consuma produtos do inferior ou vice-versa, mas isso acontece de forma escassa. O autor afirma ainda que a diferença básica e/ou fundamental entre os circuitos está na forma como o capital é aplicado, na organização das actividades e no que tem a ver com o uso da tecnologia.. A tecnologia, diz o autor, é característica do circuito superior; o uso desta de forma intensiva é primordial, ao contrário do inferior, que privilegia a mão de obra.

Uma vez que o comércio retalhista, (Montenegro, 2012), anteriormente referida, enquadra-se no circuito inferior da teoria dos circuitos de economia urbana, julga-se necessário fazer uma abordagem mais profunda sobre ela, para se aferir a sua implicação no consumo do espaço urbano.

3.3. Espaço Urbano

Segundo Correa (2004) o espaço urbano é um produto social, cheio de símbolos e campo de lutas, resultante de acções acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem o espaço.

E concordando com isso Carlos (2001) apresenta o espaço urbano como sendo um espaço geográfico e assim um produto histórico e social.

E voltando a (Correa, 2004), chegamos ao entendimento de que o espaço urbano pode ser produzido ou consumido por diferentes actores sociais. Desta forma, estes autores são concretos e não um mercado invisível, ou processos aleatórios actuando sobre um espaço abstrato.

Ainda na abordagem de (Correa, 2004), a acção destes agentes é complexa, derivando da dinâmica de acumulação de capital, das necessidades mutáveis de reprodução das relações de

produção e dos conflitos de classe que dela emergem. Uma vez que estes agentes, influenciam na produção e consumo do espaço urbano e sendo esta acção complexa, ela envolve um processo constante de reorganização espacial. E estes autores podem ser: os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o estado e os grupos sociais excluídos.

Assim, cada autor apresenta uma diferenciação na sua forma de actuação neste processo. Vejamos que, por um lado, os proprietários do meio de produção produzem o urbano através das grandes propriedades industriais e das grandes empresas comerciais, uma vez que necessitam de terrenos amplos e baratos, que satisfaçam requisitos localizacionais pertinentes às actividades de suas empresas (Correa, 2004). Por outro lado, os proprietários fundiários, estando interessados na conversão da terra rural em urbana, actuam no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades e interessados em que estas tenham o uso que seja o mais remunerado possível, especialmente para o uso comercial ou residencial. Encontramos também os promotores imobiliários que se destacam pela incorporação, financiamento, construção e comercialização de imóveis. Além dos três agentes anteriormente referidos, existe o Estado, que actua de forma complexa e variável, tanto no tempo como no espaço, reflectindo a dinâmica da sociedade da qual é parte integrante. E considerando apenas a ala capitalista, encontramos dentre várias acções, este agente a actuar na implantação de serviços públicos, como sistema viário, calcamento, água, esgoto, iluminação, parques, coleta de lixo, etc, interessando tanto as empresas quanto à população. E por último, temos os agentes sociais excluídos que actuam na produção ou consumo do espaço urbano, como uma forma de resistência, e ao mesmo tempo, uma estratégia de sobrevivência, ou por outra, resistência e sobrevivência às adversidades impostas aos grupos sociais que abandonaram a zona rural ou provenientes de áreas urbanas submetidas às operações de renovação, que lutam pelo direito da cidade (Correa, 2004).

E isto nos leva a tomar o espaço urbano da cidade nos países em via de desenvolvimento como sendo um espaço banal.

3.3.2. O Espaço banal da cidade nos países subdesenvolvidos

Segundo Salvador (2012), o espaço é banal quando mediado pelas atracções de todos os agentes sociais e por todas as actividades económicas suscitadas por tais agentes, evidenciando, desta forma, desigualdades e combinações no que diz respeito aos anseios e acções dos mesmos. Este

autor, aliado às TCEU de Milton Santos, continua defendendo que a cidade nos países em desenvolvimento é banal, uma vez que nela tudo e todos tem ou buscam esse lugar, ou por outra, ela é marcada tanto por benefícios de modernização como pela vigência de formas de conforto, pela pobreza, pela desorganização, pela insuficiência de serviços públicos, que são também elementos decorrentes da modernização económica.

Buscando uma concordância a isso, encontramos Silveira (2006) dizendo que o espaço banal é o espaço onde as acções e os objectos modernos e perfeitos coexistem com os objectos ultrapassados. Ou por outra, é o espaço disponível para todas as pessoas, de todas as classes sociais e todo o nível de empresa ou instituição.

No mesmo contexto, Salvador (2012) diz que nos países subdesenvolvidos, muitas vezes o ordenamento ocorre antes do planeamento, ou seja, este é realizado privilegiando-se apenas a instância económica, negligenciando-se a social, política, cultural e ambiental. Assim, esses países são caracterizados por situações graves de desigualdades sócio espaciais, em que a maioria da sociedade vive em condição de pobreza, privada de usar o território dignamente, isto é, não tendo acesso eficaz a serviços sociais básicos, como educação, saúde, saneamento e lazer.

De modo que Salvador (2012), diz que a cidade é tratada como sendo o produto de uma totalidade, um grande mercado, onde todas as actividades, tanto do circuito inferior, quanto do superior, e todos os agentes sociais se fazem presentes, demonstrando diversos modos de produzir o espaço.

No tocante a isso, Salvador (2012) faz mais uma vez abordagem dos ensinamentos de Milton Santos, destacando que o circuito superior origina-se e reproduz-se diretamente da modernização económica. Enquanto que o circuito inferior é oriundo de actividades de pequena dimensão, onde, de forma geral, são bastante enraizadas na escala do local, mantendo assim relações privilegiadas com a cidade ou a região em que estão. Neste caso, circuito inferior vem se demonstrando como ninho da camada social menos favorecida, e por causa disso, vê-se subordinado aos interesses dos agentes do circuito superior. Doravante, é nesse circuito onde se encontra concentrada a maior parte da força motriz trabalhista, onde desenvolvem diversas actividades, na maior parte delas de pequeno porte e com menor remuneração. Porém essas actividades envolvem massas, e trazem um contributo notável para a economia do país.

Segundo Salvador (2012), o planeamento do espaço nos países em via de desenvolvimento é na maior parte das vezes influenciado por interesses externos, de tal maneira que os mesmos são desenhados olhando para as ideias pensadas dos agentes de países do centro capitalista, o que de certa forma energiza relações de dependência das relações existentes entre os países em causa. Todavia embora existam essas relações, o acordo muitas das vezes não confere vantagens plausíveis para os países em vias de desenvolvimento, senão para o país capitalista ou financiador ou ainda apenas para os agentes hegemónicos. Este facto leva a que, de certa forma, o ordenamento territorial atenda a uma minoria dos interesses da população, já que nesses países a maior parte da população é desfavorecida. Tal como aborda (Salvador, 2012), fazendo uma análise dos processos de planeamento do espaço nos países em via de desenvolvimento, onde frequentemente o ordenamento é centrado nos agentes imobiliários, dando o entendimento de haver uma troca comercial, provocando desta feita, uma exclusão da maior parte da sociedade.

3.4. O comércio e o consumo geográfico

Os estudos sobre a geografia do comércio e o consumo iniciaram em meados de 1950 e 1960 através das pesquisas desenvolvidas por Sporck, Delobez e Brian J. Berry. Deste grupo de autores, o último é associado à Teoria dos Lugares Centrais, cuja essência é entender a existência de um sistema urbano e compreender a organização das bases económicas dos lugares sobre o comércio.

Nos últimos anos tem havido vários debates geógrafos, tanto comerciais quanto sociais, sobre o estudo do consumo espacial. Do facto resulta a existência de um lote de estudos cujo foco é o consumidor e as desigualdades sócio-espaciais eminentes no comércio retalhista. (Goncalves, 2017).

Já no século XIX, (Silva, 2014) faz menção a Merreme-Shoumaker e Alain Metton, que abordaram as formas de comércio a partir da sua localização, trazendo um entendimento no qual o espaço geográfico dependia da visão economista, ou seja, cabia a este a determinação da ocupação do mesmo, dependendo da magnitude do investimento ou as formas de comércio aplicados. Assim, percebe-se através desta teoria que a localização é uma das componentes que assegura a reprodução do capital.

No mesmo contexto, Silva (2014) defende que as formas do comércio e o consumo tornam-se elementos da realidade que auxiliam a compreensão do movimento geral da produção do espaço

urbano, ou seja, o comércio e o consumo não têm o fator económico como elemento central de análises, mas sim a dimensão social que as formas engendram e, ao mesmo tempo, permitem revelar o movimento da reprodução do espaço geográfico. Este autor afirma ainda que os espaços comerciais e o consumo apresentam múltiplas possibilidades de leituras, porque as formas comerciais permitem a reprodução de relações específicas que são produzidas em determinados momentos históricos, na medida em que novas sociabilidades, novos padrões de consumo, novos modos de vida e de estrutura social vão se impondo. Desta forma, os dois factores (comércio e consumo) dialogam com as demais formas no processo de reprodução do espaço geográfico, enquanto processo maior de produção de vida humana. Por esta razão, é importante destacá-los como elementos para o estudo do espaço geográfico.

Ainda (Silva, 2014) refere que o comércio foi a chave mestra para o nascimento das cidades e estas, por sua vez, proporcionaram a evolução das formas de comércio, mostrando claramente uma relação de dependência entre um e outro, de tal maneira que é necessário desenvolver sempre um estudo preliminar sobre a forma como uma determinada cidade poderá gerir questões de âmbito comercial em relação à sua alocação e expansão no espaço geográfico, de maneira a assegurar o desenvolvimento de um comércio sustentável.

Da mesma forma, (Silva, 2014) aborda que as formas de comércio contém e refletem o nascimento de transformações da sociedade, de tal maneira que os dois caminham lado a lado com a sociedade mundial, sendo que de forma simultânea o modo de produção da sociedade interfere na criação das formas de troca e nos espaços comerciais. O autor apresenta George, Beajeu-Garnier e Delobez, como os protagonistas dos métodos que visavam dar a entender as magnitudes do comércio, as práticas do consumo como ferramentas imprescindíveis para a análise do espaço geográfico e no movimento geral de circulação do capital como participantes do processo de reprodução do espaço geográfico. Destacou ainda Walter Christaller como sendo patrono da Teorética Quantitativa, cuja abordagem central eram estudos vinculados na construção e explicação de modelos e padrões espaciais de distribuição dos estabelecimentos comerciais da cidade.

Continuando com a colocação de (Silva, 2014), destacamos ainda a fundamentação segundo a qual o espaço geográfico é tomado no tempo e no espaço com o objectivo de decifrar a dimensão material de um lugar na sociedade em concordância com a dinâmica existente, submetendo esta

articulação dentro de uma estrutura capitalista onde o foco é essencialmente o lucro. Seja como for, olhando para a realidade na actualidade, podemos encontrar outros aspectos imateriais envolvendo os valores sociais e culturais embutidos na lógica do consumo, tal é o caso da qualidade da vida da população abrangida pelo espaço geográfico onde essas actividades comerciais são desenvolvidas.

Por sua vez, (Pintaundi, 1981) traz uma abordagem na qual o consumo deixa de ser anexo à produção, passando a fazer parte essencial do ciclo de reprodução do capital, podendo se antecipar à própria produção, criando o consumidor antes do produto a ser consumido. Ou por outra, ela traz uma abordagem cujo espaço geográfico é colocado como garante da compreensão da natureza do espaço, enquanto produto e condição para a reprodução social, tal como defende (Silva, 2014), apresentado nesta pesquisa anteriormente.

Conforme Silva (2014), o comércio surge como parte essencial das condições de vida da sociedade e também como produto deste, numa conexão retórica e histórica. Desta forma, o comércio problematiza-se dentro do processo de reprodução do espaço geográfico, tornando-se no factor e produto para a concepção das relações de produção que se estabelecem entre os homens na sua prática quotidiana. Tal como defende (Pintaundi, 1999), as formas comerciais são, antes de mais nada, formas sociais, pois através dos intercâmbios sociais que tem surgido iniciativas do desenvolvimento de actividades comerciais, como forma de responder a uma dada necessidade. Desta feita, analisar as formas comerciais, que são espaciais e históricas por essência, permite-nos verificar as diferenças presentes no conjunto urbano e entender das distinções que se delineiam entre espaços sociais. Assim, pode-se concluir que as formas sociais dão ensejo a análise das diferenças.

Dentro deste pensamento, importa-nos também fazer referência a (Carrera, 1994), distinguido pelos estudos efetuados em Barcelona, onde analisou as mudanças ocorridas mediante o consumo. Este autor realizou também várias pesquisas sobre o papel desempenhado pelo consumo e seu crescimento articulado ao espaço, tendo apresentando novas percepções de análise ao conectar as actividades terciárias no contexto do consumo geral.

Concordando com isso, encontramos também Overton (2010), que relata sobre o interesse dos geógrafos na produção social do espaço, procurando entender os significados e valores que são atribuídos ao espaço e aos processos sociais, culturais e políticos.

Ainda sobre o consumo do espaço geográfico, destacamos (Silva, 2014), que em mais de uma das suas colocações, faz uma ligação com a nossa área de estudo. - BZ, relata que o consumo passou a se estabelecer como meio de reprodução social, onde as mercadorias se tornaram suportes da discussão do processo de reprodução do modo capitalista, já que a produção em larga escala, a distribuição mais rápida e eficiente, aliadas também aos meios de transporte, contribuem para o aumento do ritmo de circulação do capital no espaço geográfico.

Em outras palavras, através das formas de comércio, vai se alcançar a união entre as etapas do processo produtivo, evidenciando-se a circulação, troca e consumo de bens, pessoas e serviços contidos na dinâmica socio-espacial geral.

Desta forma, através da vivência diária, diz o autor, chega-se a compreensão de que as formas comerciais são formas sociais e que a sua existência, maturação, sobrevivência e resistência se ligam ao movimento da vida em comunidade.

Não é de admirar que (Gonçalves e Da Silva, 2017) tenha chegado a conclusão de que as actividades comerciais estão associadas ao crescimento urbano, e que a actividade comercial esteja sendo tratada paulatinamente como uma real função urbana, fundamentalmente relacionada com processos de urbanização, destacando-se competências e dinâmicas que ultrapassam a tão conceituada função económica. E conectado a isso, Ortigoza (2010) aborda que no contexto histórico, a actividade comercial sempre pertenceu às cidades, ou seja, é ela que ocasiona o surgimento da cidade, devido à sua génese na organização interna, o que de certa forma auxilia na compreensão dos incontáveis movimentos que se desenvolvem no seu interior. E sendo essas relações dinâmicas, a cidade transforma-se num centro das decisões e as práticas de diversos actores, dentre os quais comerciantes, consumidores, promotores imobiliários, os produtores e fabricantes, sendo considerada ainda condição e meio para que essas práticas continuem a se realizar.

3.5. O comércio retalhista

O comércio retalhista constitui a pedra angular da economia de muitas áreas urbanas. Desde as feiras medievais até os modernos centros comerciais do fim do século XX, o comércio tem sido e continua a ser uma das principais formas de uso da terra das cidades. (Ortigoza, 2010).

Segundo Duarte (1997), o comércio retalhista é aquele que reagrupa o conjunto das actividades de compra de mercadorias destinadas a revenda ao consumidor ou utilizador formal, geralmente em pequenas quantidades e sem transformação significativa.

Por sua vez, De Jesus (2019), citando (Daud, 2017), apresenta o comércio retalhista como sendo aquele que se traduz em vender produtos e serviços directamente aos consumidores finais. O autor olha para esse tipo de comércio como uma actividade híbrida, pois são raros os que vendem apenas produtos, assim como os que comercializam apenas serviços, daí a razão da subdivisão: comércio retalhista formal e comércio retalhista informal.

Montenegro (2012), apresenta o comércio retalhista como parte do circuito inferior da teoria dos circuitos urbanos da economia, que se tem manifestado nos países em subdesenvolvimento. Trata-se do circuito mais virado ao resultado indirecto da modernização, em cujo foco e serviços não são modernizados e comércio de pequena dimensão, todos voltados fundamentalmente ao consumo dos mais pobres. Para a autora, estes circuitos podem ser divididos em dois parâmetros: comércio informal e formal. A autora faz também menção ao circuito superior, associado ao comércio bancário, indústria, exportação, serviços modernos atacadistas, indústria moderna, transportadores;

3.5.1. O comércio retalhista e o consumo do espaço urbano à luz da teoria dos circuitos inferior de economia urbana

Segundo Salvador (2012), no processo de produção do espaço, os objectos são progressivamente utilizados pelos diversos agentes sociais (hegemónicos e não hegemónicos), sob diferentes perspectivas. Os hegemónicos usam frequentemente os objectos com a finalidade de exploração do espaço como um recurso visando a geração de renda; ao passo que os não hegemónicos os empregam concentrados na sobrevivência, considerando assim o espaço como um abrigo, onde se procura a geração de renda mensal e, assim, a esperança do consumo. Em todo o caso, o autor refere que na actualidade os estados vem privilegiando as acções hegemónicas, o que não significa que não existam acções de outro tipo.

No nosso entender, é essa hegemonia que tem causado discrepâncias nas oportunidades de aquisição do espaço, de maneira que a ocupação ou consumo desta é reservada aos que, não

sendo de classe inferior, têm condições apropriadas e, de principio, objectivos concretos e pré-definidos.

Na mesma senda, Salvador (2012) afirma que o espaço está sob o domínio de interesses individualistas e conflitantes dos agentes dominantes, acabando por ser produzido de acordo com a lógica das desigualdades, contradições e combinações, tornando-se assim fragmentado.

Partindo do pressuposto de que o espaço pode ser produzido por diversos agentes sociais, pela diversidade de actividades económicas, tanto superiores quanto inferiores, acreditamos que chegaremos à compreensão das dinâmicas que definem a produção e/ou consumo do espaço urbano no BZ.

Ainda sobre os circuitos da economia urbana, Salvador (2012), afirma que estas sempre integram circuitos espaciais de produção, ou são eles mesmos exemplos destes, já que geralmente envolvem todas as fases do processo produtivo (produção, distribuição, comercialização e consumo).

Continuando com as colocações de (Salvador, 2012), no circuito inferior, o trabalho é intenso, sendo os capitais reduzidos e a organização burocrática dispensável. As jornadas de trabalho são longas e flexíveis, principalmente quando a actividade funciona conjugada à casa do agente comercial. O atendimento aos clientes pode dar-se em qualquer horário, inclusive de madrugada, dependendo das necessidades destes. No circuito inferior, a publicidade não é necessária, graças ao contacto direto que há com a clientela.

Tomando como ponto de partida o facto de ser um circuito que envolve massas, isto é, o comércio nesta ala é feito maioritariamente por meio do contacto direto entre o comerciante e o comprador, encontramos um conjunto de pessoas em movimento ao encontro da satisfação das suas necessidades. Os mesmos usam meio de transporte pessoal ou público, ao encontro de um comerciante, gerente de uma loja, banca, ambulante ou explorador dos passeios, a trabalhar sozinho ou com mais um ou dois ajudantes. O baixo preço do producto, a maior demanda e a insuficiência de funcionários no atendimento colocam vários consumidores na lista de espera num determinado espaço geográfico. Este facto leva-nos a abraçar e a concorrente (circuito inferior), como uma das protagonistas do consumo do espaço urbano.

3.6. Actividade Comercial no Município de Maputo

Segundo Stacciarini e Silva (2018), Maputo não só é a capital política e maior cidade de Moçambique, como também é o principal centro financeiro, corporativo e mercantil do país, possuindo diversas infraestruturas, actividades económicas, serviços médicos, educacionais, para além de sedear organizações comerciais e políticas do país. Isto concorre, segundo o autor, para a angariação de um percentual considerável do PIB em 20%. E do ponto de vista de industrialização, os principais ramos industriais encontrados na capital são metalúrgico, pesqueiro, alimentício, marceneiro e químico, maioritariamente influentes no crescimento actual da economia moçambicana a valores superiores a 7,5 % no PIB.

Por sua vez, Stacciarini e Silva (2018) afirmam que tal crescimento é acompanhado de desigualdades sociais, não se traduzindo em oportunidades concretas de emprego e renda para uma parcela significativa da população, que encontra grandes dificuldades para obter condições dignas de vida. Estes factores expressam-se nos indicadores sociais, não só de Maputo como também de todo o país, fazendo com que mais de 50% da população viva abaixo da linha de extrema pobreza.

Uma outra abordagem é colocada por (Chivangue, 2014) para quem o factor histórico aponta a incapacidade do governo, no que tange à gestão e geração de empregos, o que se reflecte na deficiência e ausência de postos de trabalho formais, levando a população à informalidade no desenvolvimento das suas actividades comerciais, como forma de escapar à miséria generalizada. Ainda no mesmo contexto, M'Bokolo (2011) afirma que o sector informal passou a assumir um papel preponderante na economia social do país, para além de ter se tornado uma fonte de ocupação e renda, concedendo a sobrevivência dum parte considerável da população. É um dos sectores causadores de grandes movimentos de estruturas urbanas da capital, onde as ruas passaram a ser ocupadas por milhares de empreendedores informais ambulantes, uma vez que todos procuram condições mínimas de mobilidade social e serviços básicos como educação, saúde e entretenimento. Portanto é nessa procura de meios de subsistência que a população engrena no comércio retalhista, sendo este de mais fácil aderência e execução, já que pode ser efectuado tanto na vertente formal, quanto informal.

E quanto a este aspecto, De Jesus (2019), fazendo menção à relevância das duas formas de comércio, refere que o sector formal é aquele que existe de forma legal, seguindo toda a

burocracia, impostos, tributos e políticas do governo, enquanto que o comércio informal funciona geralmente de forma ilegal, como aqueles que comercializam produtos piratas. Todavia, segundo o autor, ambos são de assaz importância, pois representam boa parte dos rendimentos da produção económica como um todo de forma tanto directa quanto indirecta.

Ainda no contexto do comércio na CM, Francisco (2006), refere-se à existência de um sistema nacional inclusivo de trabalhadores informais em busca de condições para a sobrevivência e mitigação da pobreza. Dentre centenas de actividades, destacam-se no meio urbano o comércio ambulante e microempresas, as actividades profissionais liberais como carpintaria, reparação de veículos, construção civil, serviços domésticos, actividades braçais em geral, a produção e comercialização artesanal, além de grande parte de suporte comunitário, urbano, dentre outras.

3.6.1. A dinâmica espacial e o comércio retalhista no MZ

Segundo Paganini e Ouana (2019), o MZ (actualmente dividido em Mercado Grossista de Zimpeto e Mercado Anexo de Zimpeto) é considerado o maior, no que concerne às actividades comerciais atacadistas em Maputo. Este mercado, localizando-se no extremo Norte de Maputo, foi fundado em 2006, com o objectivo de abastecer a CM e arredores com diferentes tipos de produtos provenientes de diferentes pontos do país, da África do Sul e da China. Possui mais de quinhentas bancas e parte dos seus proprietários não estão presentes no local, cabendo aos funcionários dos mesmos a venda e a gestão do *stock*. Dos produtos vendidos neste mercado, podemos encontrar a batata, cenoura, cebola, repolho, fruta (manga e laranja). Parte das laranjas são provenientes da África do Sul sendo que os restantes productos (cereais, feijão verde, pimento, hortícolas, frutas cítricas, etc.) são produzidos a nível nacional. Os preços dos produtos neste mercado variam de acordo com a época e a origem dos mesmos. Para o caso dos produtos provenientes da África do Sul, já que apresentam uma aparência boa e tendo em conta o custo de transporte, os preços destes são mais elevados em relação aos preços dos produtos nacionais. Ainda, Paganini e Ouana (2019) descrevem que neste mercado quase todos os produtos são vendidos de forma informal e não sofrem nenhum processamento. E as bancas existentes no mercado de Zimpeto são do tipo informal. A venda dos produtos é feita por meio de camiões, ambulantes, mesas, e no chão. Este mercado possui todos os tipos de produtos e serviços de transporte de mercadoria feitos por jovens desempregados, com o objetivo de ganhar algum dinheiro para a sua sobrevivência, sendo que a idade dos mesmos varia de 14 a 35 anos. Os

principais produtos comercializados neste mercado são alimentos frescos, frutas e legumes, para além de feijão e alimentos básicos, tais como Papa cozida, farinha de milho, açúcar, óleo, conservas, roupas, álcool e cigarros. Há no M.Z. pouca carne comercializada. Alguns comerciantes oferecem peixe seco. A cebola, a batata, a maçã, a pera e a uva vêm da região do Western Cape. A manga e citrinos vêm principalmente de Mpumalanga e Kwa-Zulu Natal. Vegetais como o tomate, cenoura, pimento e pepino são comprados em caixas directamente dos camiões e vendidos em pequenas unidades no Zimpeto. A margem é de 50% a 100% acima do preço de compra. A cenoura, o pepino e o pimento são vendidos entre 3 e 6 para cenoura ao preço que varia de 10 a 20 meticais, 4 pimentos ao preço de 10 meticais e 3 pepinos ao preço de 20 meticais. Em termos de infraestruturas, não existe uma área de mercado formal. Os camiões e os bakkies estão espalhados por todo o mercado, entre eles o retalhista no terreno. Não há instalações de processamento, não há restaurantes. Ainda Paganini e Ouana (2019) descrevem a higiene do mercado como sendo muito fraca. Em torno da área de mercado, existem retalhistas informais com bancas simples ou no terreno. A discussão no município mostra que há um interesse da Cidade em reorganizar o mercado e construir um novo mercado baseado no conceito de mercado grossista da África do Sul. A médio prazo, isto significaria também investimentos em infraestruturas, tais como cadeias de frio, processamento e armazenamento, bem como embalagem para posterior transporte nacional.

3.6.1.1. A dinâmica espacial e o comércio retalhista no MZ (Grossista e Anexo) na actualidade

De acordo com Moisés Covane, administrador do MAZ, o mercado anexo surge em 2011, como resposta à procura de espaço para albergar mais comerciantes retalhistas que se encontravam lotados no mercado grossista. Este mercado, sendo originalmente retalhista, possui 4500 operadores retalhistas, sendo destes 950 com espaço apropriado e condigno para o comércio e 3550 correspondente aos que tem operado no espaço ao relento ou em condições precárias, quer no chão, numa banca de madeira, ou de forma ambulante. Contudo, segundo o administrador, todos os comerciantes têm cumprido com as suas responsabilidades no que tange ao pagamento das taxas municipais.

De acordo com a observação feita, o MZ é dominado pelo circuito inferior de economia urbana, já que naquele local, é patente a alocação excessiva de vendedores retalhistas tanto informais

quanto formais, tanto em locais reservados para a prática das actividades comerciais quanto na via rodoviária.

Contudo, de acordo com o levantamento efetuado naquele local, foi possível encontrar dentro do mercado grossista um número considerável de vendedores retalhistas, tanto na entrada como no interior do mercado, cujo dados não foram fornecidos pela administração, já que este mercado é considerado grossista.

Figura 1 - Comércio retalhista dentro do mercado grossista do Zimpeto



Fonte: O pesquisador

Dentro da mesma jurisdição comercial, pelo menos 3 blocos residenciais dos moradores circunvizinhos tendem a desenvolver esta actividade, quer através da cedência de um espaço no seu quintal para a construção de um estabelecimento comercial, quer para a dispensação de todo o espaço habitacional para o efeito.

Figura 2 - Zona habitacional transformada em local de comércio



Fonte: O pesquisador.

De acordo com o Administrador do Mercado Anexo de Zimpeto, os dois mercados ocupam um espaço de 60ha, sendo 40ha reservados para o Mercado Anexo de Zimpeto e os restantes 20 reservados ao desenvolvimento de actividades grossistas.

Um outro aspecto observado no local de estudo é a concentração massiva de vendedores retalhistas informais nos corredores ou entradas das lojas consideradas formais, causando uma redução na transitabilidade dos utentes do mercado. A este espaço designamos por espaço banal, já que encontramos uma disputa por espaço entre vários actores, particularmente entre os vendedores ambulantes e os sedentários que se encontram nas bermas da via de acesso ao parque da Terminal Rodoviária de Zimpeto (TRZ).

No que concerne à gestão de resíduos sólidos, de acordo com os agentes de limpeza do CMCM, estes mercados dispõem de 4 contentores dispostos em locais opostos, sendo dois para cada um deles. E a recolha de lixo é feita duas vezes ao dia (de tarde e a noite).

Figura 3 - Contentores de lixo alocados no mercado de Zimpeto



Fonte: O pesquisador.

Para além destes contentores, existem outros pontos condicionados à prática de actividades comerciais ou pelo menos ao estacionamento de viaturas dos utentes ou comerciantes. Isso leva-nos a notar a necessidade de alguma intervenção em relação à gestão de resíduos sólidos produzidos por aqueles mercados.

Figura 4 - Ponto de dispersão de resíduos sólidos no MAZ



Fonte: O pesquisador

Um outro aspecto da actualidade do Mercado Anexo de Zimpeto é a concentração de retalhistas informais nos corredores e nas entradas das lojas formais. Segundo a administração deste mercado, este facto banaliza de certa forma o espaço de circulação dos utentes.

Figura 5 - Operadores retalhistas informais amontoados em frente de lojas formais



Fonte: O pesquisador

E ainda no que tem a ver com a banalização do espaço, no Mercado Anexo de Zimpeto é notório um confronto pelo espaço, entre os operadores de semicolectivos e os vendedores ambulantes e/ou sedentários que se concentram na via de acesso ao parque da TRZ.

Figura 6 - Operadores retalhistas concentrados na via rodoviária de acesso a TRZ



Fonte: O pesquisador

Neste mercado, tal como vimos nas imagens anteriores, são comercializados a retalho diversos produtos, desde vegetais (couve, folhas de feijão, pepinos, alface, matapa, etc) e Frutas (maçã, manga, banana, laranja, etc) Também se comercializa tubérculos cereais, mariscos, carnes, roupas, sapatos, mobiliários, eletrodomésticos, medicamentos, pastas, materiais de ferragem e construção. Essa comercialização é feita quer em contentores, barracas, banca, no chão, nos automóveis ou ambulante; tanto dentro como fora do mercado, no passeio, na via rodoviária como nas principais entradas do mercado e em todo canto onde circulam pessoas e viaturas, conforme as imagens abaixo.

Figura 7 - Operadores retalhistas nos passeios e entradas do mercado



Fonte: O pesquisador

4. Metodologia

4.1. Procedimentos

Duma forma geral, para a concretização deste trabalho foi efectuada uma pesquisa comportando várias etapas, desde a coleta documental e bibliográfica em revistas, sites eletrónicos, livros e dissertações inerentes ao tema em estudo. Com este levantamento, foi possível elaborar um pré-fichamento bibliográfico, os conteúdos inerentes a Economia Geográfica, tendo se chegado as TCEU de Milton Santos, que nos levou também a uma análise profunda sobre a relação do comércio retalhista e o consumo do espaço urbano. Foi efectuada similarmente uma pesquisa documental, com vista a obter dados quantitativos e qualitativos relativamente ao tipo de actividades comerciais desenvolvidas, suas influências e aos actores envolvidos. Também foi possível obter informações sobre a gestão de resíduos sólidos produzidos e a demanda dos utentes (compradores) daquela unidade comercial. Julgando-se importante também a colecta dos dados sobre o comportamento do tráfego rodoviário, face à dinâmica dos utentes comerciais e consumidores daquela área de estudo.

Fez também parte da pesquisa a observação directa com base numa visita exploratória ao local de estudo, onde se obteve informações sobre o número real dos operadores comerciais (em particular os retalhistas), o que potenciou a elaboração e exploração dos questionários.

4.2. Métodos

Para a formulação do problema, comprovação das hipóteses, até a conclusão, esta pesquisa foi sistematizada recorrendo ao método indutivo.

Segundo Richardson (1999), indução é o processo pelo qual, partindo de dados ou observações particulares constatados, podemos chegar a proposições gerais.

Na mesma ordem de ideia, Marcon e Lakatos (2009), diz que o método indutivo é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, para a realização deste trabalho, com o tema: *O comércio retalhista e o consumo do espaço urbano*, recorreremos ao método indutivo, visto que é um método de pesquisa que parte de premissas dos factos observados para chegar a uma conclusão, que contém informações sobre factos ou situações não observadas, em que as premissas que formam a base de argumentação apenas se

referem a alguns casos. Em outras palavras, diríamos que este método, conduz-nos apenas a conclusões prováveis, dependendo do comportamento das premissas.

4.3. Tipo de pesquisa

4.3.1. Quanto a natureza ou finalidade

Trata-se de uma *pesquisa aplicada*, uma vez que objetiva gerar conhecimentos para a aplicação prática dirigida à solução de problemas no âmbito da sociedade. (Gil , 2008).

4.3.2. Quanto ao objectivo

Para o desenvolvimento deste trabalho foi usada a pesquisa descritiva, uma vez que tem como objectivo a descrição das características de uma determinada população ou fenómeno, ou então o estabelecimento de relações entre as variáveis. (Gil, 2008).

Com este tipo de pesquisa, foi-nos possível observar, registar, analisar os fenómenos sem, entretanto, entrar no mérito de seu conteúdo, dado que não abordamos um assunto novo, mas pretendemos dar novas visões sobre o caso (o comércio e o consumo do espaço).

Também foi acoplado a este, um outro tipo de pesquisa, a pesquisa exploratória. Esta, segundo Gil (2008), tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolha de dados

Para este estudo, foi usado não só o questionário, mas também a entrevista como instrumento exploratório, já que o questionário não se mostrava suficientemente satisfatório. Devido às suas características, este fechava e limitava o entendimento .

Segundo Gil (2008), a entrevista é uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano; e os dados obtidos são susceptíveis de classificação e de quantificação. Este instrumento julga-se vantajoso devido à facilidade de exploração activa e participativa do pesquisador, ao longo do seu trabalho.

E sobre o questionário ou inquérito, Richardson (1999), diz que é de facto uma entrevista estruturada. Enquanto para (Quivy, 1998), tratam o questionário como sendo um instrumento de observação não participante, baseada numa sequência de questões escritas, que são dirigidas a um

conjunto de indivíduos, envolvendo as suas opiniões e informações factuais, sobre eles próprios e o seu meio.

Neste caso, o questionário corresponde a uma forma sistemática e objectiva de colecta de informações com determinado foco de interesse. Tal é o caso da influência do comércio no consumo do espaço urbano.

Escolheu-se este instrumento como secundário, devido à sua concordância com os objectivos da pesquisa em acção, no que concerne à facilidade e rapidez na descrição e medição simultâneos de determinadas variáveis individuais ou grupais, permitindo perguntas unidimensionais ou múltiplas.

4.5. Procedimentos para a análise de dados

Uma vez que a pesquisa visa resolver uma inquietação específica, recorreu-se a interpretação dos resultados para melhor estudo dos dados. Recorreu-se também ao método quanti-qualitativo, que segundo Schneider (2017), pode fornecer uma complementaridade aos resultados, enriquecendo de certa forma as análises e discussões conclusivas. Neste caso, para os dados qualitativos, foi feita uma análise minuciosa de todo o material recolhido durante a pesquisa, desde as fotografias, os relatos das observações, os documentos fornecidos, o mapeamento da zona comercial, efectuado por meio de SIG, do qual resultou a elaboração do mapa da área de estudo e as demais informações disponíveis em artigos bibliográficos. Por sua vez, a análise dos dados quantitativos foi feita avaliando os resultados do inquérito dirigido aos vendedores, agentes de limpeza e colectores de lixo, aos moradores, aos transportadores de semi-coletivos, fiscais de transportes, automobilistas e aos utentes, recorrendo para tal ao software SPSS.

4.6. Caracterização da amostra

A amostra, conforme a tabela abaixo, é constituída por 192 indivíduos. E para que ela fosse mais representativa, incluiu: Administradores do mercado, operadores de semi-colectivos, fiscais de semi-colectivos, agentes do estacionamento, utentes (compradores), agentes de limpeza e coletores de lixo, operadores retalhistas, moradores e automobilistas.

Tabela 1 – Tamanho e composição da amostra

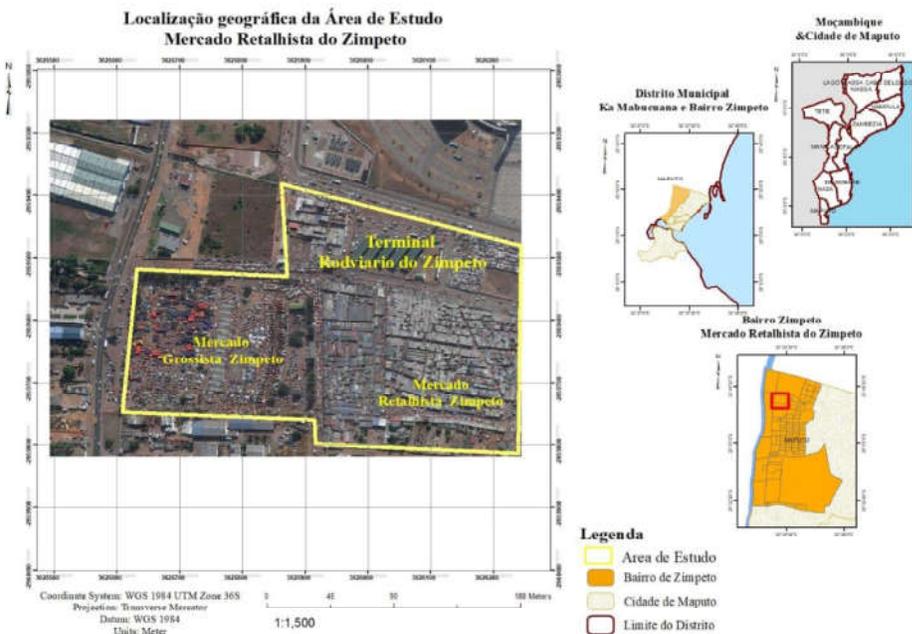
Tamanho e composição da amostra	
Integrantes	Quantidades
Administrador do mercado	2
Operadores de semi-colectivos	28
Fiscais de semi-colectivos	6
Agentes do estacionamento	4
Utentes (compradores)	46
Agentes de limpeza e coletores de lixo	4
Operadores retalhistas	52
Moradores	40
Automobilistas	10
TAMANHO DA AMOSTRA	192

Fonte: Levantamento feito pelo pesquisador no MZ.

4.7. Área Geográfica de Investigação

O MZ com uma extensão de cerca de 60 ha, localiza-se a norte da cidade de Maputo, nas margens da EN 1, no bairro de Zimpeto. O Bairro de Zimpeto, por sua vez, é um dos 63 Bairros do Município de Maputo. O Município de Maputo localiza-se na Baía com o mesmo nome e tem uma extensão de cerca de 308 km², incluindo os territórios do DM KaTembe e do DM KaNyaka. É limitado a Oeste pelo Vale do Infulene, que o separa do Município da Matola; a Este, pelo Oceano Índico; a Sul, pelo Distrito de Matutuine e, a Norte; pelo Distrito de Marracuene.

Figure 8 - Localização geográfica da área de estudo



Fonte: Produzido pelo pesquisador

O BZ é parte integrante da área jurisdicional do MM e localiza-se na parte norte do DMK. É limitado a Este pelo Bairro Magoanine C; a Oeste pelo Bairro Congolote (da Cidade da Matola), tendo como separação o Rio Infulene. A Norte, faz limite com o Distrito de Marracuene, tendo como divisão a Avenida denominada Grande Maputo, com uma pequena saliência que evolui pela Avenida de Moçambique até à rua que delimita a Sul da Academia de Ciências Policiais (ACIPOL). A Sul é limitado pelo Bairro Jorge Dimitrov, tendo como linha divisória a Av. Maria de Lurdes Mutola contornando a rotunda e prosseguindo por um caminho de pé posto até ao Rio Infulene. Segundo o levantamento efetuado, o bairro ocupa uma área de 1137,3056 ha, correspondentes a 11,373 Km² e é atravessado de Norte a Sul pela EN1. O Extremo mínimo do Bairro localiza-se a Norte junto da ACIPOL; é de cerca de 520,65 metros no sentido Este-Oeste. O extremo máximo é no sentido Norte-Sul partindo, da Rotunda de Malhazine até ao entroncamento entre a Av. de Moçambique e a Rua a Sul da ACIPOL numa extensão de 7.198 metros. De acordo com o trabalho de levantamento de campo, o BZ possui 89 quarteirões. Este número de quarteirões poderá vir a crescer, uma vez que está num processo de reestruturação administrativa.

4.8. Organização dos Instrumentos

De acordo com os objectivos da pesquisa, elaboramos um formulário de perguntas para uma entrevista semi-estruturada, dirigida aos administradores. É um questionário que procurou medir as atitudes, obedecendo a escala de medição de *Likert*¹, de maneira a colher a sensibilidade dos moradores, vendedores, operadores de semi-colectivos e fiscais, agentes de estacionamento, agentes de limpeza, colectores de lixo e os utentes (compradores), sobre o desenvolvimento da actividade comercial no MZ.

Esta técnica parte do princípio de que podemos medir as atitudes através das respostas verbais dos indivíduos, ou seja, das opiniões e avaliações que os sujeitos efectuam acerca de uma determinada situação. Neste âmbito, propõe-se ao sujeito uma série de proposições padronizadas e solicita-se o grau de acordo com cada uma delas. O conjunto de respostas obtidas indicará a direcção e a intensidade da atitude. (Da Costa, 2018).

Portanto, os questionário dirigidos aos vendedores, utentes do mercado, automobilistas, moradores do bairro, operadores do semicolectivo/fiscais, agentes de limpeza/coletores de resíduos sólidos e agentes do estacionamento são constituídos por 19 itens divididos em 3 diferentes secções:

Secção I – A influência do comércio retalhista na produção massiva de resíduos sólidos.

Secção II – A influência do comércio retalhista na ocupação do espaço de circulação pública;

Secção III – A influência do comércio retalhista no surgimento de novas edificações comerciais e habitacionais;

4.9. Procedimentos de colecta de dados

De acordo com os objectivos predefinidos para o estudo, elaboramos o plano de questões a que a pesquisa pretendeu dar resposta. E dada a natureza do objectivo definido, adoptou-se, como metodologia, *Questionários sobre a influência do comércio retalhista no consumo do espaço urbano*. Tais questionários foram dirigidos aos agentes de limpeza e recolha de resíduos sólidos, aos utentes dos mercados, aos moradores, aos operadores do semicolectivo, aos automobilistas,

¹ Uma escala tipo Likert é composta por um conjunto de frases (itens) em relação a cada uma das quais se pede ao sujeito que está a ser avaliado para manifestar o grau de concordância desde o discordo totalmente (nível 1), até ao concordo totalmente (nível 5, 7 ou 11). (Da Cunha, 2007).

aos agentes do estacionamento e aos vendedores. E o primeiro questionário, que se destinou aos agentes de limpeza e colectores de resíduos sólidos, e aos moradores; tinham por objetivo: averiguar em que medida o comércio retalhista tem influenciado na produção massiva de resíduos sólidos. Para tal, foram inquiridos para tal, 44 (quarenta e quatro)

Para o segundo questionário, destinado aos transportadores de semicolectivos, aos agentes do estacionamento e aos automobilistas e ficiais; visava averiguar em que medida o comércio retalhista tem influenciado na ocupação do espaço de circulação pública no bairro de Zimpeto. Aqui foram inquiridos 48 (quarenta e oito) indivíduos.

E terceiro questionário, destinado aos moradores, vendedores, agentes do estacionamento, foi tinha como objectivo: averiguar em que medida o comércio retalhista tem influenciado no surgimento de construções habitacionais e comerciais. Foram inquiridos 102 (cento e dois) indivíduos.

Enquanto as entrevistas foram feitas e dirigidas apenas aos administradores dos mercados, obedecendo o tipo semiestruturado e com algumas questões colocadas aquando da realização do trabalho. A entrevista consistiu em 5 questões que serviram de meios exploradores para o alcance dos objectivos da pesquisa. A pesquisa visava averiguar sobre o surgimento do mercado de Zimpeto, a capacidade, e outros aspectos inerentes à gestão do mesmo.

4.9.1. Descrição das Variáveis

No caso específico deste trabalho, foram considerados dois tipos de variáveis: Variáveis dependentes e variáveis independentes. As perguntas das subsecções que constituem os itens dos questionários foram consideradas variáveis dependentes, tendo sido destas que foi apurada a pesquisa quantitativa. E para as variáveis independentes, foram consideradas as perguntas da entrevista. Através destas e das observações feitas no local do estudo fez-se o apuramento dos resultados da pesquisa qualitativa.

Neste tipo de estudo, de carácter não experimental, a manipulação das variáveis independentes é impossível. E sendo esta a característica fundamental da pesquisa não experimental: as variáveis independentes “chegam ao pesquisador como estavam, já feitas.” Não são manipulados e já exercem os seus efeitos.

5. Limitações do estudo

Este trabalho teve como limitações:

- ✓ A indisponibilidade do pessoal administrativo do MGZ para tecer algumas considerações em relação aos comerciantes retalhistas espalhados ao redor daquele mercado, tanto no diz respeito ao tratamento dado a estes, a sua abundância, e o espaço ocupado pelos mesmos;
- ✓ A indisponibilidade de informações claras em relação ao tratamento dado aos retalhistas espalhados ao redor da Terminal Rodoviária de Zimpeto (TRZ).

6. Resultados da pesquisa

6.1. Análise dos dados e métodos estatísticos

Os resultados da pesquisa foram compilados e tratados a partir do programa de computador SPSS, pacote estatístico para ciências sociais na versão 2020. A análise estatística foi de índole descritivo, havendo a preocupação em extrair tendências e informações representativas a partir da análise dos dados. Procedeu-se, assim, à computação de frequências e percentagens das várias alternativas de resposta. No sentido de traduzir a informação recolhida em dados que pudessem ser tratados quantitativamente, procedeu-se à análise dos dados colectados, da totalidade das respostas abertas incluídas no inquérito. Houve a preocupação de criar secções exaustivas, ou seja, que uma mesma unidade de registo só pudesse ser incluída numa secção.

6.2. Análise dos resultados por categoria

6.2.1. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado na produção massiva de resíduos sólidos?

Do ponto de vista das Variáveis de Estudo, foi considerada cada pergunta uma variável (são no total 7 variáveis para este questionário) e as alíneas, as respetivas respostas.

Uma vez que todas as variáveis são discretas e nominais, o cálculo das medidas de dispersão torna-se irrelevante, devido à própria interpretação. A tabela 2 mostra a distribuição das frequências dos produtos comercializados no MZ, de onde se pode observar que dos 44 respondentes, a maior parte, cerca de 57% consideram que os alimentos, vegetais e carnes são os produtos mais comercializados no MZ. Entretanto, o Papel, papelão e plásticos ocupam o segundo lugar. Uma frequência acumulada dos respondentes, ou seja, cerca de 80% dos entrevistados consideram que estes produtos são os mais comercializados no MZ. Esta variável, mostra-se importante para a análise do objectivo deste questionário, pois estes produtos facilmente podem produzir em grande massa os resíduos sólidos. Na tabela 2, também pode se observar que cerca de 56,8% dos respondentes consideram que o tipo de resíduos sólidos comumente encontrado nas reservas do lixo são as carnes, vegetais e alimentos, seguido do papelão, papel e plásticos, cujo número de respondentes corresponde a 22.7%.

Tabela 1 - Que tipos de produtos são comercializados pelos operadores retalhistas?

Inqueridos	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulativa
Alimentos, vegetais e carnes	25	56.8	56.8
Papel, papelão e plásticos	10	22.7	79.5
Vidro e Metais	1	2.3	81.8
Outros	8	18.2	100.0
Total	44	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Na tabela 3, cerca de 47,7% dos inqueridos assumem que maior parte deste lixo provém dos retalhistas, seguidos pelos do mercado grossista, com 45,5%. Os moradores locais não têm influenciado muito na proveniência do lixo.

Tabela 2 - Qual é a proveniência destes resíduos sólidos?

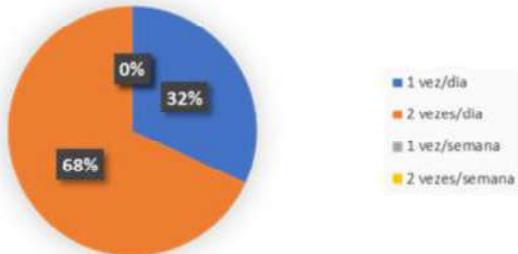
Inqueridos	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulativa
Grossista	20	45.5	45.5
Residentes do Bairro	3	6.8	52.3
Retalhista	21	47.7	100.0
Total	44	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

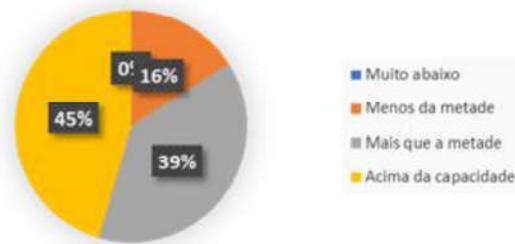
Questionados sobre a quantidade do lixo recolhido e a frequência da recolha do mesmo, a maior parte dos entrevistados considerou que se produz resíduos acima da capacidade das reservas do lixo que se dispõe e que muitas vezes se recolhe o lixo duas vezes ao dia, conforme pode se verificar nos gráficos de Pizza abaixo elaborados. Esta informação pode ajudar os responsáveis pela recolha de lixo, pois, é possível que se aumente o número de reservas de lixo ou de vezes da recolha do mesmo. Outros gráficos das demais variáveis poderão ser encontradas nos apêndices do presente trabalho.

Gráfico 1 e 2 - Frequência de recolha e quantidade do lixo produzido

Qual é a frequência da recolha de resíduos sólidos?



Qual é a quantidade do lixo produzido ou recolhido?



Fonte : Produzido pelo pesquisador

Prosseguindo-se com as análises, fez se tabelas cruzadas de dupla entrada para se obter mais informações acerca do objecto de estudo. A tabela 4 mostra várias variáveis que se fez as tabelas cruzadas.

Tabela 3 - Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no bairro de Zimpeto*Qual e a quantidade de lixo recolhido no mercado por dia.

Produtos		Menos que metade da capacidade	Mais que a metade	Acima da Capacidade	Totais???
Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no bairro de Zimpeto	Alimentos, vegetais e carnes	7	17	1	25
	Papel, papelão e plásticos	0	0	8	8
	Vidro e Metais	0	0	1	1
	Outros	0	0	10	10
Total		7	17	20	44

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Da tabela 4, acima descrita, pode se observar que dos 25 respondentes para os quais os alimentos mais comercializados pelos retalhistas são vegetais e carnes, 7 disseram que a quantidade de lixo produzido ou recolhido é menos que a metade; a maioria (17) dos entrevistados, considera que é mais que a metade. Dos 20 respondentes para os quais a capacidade do lixo produzido e recolhido no mercado está acima da capacidade, 8 assumem que os retalhistas comercializam mais os produtos como papel, papelão e plásticos, 1 considera que os retalhistas comercializam mais os

alimentos vegetais e carnes. A maior parte dos retalhistas que consideram que a capacidade do lixo recolhido esta acima da metade, comercializam os outros produtos.

Tabela 4 - Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no MZ*Qual é a proveniência do lixo amontoado na parte exterior da TRZ

Produtos		Qual é a proveniência do lixo amontoado na parte exterior da terminal rodoviária do Zimpeto			Total
		Dos Moradores	Do mercado Grossista	Do mercado Retalhista	
Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no bairro de Zimpeto	Alimentos, vegetais e carnes	2	10	13	25
	Papel, papelão e plásticos	0	0	8	8
	Vidro e Metais	0	0	1	1
	Outros	0	0	10	10
Total		2	10	32	44

Fonte: Produzido pelo pesquisador

A tabela 5, descrita acima, é referente à proveniência do lixo amontoado no exterior da terminal da rodoviária do Zimpeto e os tipos de produtos comercializados pelos retalhistas. Desta tabela, pode se observar que a maioria dos respondentes (25) consideram que os produtos mais comercializados são os alimentos, vegetais e carnes; maior destes (13) afirmaram que o lixo no exterior do zimpeto provém do mercado retalhista, 10 responderam que vem do mercado grossista e apenas 2 consideram que a fonte de lixo acumulado no exterior do mercado de Zimpeto provém dos moradores. Esta informação fa-nos considerar que o mercado retalhista tem influenciado muito no acúmulo de lixo, visto que também, há 8 entrevistados que responderam que os produtos comercializados são papeis, papelão e plásticos, e consideraram que o lixo fora do mercado de Zimpeto provém do mercado retalhista.

De uma forma geral, pode se dizer que o mercado retalhista é o que tem influenciado muito no acúmulo de resíduos sólidos no mercado de Zimpeto. Referir que os produtos mais comercializados no MZ (isto é, alimentos, vegetais e carnes) são maioritariamente vendidos a retalho. Contudo, verificou-se que o facto de ter reservas insuficientes, ou seja, não ter capacidade para armazenar todo o lixo produzido ao dia, o facto de o lixo ser recolhido poucas vezes (2) ao dia, influenciam também no acúmulo de resíduos sólidos. Desta forma, dois factores

também estão ligadas ao acúmulo de lixo, nomeadamente a frequência da recolha de lixo e a insuficiente capacidade dos depósitos ou reservas do lixo.

6.2.3.. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado na ocupação do espaço de circulação pública?

Variáveis em Estudo: Foi considerada cada pergunta uma variável (são no total 7 variáveis para este questionário) e as alíneas, as respetivas respostas.

Para o estudo da ocupação do espaço de circulação pública, primeiro foram consideradas as frequências de onde se pode observar que a maior parte dos entrevistados (cerca de 63%), consideram que se gasta cerca de 5 a 10 min para atravessar se o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene. Por outro lado, um cumulativo de 85% dos inqueridos assumiu existirem dificuldades para aderir ao parque e quanto aos motivos, a maioria, cerca de 31%, aponta que os vendedores são dos factores protagonizadores da fraca acessibilidade, seguindo o espaço do parque e por último, os problemas de fiscalização, com cerca de 29% e 27% respectivamente. A existência de um único acesso ao parque foi considerada como problema pela minoria. Perguntados sobre os motivos da dificuldade de transitabilidade, um cumulativo de 62.5% apontaram como motivos os compradores e vendedores retalhistas. De uma forma geral, maior parte dos entrevistados, considera os compradores e vendedores a retalho como os que muito dificultam a transitabilidade no MZ. Conforme as informações encontradas tabelas 7, 8 e 9 respectivamente, abaixo descritos.

Tabela 5 - Qual é o tempo medio despendido para atravessar o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene

	Frequência	Percentagem	Percentagem cumulativa
0 a 5 min	6	12.5	12.5
5 a 10 min	30	62.5	75.0
10 a 30 min	12	25.0	100.0
Total	48	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Tabela 6 - Tem tido dificuldades para aderir ao parque da TRZ

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
Sempre	28	58.3	58.3
As vezes	7	14.6	72.9
Muitas vezes	13	27.1	100.0
Nunca	0	0	100.0
Total	48	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Tabela 7 - Qual é o motivo da deficiência na transitabilidade do MZ

Respostas	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
Problemas de Fiscalização	13	27.1	27.1
Espaço de Parque	14	29.2	56.3
Via Ocupada por vendedores	15	31.3	87.5
Existência de único acesso	6	12.5	100.0
Total	48	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Tabela 8 - Qual e o motivo da deficiência na transitabilidade no MZ

Respostas	Frequência	Percentagem	Percentagem cumulativa
Vendedores Grossista	8	16.7	16.7
compradores Grossista	10	20.8	37.5
vendedores Retalhistas	10	20.8	58.3
compradores retalhistas	20	41.7	100.0
Total	48	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Conforme ilustrado na tabela 10, questionados sobre o tipo de passageiros (aos serviços de transporte?), dos 18 transportadores inqueridos, indicaram que na maior parte das vezes tem transportado vendedores e compradores; destes 10 entrevistados afirmaram que por dia atendem mais de 100 passageiros. Dos 48 entrevistados, nota-se que 13 tem atendido nos seus transportes um número considerável de compradores que chegam a ser mais do que 200 ao dia.

Tabela 9 - Que tipo de passageiros tem aderido ao transporte*Quantos passageiros tem atendido por dia

		Quantos passageiros tem atendido por dia				Total
		0 a 100	Mais de 100 e menos de 200	Mais de 200 e menos de 300	Mais de 500	
Que tipo de passageiro tem aderido ao seu transporte	Vendedores de Mercado	2	10	6	0	18
	Compradores	0	0	13	0	13
	Trabalhadores	0	0	11	4	15
	Outros	0	0	0	2	2
Total		2	10	30	6	48

Fonte: Produzido pelo pesquisador

6.2.4. Em que medida o comércio retalhista tem influenciado no surgimento de novas construções habitacionais e comerciais?

Variáveis em Estudo. Foi considerada cada pergunta uma variável (são no total 4 variáveis para este questionário) e as alíneas as respectivas respostas.

De acordo com o ilustrado na tabela 11, num total de 102 entrevistados, 60 (mais de três quartos) afirmaram que as residências circunvizinhas ao mercado retalhista têm se dedicado ao comércio. Este número corresponde a cerca de 59% do total, o que pressupõe que a existência do MZ tem contribuído para o crescimento do comércio no bairro, uma vez que as residências circunvizinhas praticam seu comércio neste mercado e constroem suas casas ao redor do mercado.

Tabela 10- Qual o número estimado de residências circunvizinhas ao mercado retalhista que tem se dedicado ao comércio.

Respostas	Frequência	Percentagem	Percentagem cumulativa
Mais de ¼	2	2.0	2.0
Mais da Metade	30	29.4	31.4
Mais de ¾	60	58.8	90.2
Todos	10	9.8	100.0
Total	102	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

A tabela 11, mostra também, que mais de dois terços dos entrevistados afirmaram que tem atendido por dia entre 50 a 100 clientes.

Tabela 11 – Quantos clientes tem atendido por dia?

Respostas	Frequência	Percentagem	Percentagem cumulativa
0 a 10	7	6.9	6.9
10 a 50	3	2.9	9.8
50 a 100	72	70.6	80.4
Mais de 100	20	19.6	100.0
Total	102	100.0	

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Tabela 12 - Quantas residências circunvizinhas ao mercado retalhista tem se dedicado ao comércio*Que tipo de comércio e desenvolvido pelo morador ou ocupante da moradia/edifício

Respostas		Que tipo de comércio é desenvolvido pelo morador ou ocupante da moradia/edifício		Total
		Retalhista	Outros	
Quantas residências circunvizinhas ao mercado retalhista tem se dedicado ao comércio	Mais de ¼	2	0	2
	Mais da Metade	30	0	30
	Mais de ¾	60	0	60
	Todos	8	2	10
Total		100	2	102

Fonte: Produzido pelo pesquisador

É possível verificar através da tabela 13 a relação entre o número de residências circunvizinhas ao MAZ dedicados ao comércio e o tipo de comércio desenvolvido, de tal maneira que fica evidente que 3 em cada 4 residências, dedicam -se ao comércio e do comércio praticado, 98% é de carácter retalhista.

Tabela 13 - A quem pertencem os edifícios/espços usados para o comércio*Que tipo de produtos são comercializados pelos retalhistas?

Respostas		Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas				Total
		Alimentos	Papel	Vidros	Roupas	
A quem pertencem os edifícios usados para o comércio?	Proprio	30	0	0	0	30
	Alugado	28	18	2	14	62
	Emprestado	0	0	0	10	10
Total		58	18	2	24	102

Fonte: Produzido pelo pesquisador

Conforme ilustra a tabela 14, podemos observar que, dos 58 inquiridos, que responderam que os produtos alimentícios são um dos mais comercializados pelos retalhistas, 30 assumem que os edifícios que são usados para o comércio são próprios e o remanescente está alugando. Ou seja, apenas 29% dos comerciantes tem instalações próprias. Por outro lado, verifica-se que dos 30 donos de seus próprios edifícios, nenhum se destina a venda de papel, vidros e roupas, os que vendem estes produtos estão alugando os edifícios. Também pode se observar que todos com

edifícios emprestados destinam-se à venda apenas de roupas. Desta forma, sugere-se que os que vendem os alimentos a retalho tem influenciado muito na construção dos novos edifícios, não obstante, muitos também tem construído edifícios para o aluguer.

6.3. Análise dos resultados dos dados qualitativos

As entrevistas que constituíram as variáveis independentes tinham como objectivo: Averiguar sobre o surgimento do mercado, a capacidade, e outros aspectos inerentes a gestão do mesmo.

Dos resultados obtidos através da entrevista aos administradores, (através da questão 2, pedindo que os inqueridos falassem em termos numéricos, dos agentes comerciais e tipologia de comércio) encontramos que o MGZ é maioritariamente ocupado pelo comércio grossista e com cerca de 640 vendedores e não há um número registado de retalhistas que se encontram espalhados nos arredores do mercado. E o MAZ é ocupado totalmente por retalhistas num número total 4500 vendedores. E fazendo uma conexão com a questão 3, (que inqueria sobre o espaço total ocupado pelo mercado em hectares), encontramos, segundo a informação fornecida pelo administrador do MAZ, que na sua totalidade são 60 hectares, dos quais 40 são ocupados pelo mercado retalhista, restando apenas 20 para o grossista. Isto leva-nos a apurar que 67% do espaço do mercado é ocupado pelo comércio retalhista. E mais de 87 % dos comerciantes do MZ são de carácter retalhista.

As questões 5 e 7 não tiveram profundidade na sua resposta, tendo sido recomendado a colher mais informações sobre o assunto aos outros intervenientes. Uma vez que a gestão de resíduos sólidos e dos comerciantes nas áreas circunvizinhas estão fora da jurisdição da administração do mercado, segundo a informação dada pelos administradores.

Assim sendo, aliado aos resultados acima descritos e as observações feitas pelo pesquisador na área de intervenção, fica patente o domínio do comércio retalhista naquela unidade comercial, não só em termos numéricos, como também espaciais.

6.4. Discussão dos resultados

6.4.1. Confrontação com as hipóteses

Ao definir hipótese, Gil (2008) afirma que ela é uma suposta resposta ao problema a ser investigado. Ou seja segundo este autor, é uma proposição que se forma e que será aceite ou rejeitada, somente depois de devidamente testada.

Portanto, por hipótese, entendemos que é uma hipotética solução remetida a explicar temporariamente um problema, até que os factos venham a impugná-la ou confirmá-la, servindo também como um sustento para a definição da metodologia de pesquisa, uma vez que no decorrer da pesquisa, o pesquisador deverá confirmá-la ou rejeitá-la absolutamente ou parcialmente.

Ao confrontar as hipóteses com os resultados obtidos na pesquisa, tivemos o seguinte resultado:

Para a 1ª hipótese “As actividades comerciais retalhistas no MZ, estando a ser desenvolvidas por dois mercados próximos entre si, e envolvendo um elevado número de operadores comerciais naquela área, tem produzido muitos resíduos sólidos, chegando a ocupar um espaço superior ao previsto, originando a procura de focos impróprios para a deposição do lixo”;

Analisando o resultado da pesquisa, tivemos nas subsecções 1), 2), 3) e 7) da primeira secção do questionário lançado aos agentes de limpeza, aos coletores de resíduos sólidos e aos moradores respetivamente: *Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no MZ? Que tipo de resíduos sólidos urbanos são encontrados no depósito de lixo no MZ? Qual é a proveniência destes resíduos sólidos? Qual é a proveniência do lixo amontoado na parte exterior da TRZ? De acordo com os resultados da pesquisa, relacionando a subsecção 1) e 2); concluímos que os produtos comercializados no mercado retalhista ou pelos retalhistas do mercado grossista, são aliados aos resíduos sólidos encontrados no depósito de lixo, com 68% dos inquiridos comprovando que os resíduos sólidos da área comercial são maioritariamente produzidos pelo mercado retalhista. Enquanto que na subsecção 7) deste questionário, 48% dos inqueridos afirmaram que os resíduos sólidos são produzidos pelo mercado grossista, contra os 45% que tiveram um posicionamento contrário. Todavia, segundo as nossas análises, aliadas aos resultados obtidos nas entrevistas, 67% do espaço total do mercado é ocupado por retalhistas e estes constituem 87% do total de vendedores do MZ. E aliado ao comportamento dos resultados dos dados, encontramos na subsecção 8), 73% dos inquiridos a afirmarem categoricamente que os resíduos sólidos espalhados em lugares impróprios, concretamente na parte exterior da terminal rodoviária são provenientes do mercado retalhista. Com isto, podemos apurar sem sobressaltos que os retalhistas são os maiores produtores dos resíduos sólidos encontrados naquele mercado, tanto nos contentores, quanto em lugares impróprios, que consomem de certa maneira o espaço urbano.*

No que respeita a 2ª hipótese, “*As actividades comerciais retalhistas do MZ tem envolvido muitos agentes formais e informais, que comercializam todo tipo de produtos, sendo uns fixos e outros ambulantes, chegando a ocupar a via rodoviária, os passeios e até mesmo reduzindo os espaços de separação entre as bancas, o que tem causado problemas de saturação, principalmente no final de mês e nas horas de ponta; Analisando os resultados das subsecções 4), 5), 6) e 7) da segunda secção do questionário lançado aos transportadores de semicolectivos, aos agentes do estacionamento e aos automobilistas e ficiais, respetivamente: Qual é tempo médio despendido para atravessar o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene? Tem tido dificuldades para aderir ao parque da terminal da terminal rodoviária? Qual é o motivo da deficiência na transitabilidade no Zimpeto? Quem são os proprietários das viaturas estacionadas no passeio entre a Terminal Rodoviária e o Estádio nacional do Zimpeto?* Tivemos os seguintes resultados:

No que respeita ao tempo que os automobilistas e transportadores levam para percorrer o percurso da ponte de Zimpeto e cruzamento de Matendene ou vice-versa, correspondentes a estimados 1,5 Km, na hora normal, 63% dos inquiridos afirmam que levam de 5 a 10 minutos, sendo que na hora normal do dia, 56 dos inquiridos, afirmaram que tem levado 0 a 5 minutos para fazer o percurso de 1,5Km. Enquanto isso, 58% dos transportadores semicolectivos, afirmaram categoricamente que sempre tem tido dificuldades para aderir ao parque da terminal rodoviária do Zimpeto. E sobre as causas da deficiência à aderência ao parque, 56% dos inquiridos afirmaram que o espaço tem sido ocupado pelos vendedores que se encontram ao redor do parque e na entrada do mesmo, contra 42% que alegaram problemas da insuficiência do espaço no parque e excesso de viaturas. E por último, 41% dos inquiridos afirmou que as viaturas estacionadas nos passeios e outros lugares de circulação pública são pertencentes aos compradores retalhistas. Assim, há uma igualdade de opiniões na escala de 21%, em relação aos que indicaram os vendedores retalhistas e compradores grossistas como sendo os proprietários das viaturas. Conforme a nossa análise a estes resultados, são na totalidade cerca de 62% dos inqueridos que associaram a enchente de viaturas aos retalhistas, uma vez que mesmas viaturas encontram-se concentradas do lado do mercado retalhista e não grossista. Podemos também afirmar sem reservas que as actividades comerciais retalhistas têm influenciado consideravelmente na ocupação do espaço urbano. Sendo também esta hipótese válida para esta pesquisa.

No que respeita a 3ª hipótese, “*As actividades comerciais retalhistas tem atraído vários investidores nacionais e estrangeiros causando o surgimento de mais empreendimentos naquela localidade*”; analisando os resultados das subsecções 1, 2 e 3 da terceira secção do questionário, respetivamente: *Quantas residências circunvizinhas ao mercado retalhista tem se dedicado ao comércio? Que tipo de comércio é desenvolvido pelo morador ou ocupante da moradia/edifício? A quem pertencem os edifícios usados para o comércio?* Tivemos o seguinte comportamento nos resultados: No que respeita a abundância de residências circunvizinhas ao mercado que praticam a actividade comercial, encontramos que mais de três quartos dos moradores (75%) transformaram as suas residências, ou pelo menos os seus espaços de lazer, em espaço comercial. Assim, dos inquiridos, 98% afirmaram que as actividades comerciais desenvolvidas naquele lugar são retalhistas. E segundo a nossa observação, no âmbito do levantamento de dados, notamos que os produtos abundantemente comercializados são alimentícios, bebidas alcoólicas, calçado, roupa, carvão, e outros ligados ao cabeleireiro e bijuteria. No que diz respeito a pertença de tais empreendimentos comerciais, 61% dos inquiridos afirmaram que os espaços são alugados. Fazendo uma avaliação geral desta hipótese, podemos afirmar também de forma categórica que é válida, já que esta actividade tem se alastrado ao longo do primeiro e segundo blocos paralelos ao mercado retalhista ou anexo de Zimpeto, mas também pelo facto de aqueles estabelecimentos comerciais pertencerem não só a comerciantes nacionais, como estrangeiros (africanos e asiáticos).

7. Conclusões e recomendações

7.1. Conclusões

Este trabalho concentrou-se em averiguar uma série de factores relacionados com o comércio e o espaço urbano, buscando responder a seguinte questão de pesquisa: Que relação existe entre o comércio retalhista e o consumo do espaço urbano no Mercado de Zimpeto? De forma a responder a esta questão, o trabalho buscou ramificá-la em três sub- perguntas que, de certa forma, poderiam garantir a exploração de outros fatores que directa ou indirectamente facultariam uma compreensão sobre a inquietação em causa. Dentre as sub-perguntas elaboradas para o efeito, procuramos averiguar em que medida o surgimento de novos empreendimentos comerciais e habitacionais que conquistam o espaço naquela localidade, tem associação com o tipo de actividades comerciais desenvolvidos. Uma outra sub-questão que serviu de foco de averiguação, buscou também compreender em que medida o comércio retalhista tem influenciado na ocupação do espaço de circulação pública, que de certa forma tem sido uma quebra cabeça naquela localidade. E por último, dada a notável aparição de resíduos sólidos espalhados em vários pontos, ao redor do MZ, principalmente no MAZ, buscou se entender em que medida o comércio retalhista, tem influência não só na produção, como também na deposição destes resíduos em locais impróprios.

7.2. Resultados sobre a relação entre o comércio retalhista e a produção do espaço urbano

7.2.1 Os resíduos sólidos produzidos pelos retalhistas são um dos factores de ocupação do espaço

Da relação entre a produção e deposição inapropriada de resíduos sólidos em vários pontos do MZ, partindo do pressuposto de que o ambiente urbano é o maior palco de produção de resíduos sólidos, por conta da alta densidade populacional, dos avanços tecnológicos, e do crescimento notável de centros comerciais, (Gomes e Antonio, 2008). De acordo com os resultados da pesquisa, observou-se que por conta da aglomeração de operadores comerciais em dois mercados interligados, apesar de o CMM ter alocado dois depósitos de lixo em cada mercado e efectuar a recolha de lixo duas vezes ao dia. Tem se notado ainda a insuficiência na capacidade destes depósitos, já que encontramos a todo momento, os depósitos cheios e resíduos espalhados ao redor dos depósitos. Encontramos também resíduos sólidos espalhados em outros lugares inapropriados. E das origens destes resíduos, consta da averiguação que os maiores produtores

são, sem dúvida, o MAZ, o vulgarmente conhecido como retalhista. Portanto foi possível através desta averiguação concluir que, de certa forma, a actividade comercial retalhista daquela unidade comercial, ligada a aglomeração de operadores comerciais, tem concorrido sobremaneira na produção massiva de resíduos sólidos e conseqüentemente na ocupação de espaço urbano.

7.2.3. Os novos empreendimentos comerciais retalhistas são um dos factores de ocupação do espaço urbano

Encontramos também como um dos factores para o consumo do espaço urbano, o surgimento de novos empreendimentos comerciais naquele lugarejo. Sustentados nos ideais de (Paixão e Abramo, 2008), para quem a actividade imobiliária molda o espaço urbano a partir da acção dos empreendedores urbanos e que a estruturação urbana é marcada por se configurar em uma constelação de localizações (bairros) homogêneas, quanto ao perfil socioeconômico dos seus habitantes. E aliado aos ideais (Jacobs, 2011), onde debruça acerca dos bairros da cidade e os seus moradores, afirmando que no bairro é onde as pessoas dedicadas a profissões ou a negócios específicos ou preocupadas com determinados problemas trocam ideias e às vezes começam a agir. Encontramos no decorrer do estudo uma tendência comportamental que nos levou a abraçar estes ideais, já que inúmeras moradias estão sendo transformadas não só em locais de venda de produtos de primeira necessidade, mas também como em locais de lazer. Esta situação eminente leva-nos a entender que existe uma relação entre a dinâmica do comércio e o aparecimento de novos empreendimentos arquitetónicos. Na medida em que o comércio, no nosso entender, carrega consigo não só aspectos económicos como também sociais, através da proximidade e da troca de experiências entre os seus actores. Neste sentido, há que ter sempre em conta a possibilidade da expansão do comércio não só em termos económicos como também espaciais (vertical ou horizontal).

7.2.4. Os comerciantes retalhistas espalhados na via pública, passeios e outros lugares, é um dos da ocupação do espaço urbano

No que tange à ocupação do espaço de circulação pública, que de certa forma tem sido um quebra cabeça, (Salvador, 2012), referenciado no capítulo 2 deste trabalho, diz que nos países subdesenvolvidos, muitas vezes o ordenamento ocorre antes do planeamento, ou seja, este é realizado privilegiando-se apenas a instância económica, negligenciando-se a social, política,

cultural e a ambiental. E abraçando a teoria da banalidade urbana defendida por Milton Santos (TCEU), citado por (Salvador, 2012) para quem a cidade nos países em desenvolvimento é banal. Aliado aos resultados da nossa pesquisa, encontramos tanto os aspectos ligados a falta de planificação prévia quanto à inexistência de estratégias para a mitigação de problemas vigentes, tais sejam a proliferação de vendedores informais ambulantes em todos locais daquela unidade comercial, tanto nos corredores, nas vias rodoviárias, nas portas de acesso ao mercado e centro comerciais. Por esta razão, há evidências claras da luta pela conquista de espaço e a procura de lucro em todas as estâncias sociais. Dum lado os empreendedores com mais posse buscam melhorar os seus negócios através da introdução de mais viaturas nas rotas, ou colocando mais agentes e/ou operadores distribuídos em vários focos do mercado. E, ao mesmo tempo, os comerciantes mais desfavorecidos buscam ir ao encontro do cliente, fazendo uma venda directa dos seus produtos, o que de certa forma tem causado um caos na transitabilidade e mobilidade pública naquela unidade comercial. Dos resultados obtidos desta questão, ficou claro sobre a existência duma influência notável do comércio retalhista na intransitividade pública.

7.3. Recomendações

Consoante os impactos negativos evidenciados no estudo, segue-se as recomendações para cada um dos intervenientes do sector de feiras e mercados:

À Administração dos mercados e feiras recomendamos

- ✓ A introdução de um sistema de monitoria e avaliação periódicos de desempenho do MZ não só no que tange ao alcance dos propósitos económico-come também sociais e ambientais.
- ✓ Recomendamos a necessidade de uma visita, revisão minuciosa e/ou cumprimento do regulamento de postura dos mercados e feiras do Município de Maputo de modo a assegurar maior eficiência, equidade e sustentabilidade do mesmo.
- ✓ Modernização das instalações do MZ de modo a garantir um desempenho das actividades comerciais em ambiente mais adequado à realidade do bairro e da demanda dos utentes;
- ✓ Realização de palestras de educação cívica, moral e acima de tudo do cumprimento do regulamento do mercado, com vista a sensibilizar os operadores e outros agentes que directa ou indirectamente tem usufruído dos serviços desta.
- ✓ O ajuste do número de recolhas diárias de resíduos, de acordo com a demanda, de forma a reduzir as enchentes nos depósitos. E alocação de mais pontos de deposição, principalmente em locais onde há maior proliferação de lixo. Podendo, estes depósitos, serem diversificados e separados de acordo com o tipo de resíduo.
- ✓ Por conta da aglomeração e crescimento exponencial de agentes comerciais, recomendamos a procura de novos pontos comerciais nos bairros em expansão, e transferência duma parte dos vendedores aos mesmos.
- ✓ A criação duma delimitação clara e/ou vedação do MAZ;

Ao Distrito Municipal Khamubukuane recomendamos

- ✓ A criação de mecanismos para a garantia da manutenção e desenvolvimento das actividades comerciais naquela centralidade sem sobressaltos, olhando para três aspectos essenciais: *As infraestruturas de estradas* (acessibilidades), *energia e água* e *o saneamento*. De maneira que estes sejam melhorados ou ajustados tendo em conta a evolução/crescimento e dinâmica do comércio.
- ✓ Acerca da expansão do comércio no seio da vizinhança do mercado, recomendamos as entidades competentes a fiscalização minuciosa, com vista a assegurar que o plano de urbanização daquele bairro, previamente elaborado e aprovado, seja cumprido na íntegra.

7.4. Áreas de investigações futuras

No que concerne às áreas de investigação futuras, fica evidente a necessidade de se averiguar com mais profundidade uma ordem de fenómenos abordados ao longo do estudo. Onde podemos destacar:

- ✓ *Os impactos da aglomeração de equipamentos comerciais*

Conforme a situação actual da área do estudo e o meio envolvente, julga-se também necessário um estudo posterior sobre os impactos da aglomeração de equipamentos comerciais, naquela urbe. Dado que na centralidade de Zimpeto, encontramos uma fusão de três mercados, nomeadamente, MGZ, MAZ e o Mercado Drive In, em um lugar extremamente populoso e com vários equipamentos socioeconómicos.

- ✓ *Os impactos do incumprimento dos planos de urbanização em Moçambique*

Um dos dilemas notáveis no sistema de urbanização de Moçambique é a falta de coerência entre o plano de urbanização e a realidade no terreno. Com este estudo buscaria entender as causas e os efeitos deste dilema, e propor as possíveis soluções para a mitigação deste problema.

8. Bibliografia

- (CMM), D. d. (2015). *Plano Director de Saúde e Acção Social do Município de Maputo* (1ª edição ed.).
- AFRICA, D. D. (2019). *Alcançar a Transformação Produtiva*.
- Barreta, J. (2012). *O comércio de proximidade. Fazer Acontecer a Regeneração Urbana*. Portugal: CIP.
- Bookman, S. (2018). *Brands and the City Entanglements and Implications for Urban Life*. . New York: Routledge.
- Buzai, G. (2013). *Location–allocation models applied to urban public services. Spatial analysis of Primary Health Care Centers in the city of Luján, Argentina. Hungarian Geographical Bulletin 62 (4) (2013) 387–408*. Argentina: Hungarian Geographical Bulletin.
- Cachinho, H., Salgueiro, T. B., & Guimaraes, P. (2020). *Comercio Consumo e Governanca Urbana*. Lisboa.
- Carlos, A. F. (2001). *A cidade*.
- Carrera, C. (1994). *Os novos espaços de consumo em Barcelona*. Barcelona: Finisterra.
- Chivangue, A. (2014). Mukhero em Maputo: Análise das Lógicas e Práticas do Comércio Informal. *Revista Angolana de Sociologia*. Retrieved from URL : <http://journals.openedition.or>
- Chorincas, J. (2002). *Geografia Econômica: encontros e desencontros de uma ciência de encruzilhada*. Lisboa: Edição Colibri.
- Correa, R. L. (2004). *Espaço Urbano* (4ª Edição ed.). São Paulo: Editora Ática.
- Da Costa, e. a. (2018). Variações de Mensuração por Tipos de Escalas de Verificação: Uma Análise do Construto de Satisfação Discente. *Revista Gestão.Org*, v. 16, n. 2, p. 132-144 ISSN 1679-1827. doi:<http://dx.doi.org/10.21714/1679-18272018v16n2>
- Da Cunha, L. M. (2007). Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thusrstone na medição de atitudes. Dissertação para obtenção do grau de Mestrado em Probabilidade e Estatística.

- Da Silva, C. H. (2014). Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. *Geosul*, v. 29, n. 58, 149-178.
- De Almeida, A. R. (2019). *Dissertação para o Mestrado em Sistemas de Informação Geográfica e Modelação Territorial Aplicados ao Ordenamento*. Universidade de Lisboa.
- De Andrade, R. D. (2020). *Espaços comerciais e produção do espaço urbano*. Geografares. Retrieved from URL: <http://journals.openedition.org/geografares/435>
- De Jesus, W. R. (2019). Considerações sobre o Comercio Formal e Informal no Brasil. *Revista Humanidades e Inovação*.
- Delloite. (2013). Global-powers-of-retailing. *Retail Beyond*.
- Diaz, P. M. (2013). Relatório de Estágio de Mestrado em Gestão do Território, Área de Especialização em Detecção Remota e SIG.
- DMPUA. (n.d.). PLANO PARCIAL DE URBANIZAÇÃO. Bairro do Zimpeto. Conselho Municipal de Maputo.
- Dos Santos, E. B. (2002). Os Pequenos Centros Comerciais e a (re)Organização do Espaço Urbano: o caso do Bairro Manáira, em João Pessoa – PB. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Geografia.
- Duarte, T. (1997). *O comércio a retalho português no contexto Europeu*. Lisboa: Editora GEPE.
- Francisco, A. A. (2006). *Impacto da Economia Informal na Protecção Social, Pobreza e Exclusão: A Dimensão Oculta da Informalidade em Moçambique*. Jose Negrão. Retrieved from https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/11731/1/impacto_da_economia_informal.pdf.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6a ed.). São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5a ed.). São Paulo: Atlas.
- Gomes, M e Antonio M. (2008). A produção do espaço urbano e a questão dos resíduos sólidos. p. 111-118.

- Gonçalves, T. E., & Da Silva, J. B. (2017). . Reflexões Acerca do Comércio e Consumo na Perspectiva da Geografia Humana. *Revista do Departamento de Geografia, V. 34*, 95-105.
- Jacobs, J. (2011). *Morte e vida de grandes cidades*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- MAEFP. (2020). *Guião Metodológico para a elaboração de Planos diretores de Mercados e Feiras* (1a ed.).
- Maloa, M. J. (2019). A urbanização moçambicana contemporânea: sua característica, sua dimensão e seu desafio. *Revista Brasileira de Gestão Urbana, 11*. Retrieved from <https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180101>
- Mamigonian, A. (2019). Visão geográfica do Brasil atual: Estado, crises e desenvolvimento regional. *Revista Latino-Americana de Geografia Econômica e Social, v. 01, n. 1, p. 007-044*.
- Marcon, M., & Lakatos, E. (2009). *Metodologia científica* (5ª ed.). (Atlas, Ed.) São Paulo.
- M'Bokolo, E. (2011). *Historia da Africa Negra* (1ª ed.). (EDUFBA, Ed.)
- Mendes, H. W. (2019). A Geografia Econômica no Ensino de Geografia. *Revista Contexto Geográfico Maceió-AL V. 5. N.9*, 115 – 122.
- Montenegro, M. R. (2012). A teoria dos circuitos da economia urbana de Milton Santos: de seu surgimento à sua atualização. *Revista Geográfica Venezuelana, vol. 53, núm. 1*, 147-164.
- Negra, Á. (n.d.). história e civilizações: – Tomo II (do século XIX aos nossos dias).
- Ortigoza, S. (2010). Paisagens do consumo: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. (UNESP, Ed.) *Cultura Acadêmica*, 232.
- Ortigoza, S. A. (2007). A Metrópole Pós-Moderna Como Centro Do Consumo: Notas Sobre São Paulo (Brasil) E Lisboa (Portugal). *Estudos Geográficos*. Retrieved from <http://cecemca.rc.unesp.br/ojs/index.php/es>
- Overton, J. (2010). The consumption of space: land, capital and place in the New Zealand wine industry. *Geoforum, 752-762*.

- Paganini & Ouana, F. (2019). Mercados Locais na cidade e Provincia de Maputo. Relatório de pesquisa Qualitativa. Projecto de pesquisa UFISAMO.
- Pessoa. (2002). Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Pernambuco. (Recife, Ed.)
- Pintaundi, S. (1981). Os supermercados na grande. Contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes Metrôpoles. 105.
- Pitaundi, C. (1999). A cidade e as formas do comércio. Novos caminhos da geografia. (Contexto, Ed.) 137-153.
- Quivy, R. e. (1998). *Manual Investigação em Ciências Sociais* (2ª ed.). (Gradiva, Ed.) Lisboa.
- Reis, D. P., & Assis, F. V. (2017). Geografia econômica: origem, perspectivas e temas relevantes. *Caderno de Geografia, vol. 27, núm. 50*, pp. 573-588.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa em Ciências Sociais Métodos e Técnicas* (3ª ed.). (Atlas, Ed.)
- Salvador, D. S. (2012). Espaço Geográfico e Circuito Inferior Da Economia Urbana. *Revista de Geografia da UFC, vol. 11, núm. 25*, 47-58.
- Salvador, D. S. (2012). Planejamento do espaço: reflexões na perspectiva do espaço banal. *Boletim Campineiro de Geografia, v2,n.3*.
- Santos, M. (2011). Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal. (Saraiva, Ed.)
- Schneider, E. M. (2017). Pesquisas Quali-Quantitativas: Contribuições Para A Pesquisa Em Ensino De Ciências. *Revista Pesquisa Qualitativa v.5, n.9*, 569-584.
- Silva, C. H. (2014). Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. *Geosul v. 29, n. 58*, p 149-178.
- Silva, P. C. (2015). A teoria dos dois circuitos da economia urbana e a mídia na contemporaneidade. *Revista do Programa de Pós-graduação Vol.9 • nº2*.
-

- Silveira, M. L. (2006). O Espaço Geográfico: Da Perspectiva Geométrica À Perspectiva Existencia. *GEOUSP - Espaço e Tempo*, 81-91.
- Silveira, M. L. (2008). Metrôpoles do Terceiro Mundo: da história ao método, do método à história. En: SILVA, Cátia Antônia y CAMPOS, Andreino. (eds.). *Metrôpoles em mutação. Dinâmicas territoriais, poder e vida coletiva.* (Revan, Ed.)
- Smith, A. (1981). *Uma Investigação Sobre a Natureza e Causas da Riqueza das Nações.* (Hemus, Ed.)
- Smith, A. (1996). *A Riqueza Das Nações Investigação Sobre Sua Natureza E Suas Causas.* (L. J. Baráúna., Trans.)
- Souza, S. L., & Santos, C. C. (2014). A Pobreza E Os Dois Circuitos Da Economia Urbana: Reflexões Teóricas. Retrieved from http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404151431_ARQUIVO_Artigo_CBG.pdf
- Stacciarini, J. H., & Silva, L. C. (2018). O mercado informal de Maputo (Moçambique) e a feira de Xipamanine: entre curiosidades e vivências no continente africano. *Revista De Geografia Da UEG*, 7(1), 41-52. Retrieved from <https://www.revista.ueg.br/index.php/elisee/a>
- Trindade, C. T. (2022). O Decurso da Investigação: a proposta da Pesquisa, o Processo e Sua Planificação, e a Redação dos Resultados. p. 18.
- Varnier, M. (2021). Consideracoes sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana em Chapeco. *Revista Cadernos de Economia.* Retrieved from DOI: <http://dx.doi.org/10.46699/rce.v25i41.5614> - Edição Vol. 25, Núm. 41
- Zentes, J. M.-K. (2007). *Strategic Retail Management.* (Gabler, Ed.)

9. APÊNDICES

9.1. Gráficos



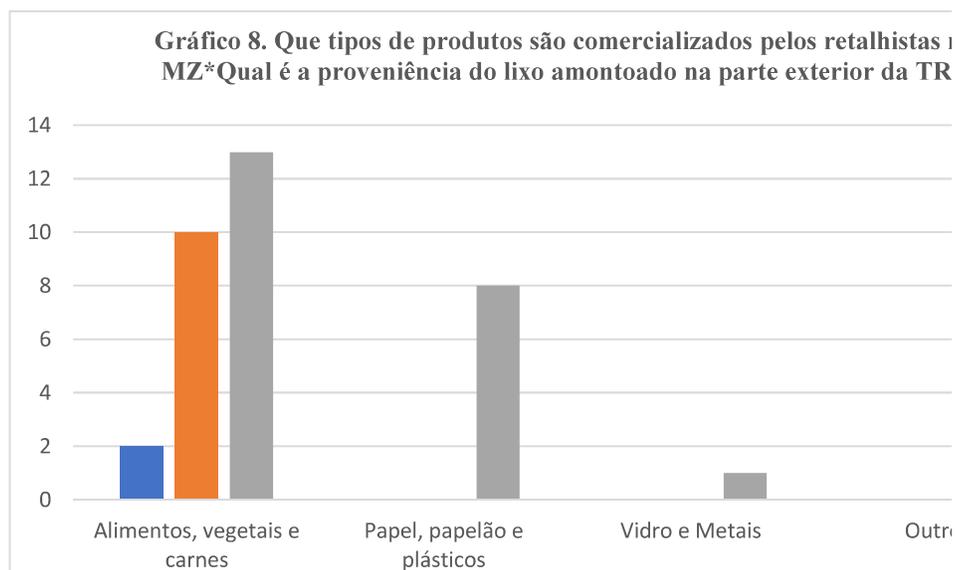
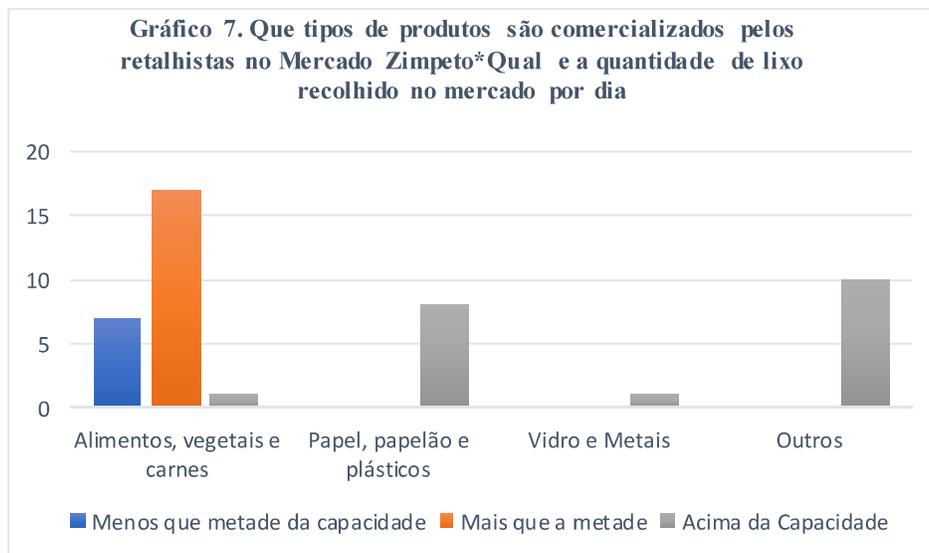


Gráfico 9. Qual é o tempo médio despendido para atravessar o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene?

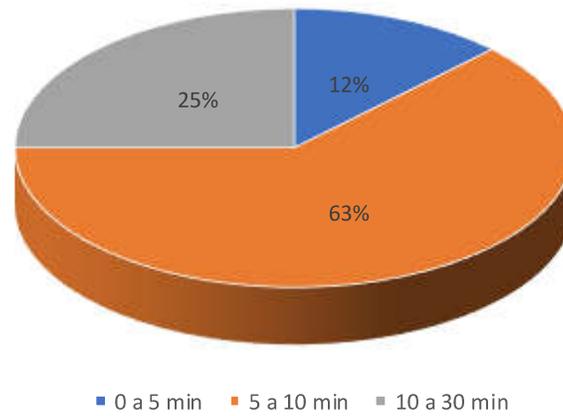


Gráfico 10 - Tem tido dificuldades para aderir ao parque da TRZ



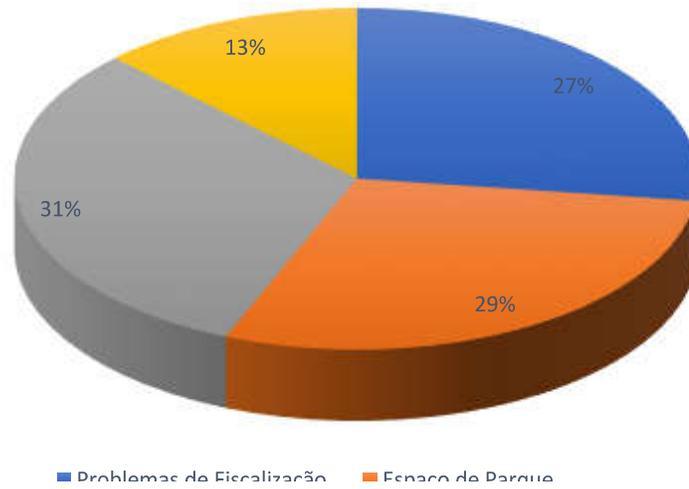
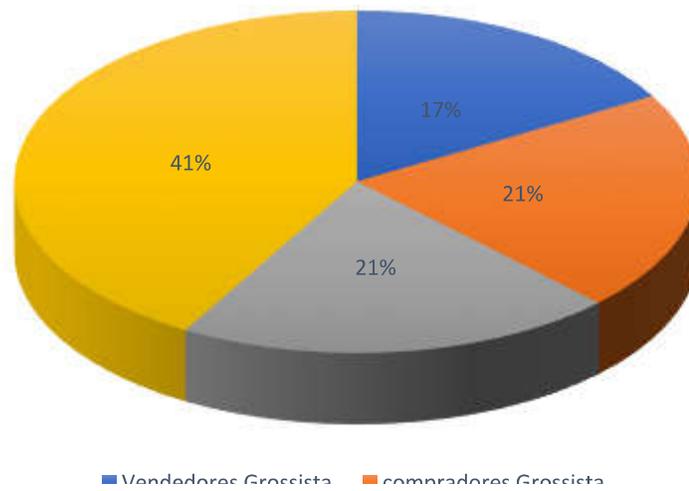
Gráfico 11. Qual é o motivo da deficiência de transitabilidade na TRZ**Gráfico 12. Qual é o motivo da deficiência na transitabilidade no MZ?**

Gráfico 13. Qual o número estimado de residências circunvizinhas ao mercado retalhista que tem se dedicado ao comércio.

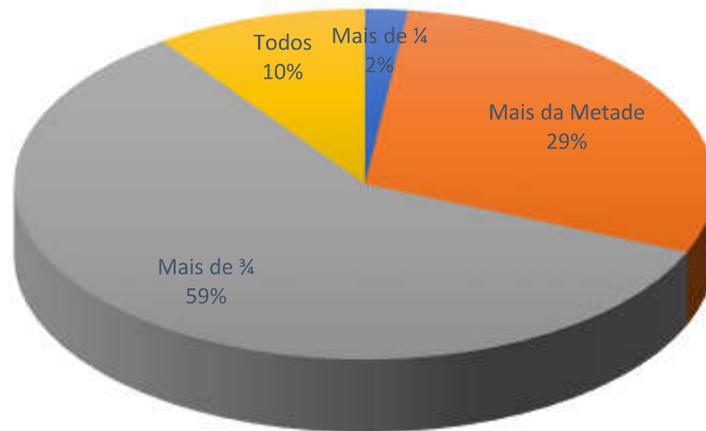
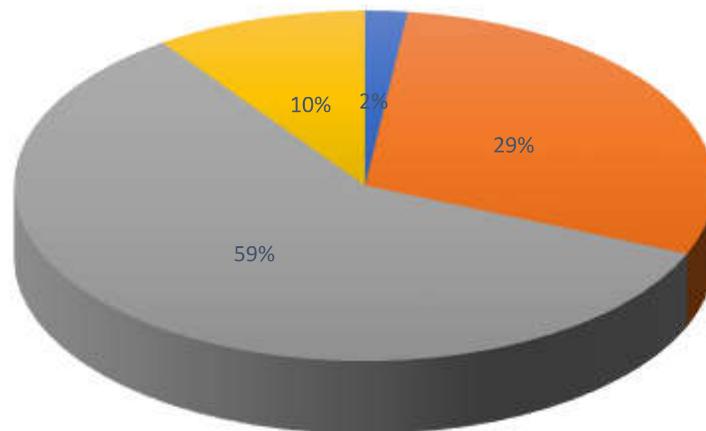


Gráfico 14. Qual o número estimado de residências circunvizinhas a mercado retalhista que tem se dedicado ao comércio?



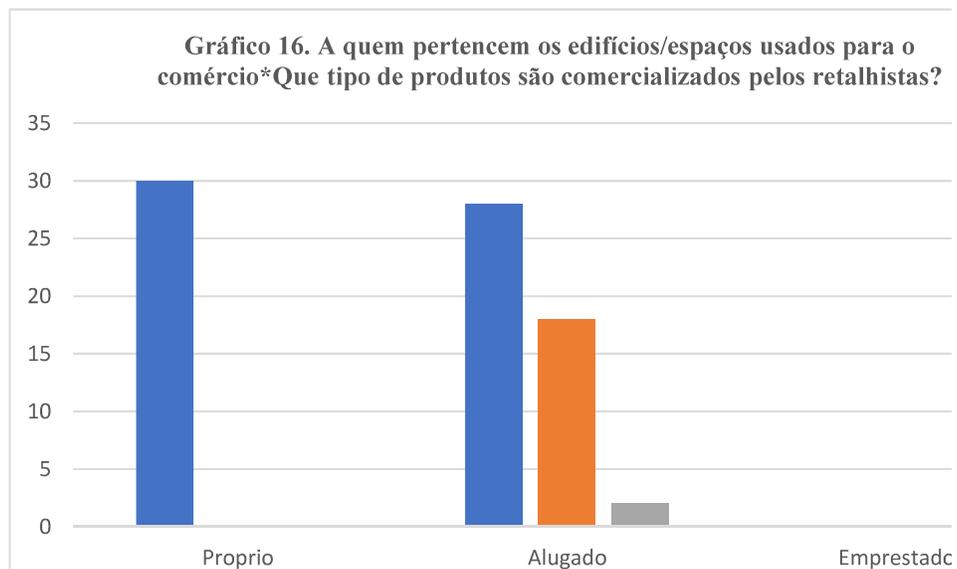
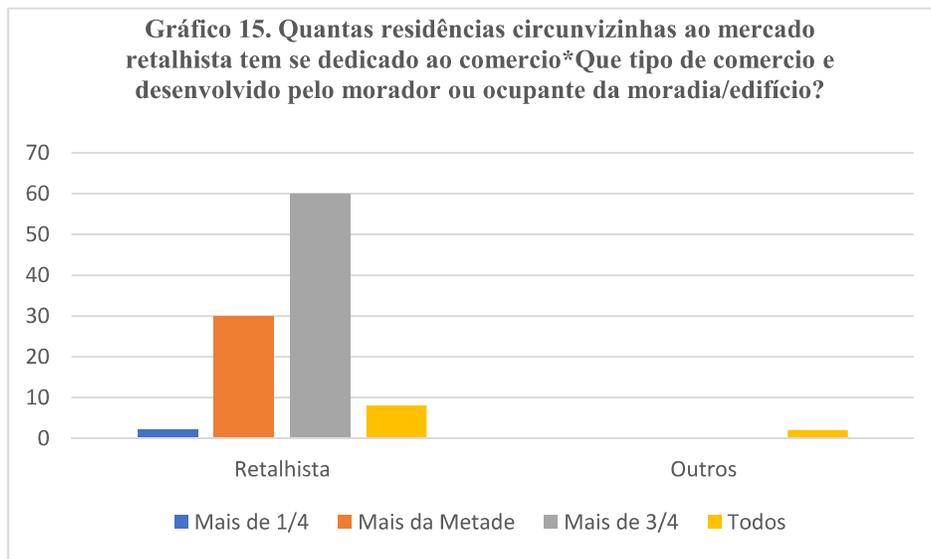
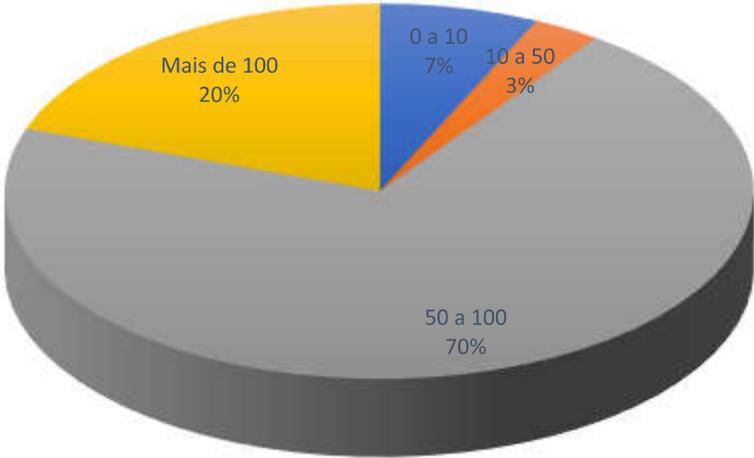


Gráfico 17. Quantos clientes tem atendido por dia?



9.2. Instrumentos para a recolha de dados

Modelo 1 - Entrevista

Objetivo da entrevista: Esta entrevista destina-se aos gestores dos mercados retalhistas e grossista da centralidade do Zimpeto e tem por objectivo: Averiguar sobre o surgimento do mercado de Zimpeto, a capacidade, e outros aspectos inerentes a gestão do mesmo.

Data: Hora:Quarteirão:

Rua:

Nome e ocupação do Entrevistado:.....

1. Em que ano foi fundando o mercado?

.....

2. Fala-nos em termos numéricos, quantos agentes comerciais e tipologia de comércio podemos encontrar no mercado?

.....

3. Qual é o espaço em h_a é ocupado pelo mercado do Zimpeto?

.....

4. Como é feito o processo de atribuição dos espaços para o comércio neste bairro e particularmente na zona do mercado do Zimpeto?

.....

5. Quem tem produzido e como tem sido a gestão do depósito dos resíduos sólidos produzidos no mercado de Zimpeto?

.....

6. Como tem sido a gestão dos espaços de circulação pública no bairro concretamente nos arredores e/ou no mercado do Zimpeto.

.....
.....
.....

7. Observamos nas habitações circunvizinhas do mercado a presença de alguns pontos comerciais. Serão estes retalhistas ou grossistas?

a) Também pagam impostos?

.....
.....
.....

Modelo 2 – Questionários sobre a influência do comércio retalhista no consumo do espaço urbano.

PARTE I - Objetivo do questionário: Este questionário destina-se aos agentes de limpeza e coletores de resíduos sólidos, aos utentes do mercado e moradores e tem por objetivo: Averiguar em que medida o comércio retalhista tem influenciado na produção massiva de resíduos sólidos.

Data: Hora:Quarteirão:

Rua:

Nome e ocupação do Entrevistado:.....

1. Que tipos de produtos são comercializados pelos retalhistas no bairro de Zimpeto?

- a) Vegetais e carnes b) Papel, papelão e plásticos ___
c) Vidro e Metais ___ d) Outros (roupas e eletrodomésticos, etc)___

2. Que tipo de resíduos sólidos urbanos são encontrados no depósito de lixo no bairro de Zimpeto;

- a) Vegetais e carnes b) Papel, papelão e plásticos ___
c) Vidro e Metais ___ d) Outros (roupas e eletrodomésticos, etc)___

3. Qual é a proveniência destes resíduos sólidos?

- a) Retalhista ___ b) Residentes do bairro ___
c) Utentes do mercado (compradores)___ d) Grossista ___

4. Qual é a quantidade do lixo produzido ou recolhido no mercado por dia?

- a) 0 a 25% da capacidade do depósito ___ b) 25 a 50% da capacidade do depósito ___
c) 50 a 100% da capacidade do depósito ___ d) Acima da capacidade do depósito ___

5. Qual é a frequência da recolha de resíduos sólidos

- a) 1 vez por dia ___
b) 2 vezes por dia ___

c) 1 vez por semana ___

d) Mais de 2 vezes por semana ___

6. Qual é o tamanho do espaço ocupado pelos depósito de resíduos sólidos;

a) De 0 a 500m² ___ b) De 500 a 1000m² ___

c) De 1000 a 2000m² ___ d) Maior que 2000m² ___

8. Qual é a proveniência do lixo amontoado na parte exterior da terminal rodoviária do Zimpeto?

a) Dos moradores b) Do mercado grossistas c) do Mercado Retalhista d) Dos utentes

PARTE II – Este questionário destina-se aos transportadores de semicolectivos, aos agentes do estacionamento e aos automobilistas e tem por objectivo: Averiguar em que medida o comércio retalhista tem influenciado na ocupação do espaço de circulação pública no bairro de Zimpeto;

Data: Hora:Quarteirão:

Rua:

Nome e ocupação do entrevistado:.....

a) Que tipo de passageiro tem aderido ao seu transporte?

a) Vendedores do mercado ___

b) Compradores (utentes do mercado) ___

c) Trabalhadores e estudantes ___

d) Outros ___

b) Quantos passageiros tem atendido por dia?

a) 0 a 100 ___ b) Mais de 100 ___ c) Mais de 200 ___ d) Mais de 500 ___

c) Em que período tem desenvolvido as suas actividades?

a) 5h as 12h ___ b) 5h as 18h ___ c) 5h as 20h ___ d) 12h as 0h ___

d) Qual é tempo médio despendido para atravessar o troço da ponte de Zimpeto ao cruzamento de Matendene?

4.1. Na hora da ponta

a) 0 a 5 minutos ___ b) 5 a 10 minutos ___ c) 10 a 30 minutos ___ d) 30 a 60 minutos

4.2. No período normal

a) 0 a 5 minutos ___ b) 5 a 10 minutos ___ c) 10 a 30 minutos ___ d) 30 a 60 minutos

e) Tem tido dificuldades para aderir ao parque da terminal da terminal rodoviária?

a) Sempre ___ b) As vezes ___ c) Muitas vezes ___ d) Nunca

f) Qual é o motivo da deficiência na transitabilidade no Zimpeto?

a) Problemas de fiscalização ___

b) Espaço do parque insuficiente ___

c) Via ocupada por vendedores na rua e passeio ___

d) Existência de um único acesso para entrada e saída ___

g) Quem são os proprietários das viaturas estacionadas na via pública?

a) Vendedores grossistas ___ b) Vendedores retalhistas ___

b) Moradores do bairro ___ d) Compradores ___

PARTE III

Objetivo do questionário: Este questionário destina-se aos moradores, vendedores, agentes do estacionamento, tem por objetivo: Averiguar em que medida *o comércio retalhista tem influenciado no surgimento de construções habitacionais e comerciais.*

1. Quantas residências circunvizinhas ao mercado retalhista tem se dedicado ao comércio?

a) Três quartos ___ b) Metade ___ c) Um quarto ___ d) Todos ___

2. Que tipo de comércio é desenvolvido pelo morador ou ocupante da moradia/edifício?

a) Grossista ___ b) Retalhista ___ c) E-commerce ___ d) Outros ___;

3. A quem pertencem os edifícios usados para o comércio?

a) Próprio ___ b) Alugado ___ c) Emprestado ___ d) Outros ___

4. Qual é a área ocupada pelo edifício?

a) 10 a 100m² ___ b) 100 a 500m² ___ c) 500 a 1000m² ___ d) Mais de 1000m² ___

5. Quantos clientes tem atendido por dia?

a) 0 a 10 ___ b) 10 a 50 ___ c) 50 a 100 ___ d) Mais de 100 ___