

IAOD do Deputado Ip Sio Kai em 25.11.2025

Salvaguardar a vitalidade dos mercados, e promover a sua transformação e desenvolvimento

Os mercados tradicionais são muito importantes para a vida da população, e espelham a azáfama, a agitação e o calor humano da cidade, pois uma pequena oferta dos vendedores, como um molho de cebolinho, está cheia da inteligência do povo. Um estudo de 2024 da Associação de Consumidores da China revela que os consumidores chineses apresentam diferenças geracionais consideráveis na escolha dos canais para a compra de alimentos frescos. No grupo com mais de 55 anos, 76,3 por cento preferem os mercados tradicionais, enquanto no grupo com idade entre 18 e 35 anos, 71,5 por cento favorecem supermercados ou compras *online*. Isto permite ver que as preferências de consumo dos jovens estão a remodelar o futuro dos mercados.

Com a rápida mudança do ambiente económico, a sobrevivência e o desenvolvimento dos mercados tradicionais de Macau enfrentam vários desafios. As políticas do Governo têm vindo a reduzir o espaço de exploração dos mercados e, com a liberalização da venda de carne de porco, a concorrência tornou-se mais forte. As bancas de carnes fora dos mercados municipais podem conseguir lucro através da venda de outros produtos, mas as bancas nos mercados não, porque estão sujeitas à exclusividade. Assim, cada vez mais residentes compram carne fresca nos supermercados, e o espaço de sobrevivência das bancas dos mercados é cada vez mais pequeno.

Actualmente, os direitos de exploração das bancas dos mercados municipais estão restritos aos próprios arrendatários e não podem ser alienados (ou registados novamente). Caso o operador faleça ou cesse as suas actividades, a banca deve ser recuperada pelo Governo e novamente licitada publicamente. Isso obriga muitos vendedores idosos a continuarem a operar de forma independente, apesar da diminuição da sua capacidade física. Mais, a falta de unidades de medida uniformes nesses mercados — com algumas bancas a usar quilogramas e outras a usar libras — dificulta a comparação de preços pelos consumidores e aumenta a probabilidade de disputas nas transacções. Os operadores têm discutido com o Governo sobre isto, mas o progresso na alteração dos regulamentos em causa é lento, deixando a questão sem solução até hoje.

Para o efeito, apresento as seguintes sugestões:

1. A implementação de um esquema duplo para introduzir novos operadores: por um lado, pode atrair empreendedores com conceitos de negócio criativos e inovadores para se estabelecerem. São oferecidas rendas preferenciais abaixo do valor de mercado para apoiar o arranque, a fim de reduzir os requisitos de ingresso. Esta concessão deve estar sujeita a um prazo claramente definido (por exemplo, um a dois anos), após o qual o seu desempenho operacional deve ser avaliado.

Esta abordagem incentiva o empreendedorismo, permitindo ainda que os recursos das bancas sejam reciclados, beneficiando assim novos operadores. Por outro lado, para novos operadores dispostos a pagar rendas iguais ao valor do mercado, as restrições desnecessárias à variedade de produtos vendidos devem ser minimizadas. Deve ser-lhes permitido exercer criatividade e perspicácia comercial, diversificando as suas operações comerciais, para enriquecer o teor e a atracção dos mercados municipais.

2. Prestar apoio adequado aos proprietários das bancas existentes, a fim de garantir que possam continuar a explorar as suas actividades e a manter, assim, a função comunitária e o sentimento humano do mercado, podendo considerar-se a possibilidade de autorizar a alienação das bancas dos mercados. Ao mesmo tempo, deve definir-se um processo de pedido mais simplificado e adequado aos operadores de pequena dimensão, e criar um fundo de garantia e transformação para os vendedores dos mercados, com vista a proporcionar-lhes uma garantia de transição para a aposentação, formação para a reconversão profissional ou apoio para a criação de negócios, concretizando o objectivo de “proteger os idosos”.

3. Unificar os critérios de medição, reforçar a supervisão do mercado, criar canais claros de apresentação de queixas, garantir a equidade e a transparência das transacções e melhorar a experiência de consumo.

Para promover a diversificação da exploração, e a modernização e elevação da competitividade dos mercados, há que criar um ambiente limpo e seguro para as compras, mas também evitar remodelações superficiais que careçam de actualizações substanciais de conteúdo. Há que otimizar, de forma plena, a distribuição dos recursos e o ambiente comercial, mobilizar as diversas partes para revitalizar os mercados, e criar um novo tipo de mercados que satisfaça a orientação do futuro desenvolvimento urbano e permita a integração e a partilha entre residentes e turistas.