



Temas Económicos

Número 60

Novembro de 2018

O Comércio a Retalho em Portugal: Uma Perspetiva do Comércio Local e de Proximidade

**Paulo Machado
Vanda Dores**

Índice

SUMÁRIO EXECUTIVO	2
1. Nota Introdutória	5
2. Caracterização do Setor do Comércio a Retalho	7
2.1. Principais aspetos metodológicos do estudo	7
2.2. Caracterização Demográfica dos Estabelecimentos do Comércio.....	8
2.2.1. Distribuição Geográfica dos Estabelecimentos do Comércio por NUTS II - 2016	8
2.2.2. Distribuição Geográfica dos Estabelecimentos do Comércio por Concelhos - 2016	12
3. Indicadores Económico-Financeiros das Empresas do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	17
3.1. Análise detalhada das Empresas do Comércio a retalho por concelhos.....	18
3.2. Principais Indicadores Económicos, patrimoniais e financeiros das Empresas do Comércio a Retalho ²³	
3.3. Demografia das Empresas do Comércio a Retalho.....	26
4. Evolução das Unidades Comerciais de Dimensão Relevante	28
5. O Peso do Comércio a Retalho na Economia Portuguesa	31
6. Medidas de Política de Apoio ao Setor do Comércio.....	34
6.1 Reconhecimento / Enquadramento Legal do Comércio Local e de Proximidade – O Comércio Tradicional e as Lojas com História	41
7. Perspetivas Futuras para o Comércio a Retalho e Considerações Finais.....	46
Bibliografia.....	51
Anexo I - Indicadores Económicos – Estabelecimentos	54
Anexo II - Indicadores Económicos – Empresas	57

O Comércio a Retalho em Portugal e uma Perspetiva do Comércio Local e de Proximidade¹

Paulo Machado² e Vanda Dores³

Agosto de 2018

SUMÁRIO EXECUTIVO

Neste estudo procura-se caracterizar os aspetos demográficos, económicos e financeiros do setor do comércio a retalho procurando também detalhar o segmento do Comércio Local e de Proximidade. Apesar de não existir uma definição clara para o comércio efetuado em unidades de atividade local, é mais do que evidente a importância do comércio local, comércio de proximidade ou comércio tradicional. Estes tipos de comércio integram-se nas atividades do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos.

Em 2016, Portugal apresentava cerca de 246 mil estabelecimentos cuja atividade principal se enquadrava no setor do Comércio, o que corresponde a cerca de 19,7% do total dos estabelecimentos em Portugal. O maior contributo para o total de estabelecimentos deste setor é o da atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, correspondendo a 61,9% dos estabelecimentos do setor em 2016, sendo a atividade de comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos a atividade que possui o menor número de estabelecimentos (12,5% dos estabelecimentos comerciais no referido ano).

Na análise da distribuição do número de estabelecimentos de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, para 2016, verifica-se uma clara concentração destas unidades nos concelhos de Lisboa e Porto e nos concelhos contíguos, assim como noutros concelhos em diferentes pontos do país nomeadamente Viseu, Coimbra, Leiria, Loulé e Funchal. Cerca de 12% do emprego dos estabelecimentos da atividade retalhista concentra-se no município de Lisboa. Em relação ao volume de negócios o seu peso relativo é de cerca de 18,6%. No que respeita ao emprego, os concelhos do Porto e de Matosinhos ocupam os segundo e terceiro lugar (pesos de 3,1% e 2,8%, respetivamente), enquanto ao nível do volume de negócios, Matosinhos (2,3%) cede a sua posição a Sintra (3,5%).

Na análise da distribuição das empresas desta atividade, destacam-se a Área Metropolitana de Lisboa (AML) (9,3%) e a Região Norte (5,3%), em relação à concentração de empresas. Ao nível concelhio, destacam-se Lisboa (7,1%), Porto (3,1%) e Sintra (2,6%). O mesmo sucede relativamente ao pessoal ao serviço nestas empresas, com Lisboa, Sintra e Porto a serem os concelhos que maior peso têm na estrutura nacional (19,4%, 3,1% e 2,6%, respetivamente). Estes três concelhos são também os mais importantes no que concerne ao volume de negócios, sendo que o Porto ocupa, neste caso, a segunda posição. Em relação ao VAB da atividade, Lisboa ocupa também

¹ As opiniões expressas no artigo são da responsabilidade dos autores e não refletem necessariamente a perspetiva do Ministério da Economia.

² Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia.

³ Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia.

a posição cimeira, representando cerca de 23,6% do total nacional gerado pelas empresas do comércio a retalho. Segue-se Sintra (5,7%) e Porto (2,5%).

As empresas cuja atividade principal se enquadra no comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em 2017, cerca de 61% das empresas, 58% do emprego, 43% do VAB, 50% da FBCF e 46% das remunerações do setor do comércio. As empresas desta atividade representaram 11% das empresas não financeiras, 12% do emprego, 8% do VAB, 7% da FBCF e 10% das remunerações totais.

Os dados para as empresas desta atividade mostram que o número de empresas tem vindo a decrescer desde 2010 até 2016, assistindo-se a um aumento homólogo de 0,7% do número de empresas em 2017. Em 2017, e apesar do número de empresas continuar muito aquém do nível de 2010, o retalho volta a crescer. Neste ano, o volume de negócios, as remunerações e a FBCF ultrapassam os níveis observados em 2010.

Em 2016, cerca de 99,9% das empresas do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos eram pequenas e médias empresas (com menos de 250 pessoas ao serviço). Estas empresas foram responsáveis por 72,1% do emprego, 58,8% do volume de negócios e 60,1% do VAB desta atividade.

Entre 2010 e 2017, as constituições de empresas de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em média, cerca de 50,6% das constituições de empresas do setor do comércio e 12,2% do total. Em relação às dissoluções, esta atividade representou cerca de 49,9% do setor do Comércio e 14,7% do total da economia.

Em 2016, existiam 3402 unidades comerciais de dimensão relevante (UCDR) o que, face a 2011, representou um aumento de cerca de 5,2% no número destas unidades (mais 168 UCDR em relação a 2011). Ainda nesse ano, as UCDR representavam 2,2% do número de estabelecimentos do comércio a retalho, devido sobretudo ao decréscimo nos restantes estabelecimentos de comércio a retalho, e o número de pessoas ao serviço nas UCDR pesou cerca de 25,3% de todo o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos. Nesse mesmo ano, o volume de negócios das UCDR foi equivalente a cerca de 37,0% na CAE Rev3 47.

Os dados das Contas Nacionais Portuguesas a preços correntes (Base 2011) indicam que o VAB da atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representou, em 2016, cerca de 7,3% do VAB dos Serviços, 5,5% do VAB nacional e 4,8% do PIB. O total da atividade da respetiva secção (Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos) pesou, nesse ano, 12,2% do PIB (12,1% em 2017). Em 2016, o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos ocupava o 5º lugar no TOP 20 dos principais ramos de atividade geradores de VAB na economia nacional, à frente de ramos como as atividades da saúde humana, dos serviços financeiros, da restauração e similares e da eletricidade, gás e água. No topo desta lista encontram-se as atividades imobiliárias, que representaram 12,3% do VAB desse ano.

Em 2016, o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos foi responsável por 58,2% do emprego do setor do comércio, correspondendo a um efetivo de 411,3 mil empregos diretos (indivíduos) e a 8,8% do emprego nacional (+0,7 p.p. que em 2010). No período em análise, as remunerações representaram, em média, cerca de 56,5% do VAB gerado pela atividade retalhista, sendo que estes valores são superiores

aos observados no setor do Comércio e em termos médios nacionais. Nesse ano o peso das remunerações no VAB ultrapassou os níveis observados em 2010, após as descidas observadas entre 2012 e 2014 (ocorridas, em grande parte, pela descida nominal das remunerações do pessoal).

Desde a última década do século XX que têm sido implementadas uma série de iniciativas de apoio ao setor do comércio, promovendo, de forma direta ou indireta, a modernização e dinamização do comércio local:

- Embora tenham existido no passado outros programas de apoio ao setor, os mecanismos do Programa de Apoio à Modernização do Comércio (PROCOM) e do Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial (URBCOM) merecem especial atenção, não só por se tratarem de programas centrados no setor comercial, mas também pelo relevante montante financeiro disponibilizado para este apoio;
- A criação do Sistema de Incentivos a Projetos de Modernização do Comércio (MODCOM) surgiu no seguimento da criação do Fundo de Modernização do Comércio (FMC) como instrumento financeiro de apoio ao comércio de proximidade tendo concedido apoios à dinamização e revitalização da atividade comercial;
- O incentivo Comércio Investe marca uma rutura com os programas que a antecederam, centrando os apoios ao setor em “projetos com crescente conteúdo qualitativo, em detrimento de intervenções de natureza infraestrutural, de forma a privilegiar projetos que promovam a criação de fatores de diferenciação claros que possibilitem melhorar os níveis qualitativos da oferta comercial do comércio de proximidade, principalmente aquele que se concentra em centros urbanos ou que valoriza o produto interno”;
- A tomada de consciência do papel que o comércio local de proximidade tem como dinamizador das economias locais e como potenciador do turismo levaram a que o Governo pretendesse “identificar medidas que visem apoiar e promover as atividades económicas de comércio local de proximidade, com especial enfoque na sua vertente mais tradicional, não só pelas funções económica e social que desempenham, mas também pela importância enquanto fator de afirmação da identidade nacional e marca diferenciadora do País”.
- Não obstante este pacote de medidas de apoio ao comércio, em especial ao comércio local, não devem ser postas de lado as novas formas de comércio como o comércio eletrónico e a consequente necessidade das empresas do setor se atualizarem no sentido da digitalização/economia digital. Esta forma de comércio, tem vindo a ser considerada no âmbito de medidas de apoio ao setor como as previstas na Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014-2020 ou dos sistemas de incentivos à economia digital.

1. Nota Introdutória

O presente estudo visa caracterizar a atividade do Comércio a Retalho⁴ em Portugal, procurando-se analisar, com algum detalhe, o segmento do Comércio Local e de Proximidade, cujos padrões têm vindo a sofrer mutações, não só ao nível do perfil dos consumidores mas também da oferta de produtos e de novos conceitos.

“O setor do Comércio caracterizou-se, durante muitos anos, por uma significativa fragmentação num grande número de pequenas (micro) unidades empresariais e pela evidente distinção entre a vertente (ou setor) de produção e da distribuição, por um lado, e o comércio por grosso e a retalho, por outro. Estes conceitos sofreram alterações em virtude da evolução verificada (...) A evidência, por ventura mais notória traduziu-se na expansão generalizada das denominadas grandes superfícies (...). Em paralelo surgiram novos estabelecimentos muito especializados, tanto nas zonas nobres comerciais das principais cidades como em centros comerciais (...)”

(2012; BARRETA, J.)

De acordo com a definição apresentada em 1989 pela extinta Direção Geral do Comércio e Indústria (DGCI), pode designar-se de comércio “toda a atividade que se realiza com carácter profissional mediante a intermediação de bens e serviços no mercado”, ou seja, que tem como função principal colocar ao dispor do consumidor bens e serviços e, portanto, medeia a produção e o consumo, sem considerar qualquer transformação dos produtos adquiridos. Trata-se, assim, de uma atividade de mera intermediação entre o produtor e o consumidor do produto, pelo que o verdadeiro *output* da atividade se traduz na margem comercial (diferença entre o preço de venda e o preço de compra).

As atividades de comércio realizam-se de duas formas: por grosso e a retalho. No **comércio por grosso** estabelecem-se atividades de intermediação entre a produção dos bens/serviços e os pontos de venda ao público/consumidores desses produtos. Nesta forma de comércio enquadra-se a atividade de revenda por grosso dos bens/serviços, sem transformação, a empresas. No **comércio a retalho** estão incluídas todas as empresas que fazem a revenda desses bens/serviços aos consumidores, sejam eles pessoas, empresas ou instituições (2012; BARRETA, J.).

As atividades do comércio a retalho podem desenvolver-se das mais variadas formas, quer em estabelecimentos, que se definem consoante o tipo de produtos comercializados, como o comércio especializado ou não especializado, quer fora dos estabelecimentos, onde se inclui a venda em feiras, venda ambulante, venda por correspondência, venda ao domicílio e formas equiparadas (venda através da *internet* e venda em máquinas automáticas) (CAE Rev3 478 e 479).

Considerando o objetivo do presente estudo, importa definir e diferenciar as atividades de comércio a retalho desenvolvidas em unidades locais (estabelecimentos) - podendo ou não tratar-se do comércio especializado de um produto/serviço - mais concretamente, os estabelecimentos de comércio local e de proximidade ou de comércio tradicional. Esta última tipologia de unidades é geralmente constituída por estabelecimentos de pequena

⁴ No âmbito dos objetivos do estudo, e tendo em conta a informação estatística disponível, o âmbito setorial da análise enquadra-se na CAE Rev3 47 – Comércio a Retalho, exceto de veículos automóveis e motocicletas.

dimensão. No caso do **comércio local e de proximidade** distinguem-se por evidenciar práticas de negócio e gestão que procuram acompanhar a inovação, as melhores práticas e as tendências de mercado, ao mesmo tempo que estão próximas dos seus consumidores, em termos geográficos e físicos, carregando consigo valores culturais e patrimoniais. Os estabelecimentos do **comércio tradicional**, por seu lado, apresentam uma gestão normalmente familiar sem grande inovação e com uma variedade de oferta normalmente reduzida e sem grande diferenciação entre si, comercializando produtos que traduzem a identidade do território nacional ou das diferentes regiões do país e que constituem uma herança cultural viva desse património.

Ainda que o comércio local de proximidade agregue o tradicional, procura-se e pretende-se, cada vez mais, dotar este último de novas técnicas/tecnologias, conhecimento e níveis de gestão mais modernos e alinhados com o perfil atual dos consumidores no sentido da rentabilidade do negócio, promovendo a regeneração da economia local.

Nos últimos anos tem-se assistido a um crescente interesse em preservar e desenvolver esta forma de comércio, levando a que o comércio local de proximidade ganhe um papel de relevo na preservação da identidade cultural e vivência da geografia onde se insere, reconhecendo-se a sua importância e papel estratégico na economia local, regional e nacional. Por outro lado, pode servir também como um incentivo ao empreendedorismo e à inovação.

O presente estudo tem por objetivo caracterizar o sector do comércio a retalho nas suas dimensões económica, financeira e em termos do mercado de trabalho e é composto por 7 capítulos. O documento apresenta uma breve nota introdutória à temática em estudo, seguindo-se uma caracterização do sector do comércio a retalho nas suas dimensões demográfica, económica e financeira. No segundo capítulo é ainda apresentada uma análise da distribuição geográfica dos Estabelecimentos do Comércio. No capítulo 3 analisam-se os principais indicadores patrimoniais, financeiros e respetivos movimentos de criação e dissolução das empresas do sector do Comércio a Retalho. Dada a importância das Unidades Comerciais de Dimensão Relevante (UCDR) nesta temática, o capítulo 4 faz uma referência ao seu peso e evolução no contexto do comércio a retalho. No capítulo 5, avalia-se a importância económica do sector do Comércio a Retalho. No sexto capítulo são apresentados as principais medidas políticas de apoio à dinamização do sector. Por fim, são apresentadas as principais conclusões do estudo, algumas perspetivas futuras para o setor e considerações finais.

2. Caracterização do Setor do Comércio a Retalho

2.1. Principais aspetos metodológicos do estudo

Considerando os diferentes aspetos e conceitos abordados nas secções anteriores, apresentam-se, de forma sucinta, os âmbitos setoriais considerados na delimitação do comércio local de proximidade e do presente estudo.

Tendo em conta que este estudo se centra na análise da importância do setor do comércio em Portugal, com alguma ênfase no comércio local de proximidade, os dados a observar referem-se, na sua generalidade, à atividade do Comércio a Retalho.

A informação estatística de base encontra-se disponível ao nível da divisão (2 dígitos) da secção G⁵ da CAE Rev3⁶. Para efeitos de análise comparativa ao nível da Secção, são também considerados dados para as CAE 45⁷, 46⁸ e 47⁹.

1. Âmbito dos dados ao nível:

- Geográfico: Portugal (inclui as Regiões Autónomas), regiões e concelhos, tendo sido considerado um nível mais detalhado para os concelhos de Albufeira, Angra do Heroísmo, Coimbra, Évora, Faro, Funchal, Leiria, Lisboa, Loulé, Matosinhos, Ponta Delgada, Porto, Santa Cruz, Santarém e Sintra¹⁰;
- Temporal: dependente do indicador a analisar. A análise regional considera o período de análise 2010 - 2016. A análise nacional ocorre entre 2010-2017¹¹.

2. As principais fontes estatísticas do estudo são:

- Demografia das empresas – constituições e dissoluções de empresas, INE e Ministério da Justiça;
- Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE), INE;
- Inquérito aos estabelecimentos comerciais - unidades comerciais de dimensão relevante, INE;
- Contas Nacionais Portuguesas (CNP), INE;
- Central de Balanços, Banco de Portugal.

⁵ Secção G – Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos

⁶ Classificação Portuguesa das Atividades Económicas, Revisão3.

⁷ Divisão 45 – Comércio, manutenção e reparação, de veículos automóveis e motociclos.

⁸ Divisão 46 – Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos.

⁹ Divisão 47 – Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos.

¹⁰ O critério de escolha destes concelhos teve em consideração o nº de Estabelecimentos, o Volume de Negócios e o Valor Acrescentado Bruto (VAB).

¹¹ Os dados recentemente disponibilizados para o SCIE, relativos a 2017, não se encontram desagregados por município nem por estabelecimentos. A informação atualizada apenas está disponível para o total nacional das empresas não financeiras, desagregada por CAE Rev3.

2.2. Caracterização Demográfica dos Estabelecimentos do Comércio¹²

2.2.1. Distribuição Geográfica dos Estabelecimentos do Comércio por NUTS II - 2016

Portugal apresentava, em 2016, cerca de 246 mil estabelecimentos cuja atividade principal se enquadrava no setor do Comércio (secção G da CAE Rev3). Este valor corresponde a cerca de 19,7% do total dos estabelecimentos em Portugal. Decorrente do cenário de crise económica nacional registado entre 2010 e 2014, caracterizado pela contração do consumo privado, assistiu-se a um decréscimo do número de unidades locais de comércio na ordem dos 11,2% (menos 31215 estabelecimentos em 2014, face a 2010). De registar que, apesar da ligeira recuperação verificada entre 2014 e 2015, o total de estabelecimentos do comércio situava-se, em 2016 (246043), ainda muito aquém do valor de 2010 (277811).

O maior contributo para o total de estabelecimentos de Comércio é o da atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, correspondendo a 62,0% dos estabelecimentos do setor em 2016, sendo a atividade de comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos a que possui o menor número de estabelecimentos em Portugal (12,5% dos estabelecimentos comerciais no mesmo ano).

Em 2016 assistiu-se a um decréscimo moderado do total de estabelecimentos de comércio (-0,4%, face a 2015), com o número de estabelecimentos das atividades de comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos e de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos a decrescer, em termos homólogos, 0,7% e 0,8%, respetivamente. No que se refere ao comércio a retalho, que representa, em média, 62,3% dos estabelecimentos de comércio, nos anos em análise, assiste-se a uma trajetória decrescente do respetivo número de estabelecimentos, desde 2010. Entre 2010 e 2016, o número de estabelecimentos desta atividade decresceu 12,1% (menos 19595 unidades). O ano de 2015 foi aquele em que se registou o menor decréscimo homólogo (-0,1%) entre 2010 e 2016.

Quadro 1

– Nº de Estabelecimentos, Total e Comércio (Secção G da CAE Rev3) - – 2010 a 2016 –

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total de Estabelecimentos ⁽¹⁾	1 199 911	1 167 560	1 118 445	1 149 737	1 180 255	1 215 156	1 250 067
G: Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	277 811	269 836	258 157	251 441	246 596	247 088	246 043
45: Comércio, manutenção e reparação, de veículos automóveis e motociclos	32 284	32 181	31 039	30 040	29 532	30 136	30 755
46: Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos	71 989	69 160	65 786	64 503	63 121	63 203	62 781
47: Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	173 538	168 495	161 332	156 898	153 943	153 749	152 507

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE.

¹² Os dados recentemente disponibilizados para o SCIE, relativos a 2017, não se encontram desagregados por estabelecimentos. A informação atualizada apenas está disponível para o total nacional das empresas não financeiras, desagregada por CAE Rev3.

A totalidade dos estabelecimentos em Portugal empregava, em 2016, cerca de 3,7 milhões de pessoas, mais 3,5% relativamente ao ano anterior. As atividades do comércio registaram um crescimento homólogo de 1,8% neste ano, representando cerca de 20,3% do emprego do total de estabelecimentos. O peso da Secção G tem vindo a decrescer desde 2010 (menos 63357 pessoas ao serviço). Apesar desta perda de importância relativa face a 2010, os anos de 2015 e 2016 refletem uma recuperação do emprego nesta atividade. Este comportamento está diretamente relacionado com o aumento do emprego na ordem dos 3,6% nas atividades de comércio, manutenção e reparação de veículos e de cerca de 2,0% nas atividades do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis. No comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos, o aumento foi apenas de 0,8%.

De salientar que as atividades enquadradas no comércio a retalho, exceto de veículos automóveis concentram cerca mais de metade (56,2%, em 2010, e 57,9%, em 2016) do emprego das atividades de comércio.

Quadro 2

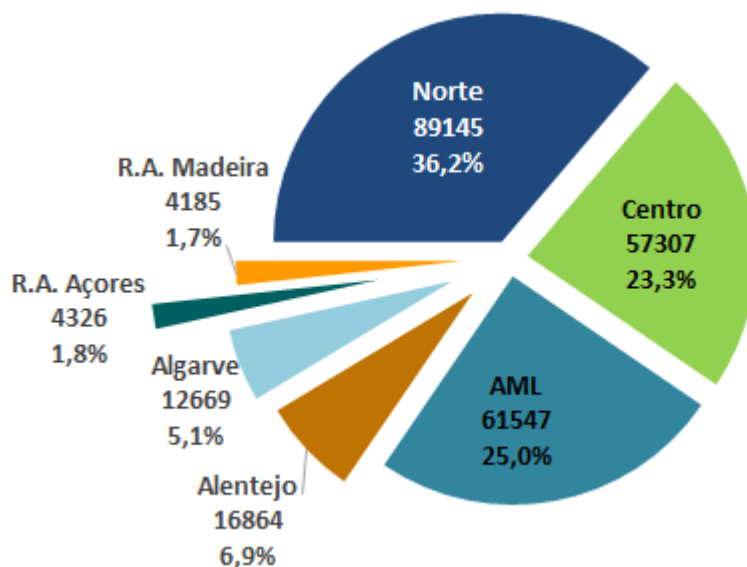
– Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos, Total e Comércio (Secção G da CAE Rev3) -

	Nº indiv.						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total de Pessoas ao Serviço nos Estabelecimentos ⁽¹⁾	3 709 720	3 612 282	3 386 175	3 357 552	3 434 637	3 567 289	3 692 780
G: Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	813 272	795 814	748 242	723 555	719 970	736 547	749 915
45: Comércio, manutenção e reparação, de veículos automóveis e motociclos	102 621	100 089	93 318	88 439	87 617	90 634	93 887
46: Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos	253 226	246 134	230 140	220 075	217 238	220 099	221 797
47: Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	457 425	449 591	424 784	415 041	415 115	425 814	434 231

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE.

Em 2016, e de acordo com a repartição geográfica ao nível de NUTS II (NUTS2013), cerca de 36,2% dos estabelecimentos da atividade do Comércio situava-se na Região Norte. Segue-se a AML, com cerca de 25% dos estabelecimentos do setor e a região do Centro (23,3%). O tecido comercial da região do Alentejo concentrava 6,9% do total destes estabelecimentos, enquanto o algarvio 5,1%. As unidades comerciais das regiões autónomas dos Açores e da Madeira representavam, respetivamente, 1,8% e 1,7% do efetivo total desta tipologia de estabelecimentos.

Gráfico 1
– Nº de estabelecimentos de Comércio (secção G da CAE Rev3) –
Distribuição regional por (NUTS II 2013), 2016 -



Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE.

Notas: Rótulos dos dados nos mapas: % no total de estabelecimentos; nº de estabelecimentos

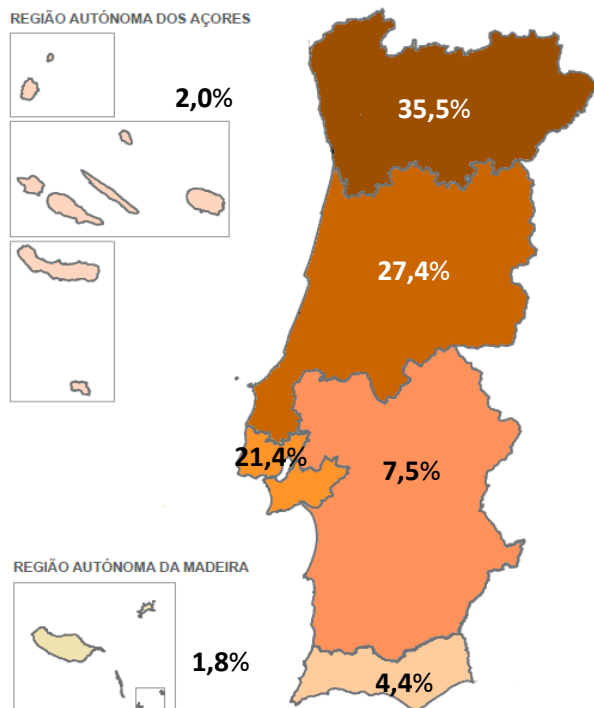
Numa análise mais detalhada verifica-se que, a região do Norte concentra a maior parte dos estabelecimentos para as 3 atividades de comércio¹³. Assim temos, 35,5% para as atividades de comércio, manutenção e reparação de veículos, 37,3% para o No comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos e 35,9% para o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis. No que respeita à importância relativa destas 3 atividades de comércio nas restantes regiões NUTS II temos a região Centro com 27,4% dos estabelecimentos da CAE 45 e cerca de 28,1% dos estabelecimentos de comércio por grosso (inclui agentes) na AML. Em relação à atividade retalhista é de referir que 35,8% dos estabelecimentos se situa na região Norte e cerca de um quarto destes (24,5%) se concentra na AML.

¹³ Divisões 45, 46 e 47 da CAE Rev3.

Estabelecimentos do Comércio, Repartição Geográfica por NUTS II - 2016

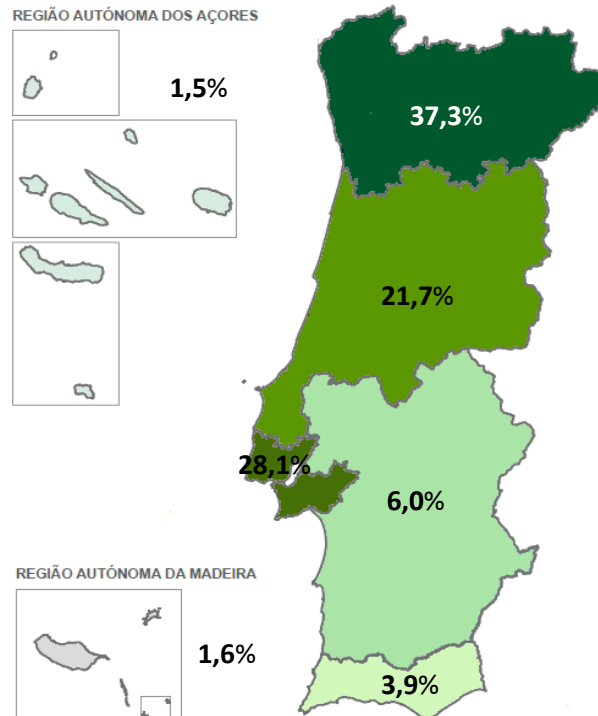
MAPA 1 – Comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos

- CAE Rev3 45



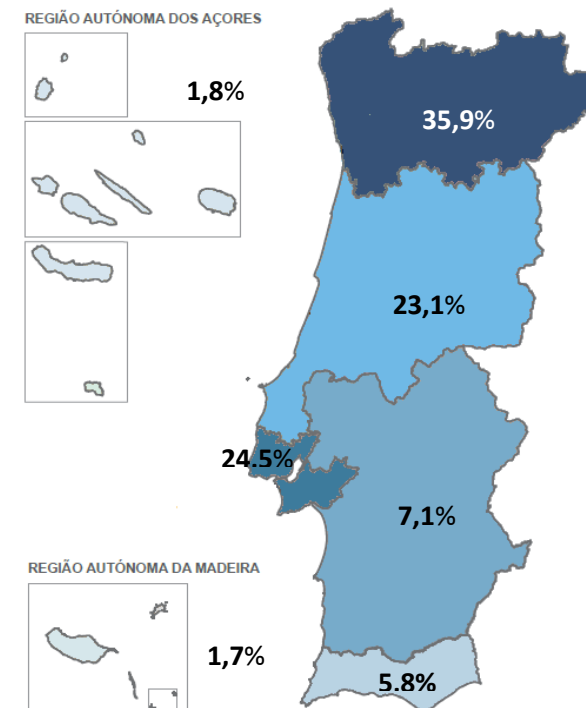
MAPA 2 -Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos

- CAE Rev3 46 -



MAPA 3 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos

- CAE Rev3 47 -



	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	R.A. Açores	R.A. Madeira	Portugal
Nº Estabelec	10 933	8 413	6 590	2 293	1 358	616	552	30 755
%	35,5	27,4	21,4	7,5	4,4	2,0	1,8	100,0

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	R.A. Açores	R.A. Madeira	Portugal
Nº Estabelec	23 444	13 619	17 621	3 741	2 442	928	986	62 781
%	37,3	21,7	28,1	6,0	3,9	1,5	1,6	100,0

	Norte	Centro	AML	Alentejo	Algarve	R.A. Açores	R.A. Madeira	Portugal
Nº Estabelec	54 768	35 275	37 336	10 830	8 869	2 782	2 647	152 507
%	35,9	23,1	24,5	7,1	5,8	1,8	1,7	100,0

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE.

Rótulos dos dados nos mapas: % no total de estabelecimentos;

2.2.2. Distribuição Geográfica dos Estabelecimentos do Comércio por Concelhos - 2016

Fazendo uma análise mais desagregada da distribuição geográfica dos estabelecimentos de comércio (secção G da CAE Rev3), procurou-se mapear a distribuição do número de estabelecimentos de comércio, de forma mais desagregada a nível dos concelhos, para as três atividades de comércio.

Tendo em conta o âmbito do estudo, e procurando uma melhor caracterização do Comércio Local e de Proximidade, faz-se uma análise mais detalhada da atividade dos estabelecimentos de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47), introduzindo as variáveis Pessoal ao Serviço e Volume de negócios (VN)¹⁴.

Na análise da distribuição do número de estabelecimentos de comércio em Portugal verifica-se que, de uma maneira geral, existe uma concentração nos grandes centros urbanos, com o concelho de Lisboa e do Porto a concentrarem o maior número de estabelecimentos, 16745 e 7843 unidades, respetivamente, e a representarem 10% do total para o ano de 2016. Os concelhos limítrofes destas capitais têm também uma grande concentração destes estabelecimentos, assim como os concelhos localizados no litoral, especialmente desde a península de Setúbal para norte.

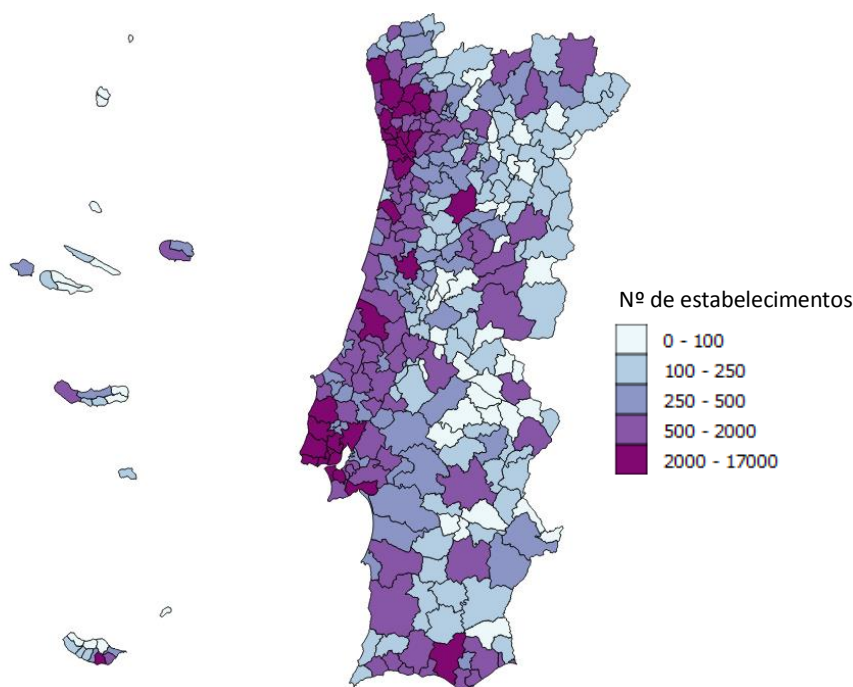
Nas regiões autónomas é igualmente evidente a existência de mais unidades nos principais concelhos insulares – Funchal, com 2374 estabelecimentos, e Ponta Delgada, com 1212.

Na região do Algarve destacam-se o concelho de Loulé, com 2251 unidades assim como os restantes concelhos algarvios que o circundam e onde se localizam as principais áreas de interesse turístico da região.

Constata-se, assim, a preponderância do número de estabelecimentos das três divisões do comércio nas zonas litorais e nos principais centros urbanos.

¹⁴ De notar que, as escalas para cada mapa são diferentes por forma a melhor identificar, visualmente, o contraste da distribuição geográfica do número de estabelecimentos.

MAPA 4
- Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e
motociclos
- Secção G da CAE Rev3 -
2016



Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

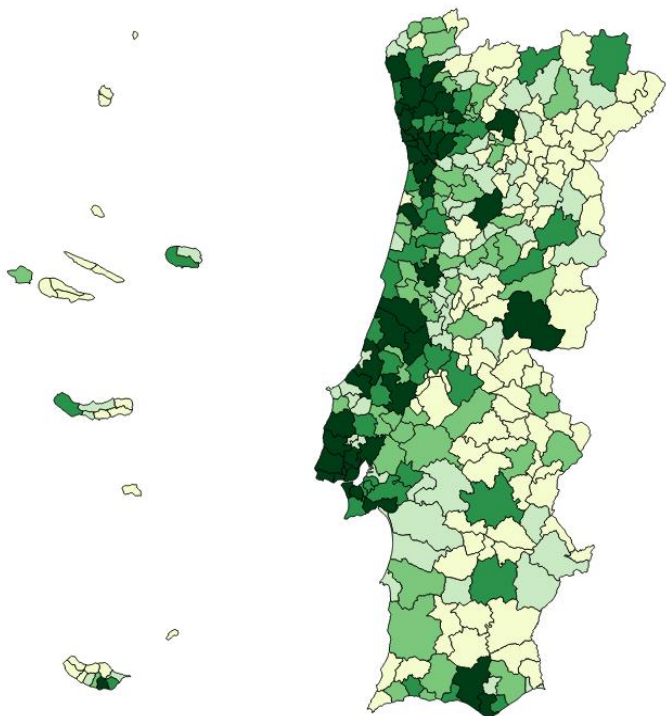
Os estabelecimentos das atividades do comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos e do comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos distribuem-se de forma semelhante aos da atividade comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, denotando uma maior predominância no litoral do país, apesar de pontualmente existirem algumas concentrações em concelhos do interior.

No que concerne ao comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos verifica-se, mais uma vez, uma clara concentração do número de estabelecimentos nos concelhos de Lisboa e Porto e nos concelhos contíguos, assim como noutros concelhos em diferentes pontos nomeadamente Viseu, Coimbra, Leiria, Loulé e Funchal.

Estabelecimentos do Comércio, Repartição Geográfica por concelhos - 2016

MAPA 5 - Comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos

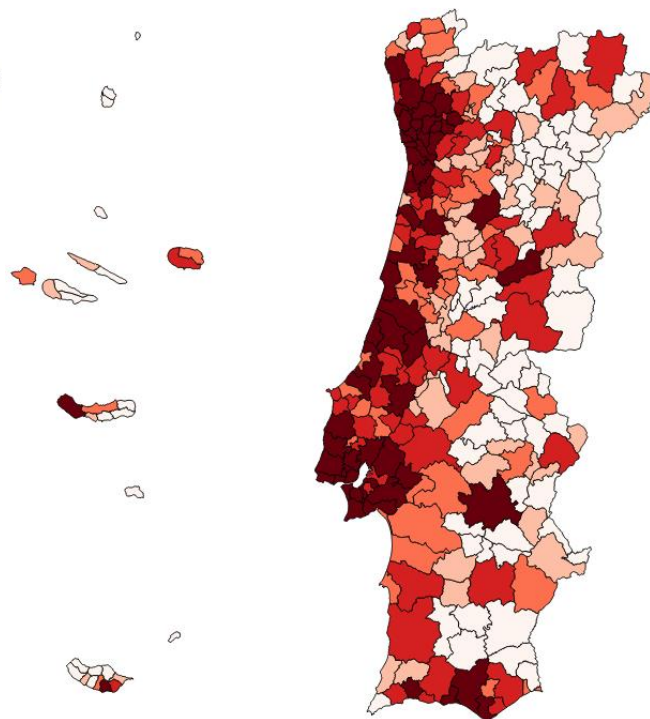
- CAE Rev3 45 -



0 - 25 25 - 50 50 - 100 100 - 200 200 - 1200

MAPA 6- Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos

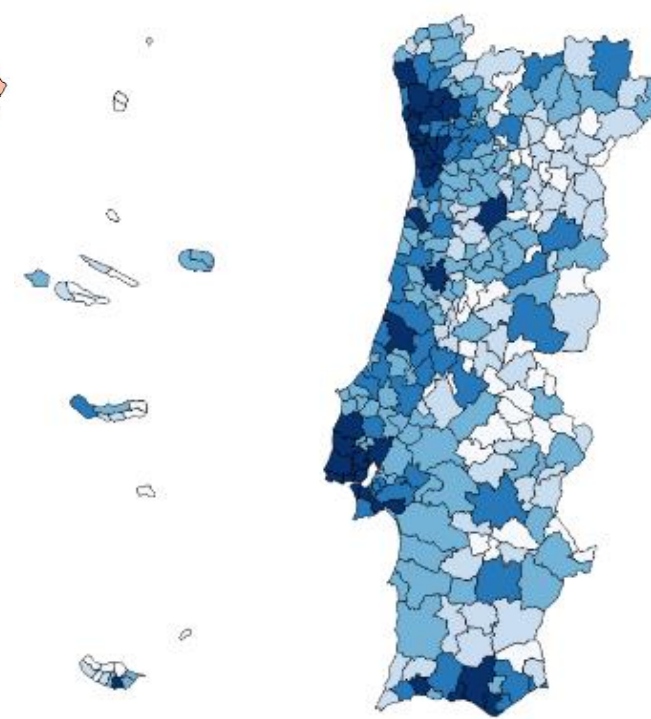
- CAE Rev3 46 -



0 - 25 25 - 50 50 - 100 100 - 250 250 - 4800

MAPA 7 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos

- CAE Rev3 47 -



0 - 75 75 - 150 150 - 500 500 - 1000 1000 - 11000

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

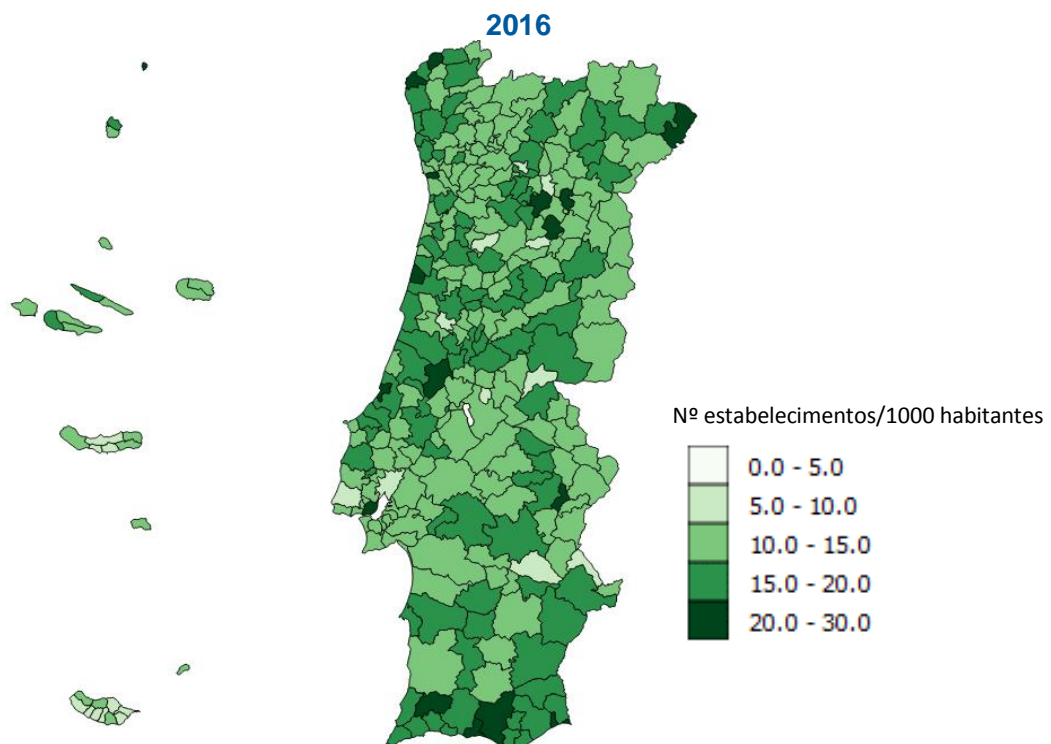
Unidade das escalas: Nº.de Estabelecimentos

Igualmente importante é perceber qual o nível de cobertura da distribuição destes estabelecimentos pela população residente. O mapa que se segue apresenta a distribuição do número de estabelecimentos por cada mil habitantes, por forma a aferir o equilíbrio entre o número de estabelecimentos e a população. Faz-se notar que, para esta análise foi tida em conta a população residente tendo-se ignorado aspetos como a concentração de pessoas nos concelhos onde efetivamente trabalham e que pode diferir do concelho do seu local de residência.

Neste caso, verifica-se uma alteração na paleta de cores do mapa, dado que a distribuição do número de estabelecimentos por cada mil habitantes se apresenta mais dispersa. Não parece existir nenhuma área geográfica que tenha uma tendência de maior concentração. Existem alguns pontos com concentrações mais elevadas, mas estes encontram-se dispersos um pouco por todo o país, com menor preponderância nas ilhas. Curiosamente, concelhos próximos da fronteira e com história comercial com Espanha surgem com um elevado número de estabelecimentos por cada 1000 habitantes, como é o caso de Valença, Miranda do Douro e Vila Real de Santo António. Não obstante, estes números devem ser lidos com cuidado dado tratarem-se de concelhos com um baixo nível de população residente.

Os concelhos do Corvo, Valença, Albufeira e Nazaré são os que têm o rácio mais elevado, com 28,3 unidades/1000 habitantes, 27,7 unidades/1000 habitantes, 27,5 unidades/1000 habitantes e 27,5 unidades/1000 habitantes, respetivamente.

MAPA 8
Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- CAE Rev3 47 -
Número de estabelecimentos por 1000 habitantes



Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

Conforme se verificou anteriormente na distribuição dos estabelecimentos de comércio a retalho por NUTSII, a região Norte e a região da AML são as que mais concentram estabelecimentos desta atividade com 35,9% e 24,5%, respetivamente). Isto significa que cerca de 60% dos estabelecimentos portugueses concentra-se numa área de pouco mais de 25% do território nacional. Esta assimetria é, como se sabe, histórica devido essencialmente a fenómenos de desertificação demográfica de regiões mais interiores a partir da década de 60 e a sua concentração no litoral e nas cidades de maior dimensão.

O quadro que se segue apresenta informação relativa ao número de estabelecimentos de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos por concelhos com maior relevância nas respetivas NUTSII, para 2016¹⁵. Como critério desta seleção teve-se em conta o número de estabelecimentos e o respetivo VN, sendo este o último o indicador que serviu como critério de desempate. Foram selecionados 2 concelhos¹⁶ para cada NUTSII: Matosinhos e Porto (Região Norte); Coimbra e Leiria (Região Centro); Lisboa e Sintra (Região da AML); Évora e Santarém (Região do Alentejo); Faro e Loulé (Região do Algarve); Angra do Heroísmo e Ponta Delgada (Região Autónoma dos Açores), Funchal e Santa Cruz (Região Autónoma da Madeira).

Os 14 concelhos selecionados representam, no seu total, cerca de 22,1% dos estabelecimentos de comércio a retalho do país. Ao nível das NUTSII, estes podem representar entre 12,7% (Centro) e 65,8% (Madeira) do total de estabelecimentos da região. Relativamente ao número de estabelecimentos por 1000 habitantes, quase todos os concelhos deste quadro são significativamente superiores à média nacional (14,8 estabelecimentos/1000 habitantes). Não obstante, como já referido, a interpretação deste indicador deverá ter em conta a população residente dos concelhos.

Quadro 3

– Nº de Estabelecimentos de Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (Divisão 47 da CAE Rev3) – Principais Concelhos por NUTSII, 2016

Região NUTSII	Concelho	Estabelecimentos				
		Nº	/1000 hab	% NUTSII	% Portugal	
11	Norte	Matosinhos	2 462	14,2	4,5	1,6
		Porto	4 671	21,8	8,5	3,1
16	Centro	Coimbra	2 359	17,6	6,7	1,5
		Leiria	2 111	16,8	6,0	1,4
17	AM Lisboa	Lisboa	10 865	21,5	29,1	7,1
		Sintra	3 895	10,1	10,4	2,6
18	Alentejo	Évora	901	16,9	8,3	0,6
		Santarém	910	15,6	8,4	0,6
15	Algarve	Faro	1 116	18,3	12,6	0,7
		Loulé	1 530	22,1	17,3	1,0
20	Açores	Angra do Heroísmo	408	11,9	14,7	0,3
		Ponta Delgada	747	10,9	26,9	0,5
30	Madeira	Funchal	1 452	13,9	54,9	1,0
		Santa Cruz	290	6,6	11,0	0,2

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE e das Estatísticas da População, INE

¹⁵ O Anexo I apresenta informação complementar à analisada na presente secção.

¹⁶ Critério de escolha teve em consideração o nº de Estabelecimentos, o Volume de Negócios e Valor Acrescentado Bruto (VAB).

Os estabelecimentos de retalho destes 14 concelhos representam cerca de 27,2% do pessoal ao serviço e 31,2% do volume de negócios do total nacional destas unidades locais de comércio.

Não será novidade que o concelho de Lisboa ocupe o primeiro lugar nos indicadores em análise para os estabelecimentos do comércio a retalho nos municípios em destaque.

Cerca de 12% do emprego dos estabelecimentos da atividade retalhista concentra-se no município de Lisboa. Em termos de volume de negócios tem uma importância relativa de 18,6%. No que respeita ao emprego, os concelhos do Porto e de Matosinhos ocupam os segundo e terceiro lugar (pesos de 3,1% e 2,8%, respetivamente), enquanto, em volume de negócios, Matosinhos (2,3%) cede a sua posição a Sintra (3,5%).

Quadro 4

Pessoas ao Serviço e Volume de Negócios dos Estabelecimentos de Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (Divisão 47 da CAE Rev3) – Principais Concelhos por NUTSII, 2016

Região NUTSII	Concelho	Pessoal ao Serviço			Volume de Negócios			
		#	% NUTSII	% Portugal	10 ⁶ eur	% NUTSII	% Portugal	
11	Norte	Matosinhos	12 259	8,4	2,8	1 445	8,4	2,3
		Porto	13 584	9,3	3,1	2 421	14,0	3,9
16	Centro	Coimbra	7 818	8,7	1,8	771	6,0	1,2
		Leiria	6 301	7,0	1,5	1 101	8,6	1,8
17	AM Lisboa	Lisboa	40 463	32,2	9,3	9 372	35,6	15,1
		Sintra	11 924	9,5	2,7	2 187	8,3	3,5
18	Alentejo	Évora	2 622	9,5	0,6	148	5,5	0,2
		Santarém	3 135	11,3	0,7	209	7,7	0,3
15	Algarve	Faro	4 176	16,0	1,0	318	22,2	0,5
		Loulé	4 179	16,0	1,0	235	16,4	0,4
20	Açores	Angra do Heroísmo	1 383	15,1	0,3	156	18,2	0,3
		Ponta Delgada	3 207	35,1	0,7	379	44,3	0,6
30	Madeira	Funchal	6 276	63,9	1,4	494	69,6	0,8
		Santa Cruz	979	10,0	0,2	122	17,2	0,2

Fonte: GEE a partir de dados do SCIE, INE.

3. Indicadores Económico-Financeiros das Empresas do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos

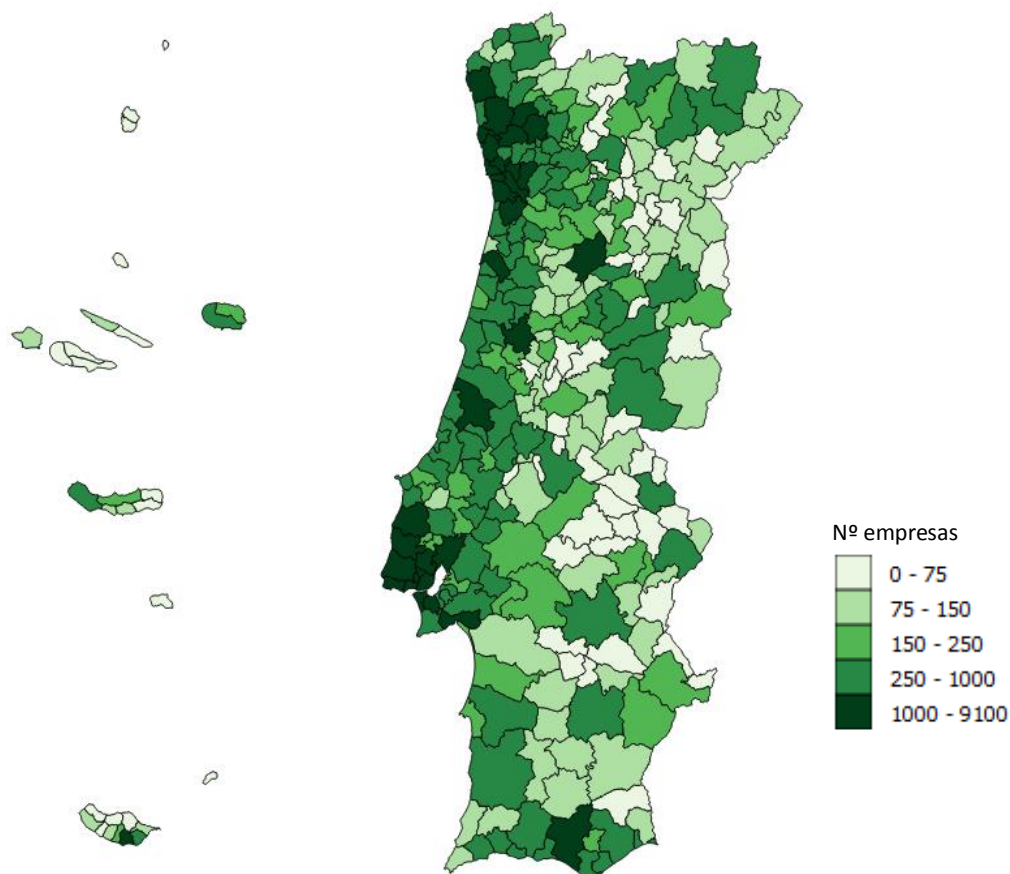
Apresenta-se, nesta secção, uma breve análise por concelho dos principais indicadores das empresas do comércio a retalho, conhecendo-se a respetiva distribuição a nível geográfico. Para tal efeito consideraram-se os dados das empresas por concelho (nº empresas sediadas nos municípios e respetivos VN e VAB).

Segue-se a análise dos principais indicadores económico-financeiros e patrimoniais das empresas de Comércio a Retalho assim como da sua evolução demográfica.

3.1. Análise detalhada das Empresas do Comércio a retalho por concelhos¹⁷¹⁸

Os mapas que se seguem representam graficamente a distribuição do número de empresas pertencentes ao comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motocicletas¹⁹ e do respetivo VAB e o VN, para o ano de 2016. Da sua análise constata-se que as áreas que apresentam valores mais elevados destes dois indicadores económicos são aquelas onde existe uma maior concentração de empresas (de forma semelhante ao número de estabelecimentos, veja-se o mapa 7).

MAPA 9
Empresas do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motocicletas
- CAE Rev3 47 –
2016



Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

¹⁷ De notar que, na análise dos indicadores económico-financeiros, VN e VAB, para as empresas da CAE Rev3 47 existe uma disparidade dos intervalos nas escalas. No último nível há um intervalo muito alargado propositadamente para melhor se poder observar os contrastes existentes entre os concelhos que registam os valores mais elevados de VN e VAB. Se se optasse por uma distribuição mais homogénea dos intervalos os mapas não apresentariam este contraste e seria mais difícil aferir as diferenças existentes entre os vários concelhos e regiões portuguesas no que se refere aos indicadores em análise.

¹⁸ Os dados recentemente disponibilizados para o SCIE, relativos a 2017, não se encontram desagregados por estabelecimentos. A informação atualizada apenas está disponível para o total nacional das empresas não financeiras, desagregada por CAE Rev3.

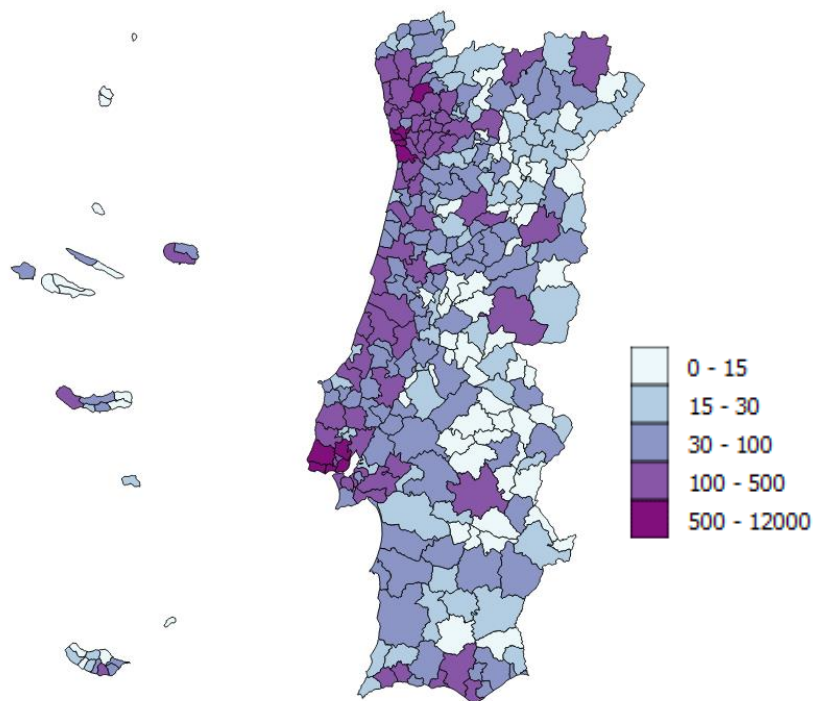
¹⁹ Distribuição geográfica das empresas por município da sede, pelo que o número de empresas por município corresponde ao número de sedes de empresas nesse município. O número de empresas por CAE e por município pode ser igual ou inferior ao número de estabelecimentos de igual CAE nesse município.

Empresas do Comércio, Repartição Geográfica por concelhos - 2016

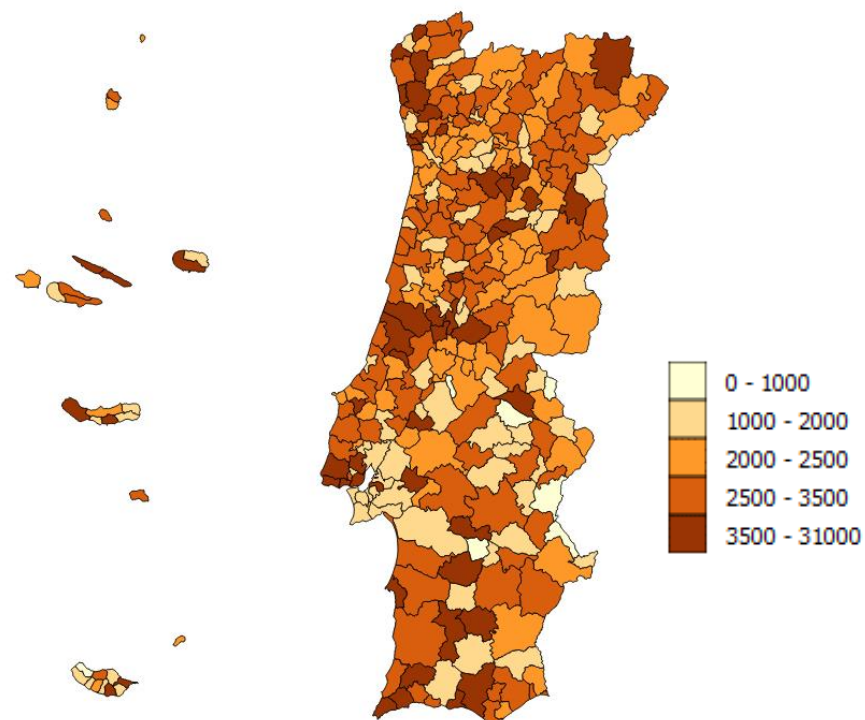
MAPA 10 – Volume de Negócios do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motocicletas

- CAE Rev3 47 -

Volume de Negócios



Volume de Negócios por habitante

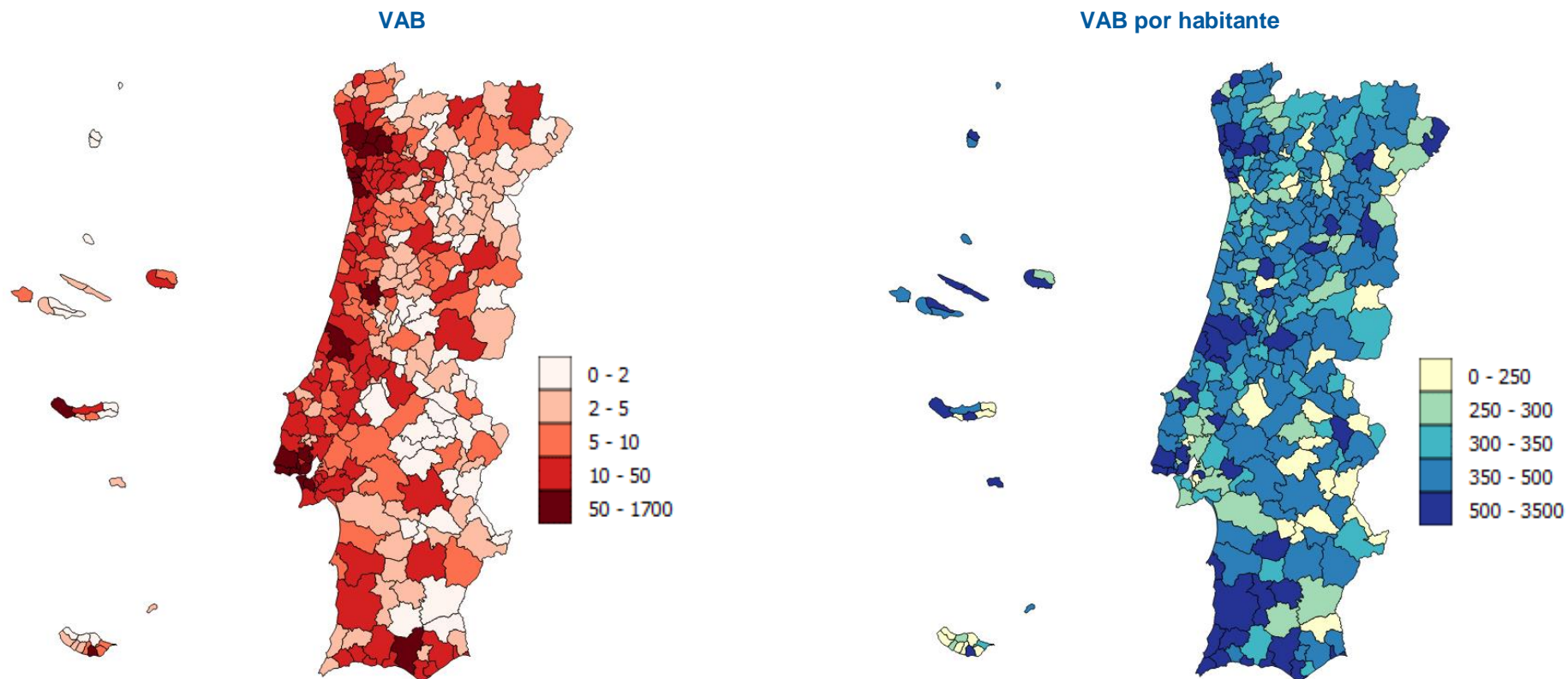


Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

Unidade das escalas: Milhões de euros (mapa da esquerda) e euros por habitante (mapa da direita)

Empresas do Comércio, Repartição Geográfica por concelhos - 2016

MAPA 11 – VAB do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- CAE Rev3 47 -



Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE, INE

Unidade das escalas: Milhões de euros (mapa da esquerda) e euros por habitante (mapa da direita)

O quadro que se segue apresenta informação relativa ao número de empresas de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos para os concelhos com maior relevância nas respetivas NUTSII, para 2016²⁰. Tal como para os estabelecimentos, teve-se em linha de conta o número de unidades de atividade económica (neste caso, empresas) por concelho. Foram selecionados 2 concelhos para cada NUTSII: Porto e Vila Nova de Gaia (Região Norte); Coimbra e Leiria (Região Centro); Lisboa e Sintra (Região da AML); Évora e Santarém (Região do Alentejo); Albufeira e Loulé (Região do Algarve); Angra do Heroísmo e Ponta Delgada (Região Autónoma dos Açores), Funchal e Santa Cruz (Região Autónoma da Madeira).

Os 14 concelhos selecionados representam, no seu total, cerca de 22% das empresas, 33% do pessoal ao serviço, 31% do volume de negócios e 39% do VAB da atividade a nível nacional. Em relação às NUTSII, de destacar a AML (Lisboa e Sintra com um peso total de 9,4%) e o Norte (Porto e Vila Nova de Gaia com 5,3%) em termos de concentração de empresas. Relativamente ao pessoal ao serviço nestas empresas, os concelhos de Lisboa, Sintra e Porto são aqueles que maior peso têm na estrutura nacional, com 19,4%, 3,1% e 2,6%, respetivamente. Estes três concelhos são também os mais importantes em volume de negócios, sendo que o Porto ocupa, neste caso, a segunda posição. Em relação ao VAB da atividade, Lisboa ocupa a posição cimeira, representando cerca de 23,6% do total nacional gerado pelas empresas do comércio a retalho. Segue-se Sintra (5,7%) e Porto (2,5%).

Quadro 5

– Nº de Empresas de Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (Divisão 47 da CAE Rev3) – Principais Concelhos por NUTSII, 2016

Região NUTSII	Concelho	Nº			Pessoas ao Serviço			Volume de Negócios			VAB			
		#	% NUTSII	% PT	Nº	% NUTSII	% PT	10 ⁶ eur	% NUTSII	% PT	10 ⁶ eur	% NUTSII	% PT	
11	Norte	Porto	3 896	8,0	2,9	11 273	7,9	2,6	2 420,5	14,0	3,9	180,8	8,8	2,5
		Vila Nova de Gaia	3 173	6,5	2,4	6 526	4,6	1,5	1 135,1	6,6	1,8	82,5	4,0	1,2
16	Centro	Coimbra	1 917	6,2	1,4	4 301	6,1	1,0	770,9	6,0	1,2	56,2	5,9	0,8
		Leiria	1 790	5,7	1,3	4 894	7,0	1,1	1 100,6	8,6	1,8	82,9	8,7	1,2
17	AM Lisboa	Lisboa	9 006	28,2	6,8	83 872	51,6	19,4	9 371,7	35,6	15,1	1 679,4	50,4	23,6
		Sintra	3 453	10,8	2,6	13 324	8,2	3,1	2 186,5	8,3	3,5	408,9	12,3	5,7
18	Alentejo	Évora	784	8,1	0,6	1 928	8,9	0,4	147,5	5,5	0,2	26,1	9,4	0,4
		Santarém	763	7,9	0,6	1 796	8,3	0,4	208,6	7,7	0,3	24,3	8,7	0,3
15	Algarve	Albufeira	885	11,9	0,7	2 153	12,2	0,5	195,2	13,6	0,3	32,4	12,7	0,5
		Loulé	1 287	17,3	1,0	3 530	19,9	0,8	234,8	16,4	0,4	58,2	22,8	0,8
20	Açores	Angra do Heroísmo	352	16,0	0,3	1 205	13,8	0,3	155,6	18,2	0,3	19,7	13,5	0,3
		Ponta Delgada	551	25,0	0,4	3 657	42,0	0,8	378,6	44,3	0,6	68,1	46,5	1,0
30	Madeira	Funchal	1 099	51,1	0,8	4 835	65,7	1,1	493,8	69,6	0,8	67,9	66,9	1,0
		Santa Cruz	254	11,8	0,2	648	8,8	0,2	122,3	17,2	0,2	8,3	8,2	0,1

Fonte: GEE a partir de dados do SCIE, INE.

Os gráficos que se seguem apresentam informação relativa à evolução dos indicadores em análise para as empresas do comércio a retalho e para o conjunto de concelhos selecionados. Os dados referem-se aos anos de 2010 a 2016, considerando o ano de 2010 como ano base (2010=100).

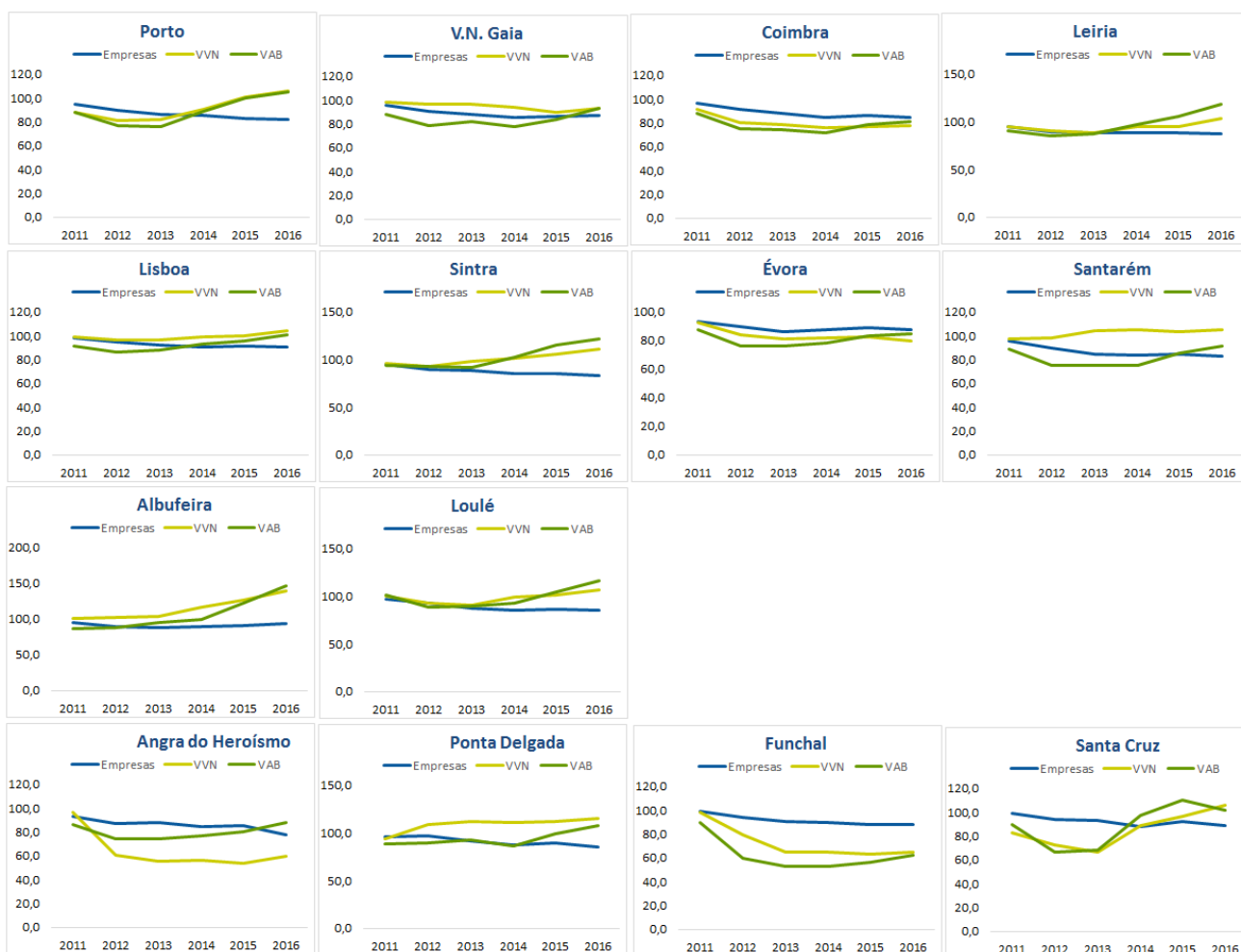
²⁰ O Anexo II apresenta informação complementar à analisada na presente secção.

Em relação ao número de empresas, verifica-se que, de um modo geral, o comportamento é similar em todos os concelhos, assistindo-se a um decréscimo do seu número em 2016, relativamente a 2010. Os concelhos mais afetados foram Angra do Heroísmo, Porto e Santarém, com quedas na ordem dos -22,5%, -18,0% e -17,1%, respetivamente.

O volume de negócios das empresas desta atividade sofreu variações de diferente amplitude nos diferentes concelhos. De referir que, os concelhos onde o VN mais desceu foram Angra do Heroísmo, Funchal e Coimbra, com decréscimos na ordem dos -40%, -35,4% e -21,9%, respetivamente. No sentido contrário, no total dos 14 concelhos em análise, 9 apresentaram comportamentos positivos, com destaque para Albufeira, Ponta Delgada e Sintra com acréscimos de 39,2%, 15,1% e 11,4%, respetivamente.

Em relação ao VAB, 6 dos 14 concelhos apresentaram negativos, assistindo-se a alguma assimetria, à semelhança do indicador anterior. As maiores descidas ocorreram no Funchal, Coimbra e em Évora, com -38,2%, -18,9% e 15,5%, respetivamente. Houve de resto um crescimento do VAB em 8 concelhos, com destaque para os concelhos de Albufeira, Sintra e Leiria com crescimentos de 47,1%, 21,9% e 19,1%, respetivamente.

Gráficos 2 a 15
Empresas do Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
(Divisão 47 da CAE Rev3)
- 2010=100 -



Fonte: GEE a partir de dados do SCIE, INE.

3.2. Principais Indicadores Económicos, patrimoniais e financeiros das Empresas do Comércio a Retalho

Após a análise da dinâmica dos estabelecimentos e das empresas a nível regional e municipal, importa agora aferir a importância do setor do comércio a retalho no âmbito nacional.

As empresas cuja atividade principal se enquadra nas atividades de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em 2017, cerca de 61% das empresas, 58% do emprego, 43% do VAB, 50% da FBCF e 46% das remunerações do setor do comércio. Por outro lado, representaram 11% das empresas não financeiras, 12% do emprego, 8% do VAB, 7% da FBCF e 10% das remunerações totais.

Os dados para as empresas desta atividade mostram que o número de empresas tem vindo a decrescer desde 2010 até 2016, assistindo-se a um aumento homólogo de 0,7% do número de empresas em 2017. Em 2017, e apesar do número de empresas continuar muito aquém do nível de 2010, o retalho volta a crescer. Neste ano, o volume de negócios, as remunerações e a FBCF ultrapassam os níveis observados em 2010.

No ano de 2017, todas as variáveis económicas apresentaram uma performance positiva, com destaque para a FBCF (+12,8%), o VAB (+6,5%), e o Volume de Negócios (+5,8%).

Apesar do desempenho positivo do retalho, o peso das empresas desta atividade nas empresas da secção G e no total das empresas decresceu cerca de 1,0 p.p. e 2,4 p.p., respetivamente, entre 2010 e 2017. No entanto, em sentido oposto, assiste-se a um aumento da importância relativa destas unidades no total do setor do Comércio face a 2010, em relação ao número de pessoas ao serviço (+1,6 p.p.), volume de negócios (+0,1 p.p.), VAB (+1,8 p.p.) e remunerações (+3,1 p.p.). Esta situação justifica-se pelo facto das empresas retalhistas terem tido um melhor desempenho (embora relativamente fraco) que as restantes empresas pertencentes ao setor. Não obstante, não deve ser ignorado o constante decréscimo do número de empresas desde 2010, menos 20230 empresas, assim como do número de pessoas ao serviço, menos 12760 indivíduos.

Resultante do comportamento do VAB e do emprego das empresas desta atividade, o valor anual do VAB por trabalhador (produtividade aparente do trabalho) cresceu, em termos homólogos, 3,7% (4,9% em 2016), crescimento inferior ao registado para o mesmo rácio para a secção G (4,1%) e próximo da média das empresas (3,7%). Neste mesmo ano, a remuneração anual média por trabalhador no comércio retalhista cresceu, face ao período homólogo, a uma taxa superior (3,7%) à observada nas empresas da secção respetiva (3,4%) e para o total das empresas (3,2%).

Quadro 6
Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- CAE Rev3 47 -
Principais indicadores económicos das empresas

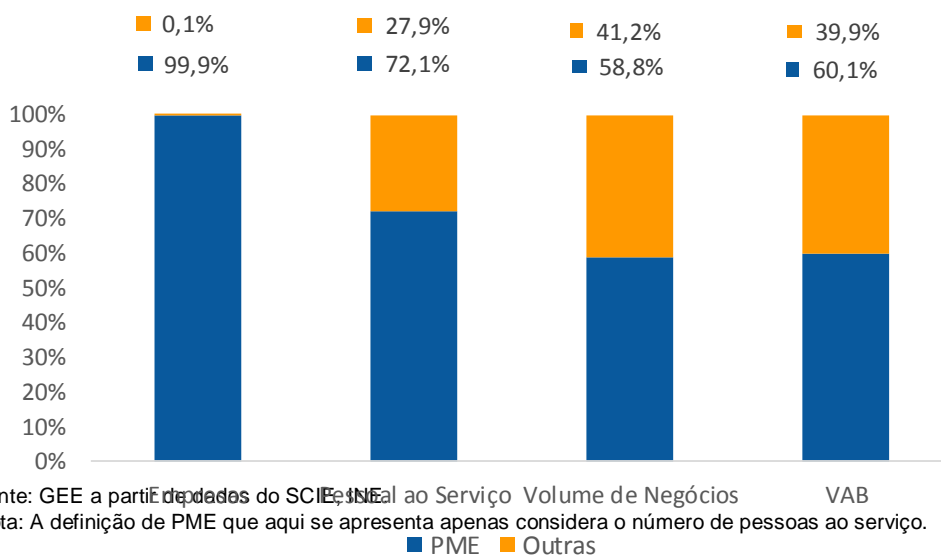
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Empresas (nº)	154 467	149 566	142 567	138 461	135 429	134 972	133 267	134 237
TVH(%)		-3,2	-4,7	-2,9	-2,2	-0,3	-1,3	0,7
<i>Peso na Seção G</i>	61,4	61,3	61,3	61,1	61,0	60,8	60,5	60,6
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	13,5	13,4	13,4	12,6	12,0	11,6	11,1	11,1
Pessoal ao Serviço (nº)	455 407	447 487	423 029	412 563	411 980	423 096	431 314	442 647
TVH(%)		-1,7	-5,5	-2,5	-0,1	2,7	1,9	2,6
<i>Peso na Seção G</i>	56,0	56,3	56,6	57,0	57,3	57,5	57,6	57,6
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	12,2	12,3	12,4	12,2	11,9	11,8	11,6	11,5
Volume de Negócios (M€)	47 168	45 422	43 394	43 110	43 984	44 869	46 363	49 063
TVH(%)		-3,7	-4,5	-0,7	2,0	2,0	3,3	5,8
<i>Peso na Seção G</i>	35,8	36,1	37,0	36,9	36,8	36,3	36,2	35,8
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	13,5	13,3	13,6	13,6	13,6	13,5	13,6	13,3
Valor Acrescentado Bruto (M€)	6 965	6 321	5 779	5 876	6 225	6 660	7 124	7 585
TVH(%)		-9,3	-8,6	1,7	5,9	7,0	7,0	6,5
<i>Peso na Seção G</i>	40,8	41,1	41,6	41,9	42,1	42,6	43,0	42,6
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	8,2	8,0	7,9	8,0	8,2	8,3	8,3	8,2
Formação Bruta de Capital Fixo (M€)	1 169	947	618	750	869	940	1 120	1 263
TVH(%)		-19,0	-34,8	21,4	15,9	8,2	19,1	12,8
<i>Peso na Seção G</i>	51,5	52,4	50,1	51,4	50,5	46,6	49,9	52,3
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	6,4	6,0	5,8	6,5	6,8	6,4	6,8	6,7
Remunerações (M€)	3 684	3 626	3 399	3 316	3 387	3 550	3 777	4 019
TVH(%)		-1,6	-6,3	-2,4	2,1	4,8	6,4	6,4
<i>Peso na Seção G</i>	43,5	44,2	44,5	45,0	45,3	45,6	46,4	46,6
<i>Peso no total das Empresas (1)</i>	9,7	9,8	9,8	9,8	9,8	9,8	10,0	9,9
Produtividade Aparente do Trabalho (€/trabalhador)	15 295	14 125	13 662	14 242	15 111	15 742	16 516	17 135
TVH(%)		-7,6	-3,3	4,3	6,1	4,2	4,9	3,7
Seção G	20 994	19 386	18 601	19 395	20 566	21 271	22 134	23 155
TVH(%)		-7,7	-4,1	4,3	6,0	3,4	4,1	4,6
Total de Empresas	22 761	21 846	21 474	21 646	22 071	22 506	23 054	23 917
TVH(%)		-4,0	-1,7	0,8	2,0	2,0	2,4	3,7
Remunerações / Trabalhador (€/trabalhador)	8 089	8 103	8 035	8 037	8 221	8 391	8 756	9 080
TVH(%)		0,2	-0,8	0,0	2,3	2,1	4,4	3,7
Seção G	10 411	10 337	10 222	10 184	10 405	10 577	10 869	11 236
TVH(%)		-0,7	-1,1	-0,4	2,2	1,6	2,8	3,4
Empresas	10 198	10 222	10 137	10 013	10 070	10 136	10 240	10 570
TVH(%)		0,2	-0,8	-1,2	0,6	0,7	1,0	3,2

Fonte: GEE a partir de dados do SCIE, INE.

Nota: (1) Empresas Não Financeiras classificadas nas secções A a S da CAE Rev.3, com exceção da Administração Pública e Defesa; Segurança Social Obrigatória (Secção O).

Em 2016²¹, cerca de 99,9% das empresas do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos eram pequenas e médias empresas (com menos de 250 pessoas ao serviço). Estas empresas foram responsáveis por 72,1% do emprego, 58,8% do volume de negócios e 60,1% do VAB desta atividade.

Gráfico 16
PME no Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- CAE Rev3 47 -
- 2016 -



No período em análise, que inclui o período de contração económica em que Portugal se encontrava e o envolvimento do país no Procedimento por Défice Excessivo (PDE), verificou-se uma tendência para o decréscimo do Ativo e dos Capitais Próprios.

Após uma relativa estagnação entre 2012 e 2014, a partir deste 2015 verifica-se uma tendência positiva no ativo, com contrapartida da redução do passivo via financiamento pelo capital próprio, situação que poderá estar relacionada com a maior dificuldade das empresas se financiarem junto da banca. Esta situação é acompanhada por uma redução no endividamento das empresas do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, pelo que em termos de autonomia financeira, as empresas desta atividade têm assumido um comportamento positivo.

A rentabilidade dos ativos tem um comportamento evolutivo positivo a partir de 2013 sendo que, em 2016, a média para o comércio a retalho é de 7,7%, mais 1,4 p.p. que em 2010.

²¹ Os dados recentemente disponibilizados para o SCIE, relativos a 2017, não se encontram desagregados por escalões de pessoas ao serviço. A informação atualizada apenas está disponível para o total nacional das empresas não financeiras, desagregada por CAE Rev3.

Quadro 7
Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- CAE Rev3 47 -
Indicadores patrimoniais e rácios financeiros

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ATIVO TOTAL (M€)*	27 080,2	26 337,4	25 251,1	25 254,0	25 184,7	25 324,4	26 148,4
<i>Valor Médio por empresa (€)</i>	<i>548 381,2</i>	<i>528 321,8</i>	<i>509 680,0</i>	<i>502 496,6</i>	<i>498 055,5</i>	<i>493 317,2</i>	<i>514 894,2</i>
PASSIVO (M€)*	6 820,4	6 629,6	6 328,5	6 551,9	7 066,5	7 356,8	7 885,0
<i>Valor Médio por empresa (€)</i>	<i>138 115,1</i>	<i>132 988,3</i>	<i>127 737,0</i>	<i>130 368,2</i>	<i>139 748,9</i>	<i>143 309,1</i>	<i>155 266,0</i>
CAPITAL PRÓPRIO (M€)*	20 260,4	19 707,9	18 922,6	18 702,1	18 118,2	17 967,7	18 263,4
<i>Valor Médio por empresa (€)</i>	<i>410 279,6</i>	<i>395 335,9</i>	<i>381 943,5</i>	<i>372 128,8</i>	<i>358 307,1</i>	<i>350 008,1</i>	<i>359 628,1</i>
Liquidez Geral (%)	100,4	97,3	100,1	99,2	101,4	106,2	109,0
Autonomia Financeira (%)	25,2	25,2	25,1	25,9	28,1	29,1	30,2
Endividamento (%)	397,1	397,3	399,0	385,4	356,4	344,2	331,6
Rendibilidade dos Ativos (%)	6,3	4,4	3,9	4,7	6,0	6,9	7,7
<i>Por memória</i>							
<i>Nº de Empresas*</i>	<i>49 382</i>	<i>49 851</i>	<i>49 543</i>	<i>50 257</i>	<i>50 566</i>	<i>51 335</i>	<i>50 784</i>

Fonte: GEE, a partir de dados da Central de Balanços (Banco de Portugal).

Nota: * O valor total da variável resulta da multiplicação do respetivo valor médio pelo número de empresas.

3.3. Demografia das Empresas do Comércio a Retalho

Entre 2010 e 2017, as constituições de empresas de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em média, cerca de 50,6% das constituições de empresas do setor do comércio e 12,2% do total. Em relação às dissoluções, esta atividade representou cerca de 49,9% da Secção G e 14,7% do total da economia.

A evolução do número de constituições e de dissoluções de pessoas coletivas ou entidades equiparadas da atividade de comércio a retalho, exceto veículos automóveis e motociclos, assim como da Secção G assumiu um comportamento oposto ao registado para total das atividades económicas entre 2010 a 2012, com o número de dissoluções a ser superior ao de constituições no setor do comércio. Assim sendo, enquanto o saldo era positivo para o total, neste setor era negativo, o que traduzia um período de crise no setor, com o encerramento de muitas empresas retalhistas.

Em 2013 ocorre uma inversão da situação, com o setor do retalho a apresentar um saldo positivo (4430 constituições e 2778 dissoluções), semelhante ao comportamento para o total das atividades. Em 2015, apesar das dissoluções ainda representarem cerca de 80% das constituições de empresas da atividade retalhista, com o decréscimo registado nas dissoluções o saldo atinge novamente valores positivos, embora de pouca expressão. No ano que se seguiu (2016) as constituições de empresas desta atividade decresceram 13,2% enquanto as dissoluções cresciam, em termos homólogos, 34,3%. Em 2017, a recuperação da economia vem reverter a situação, pois apesar de se registar um

decréscimo na constituição de empresas retalhistas (-7,3%), assiste-se a um abrandamento significativo do número de dissoluções (-55%). Este comportamento verificou-se igualmente ao nível do setor do Comércio e da média da economia.

Quadro 8

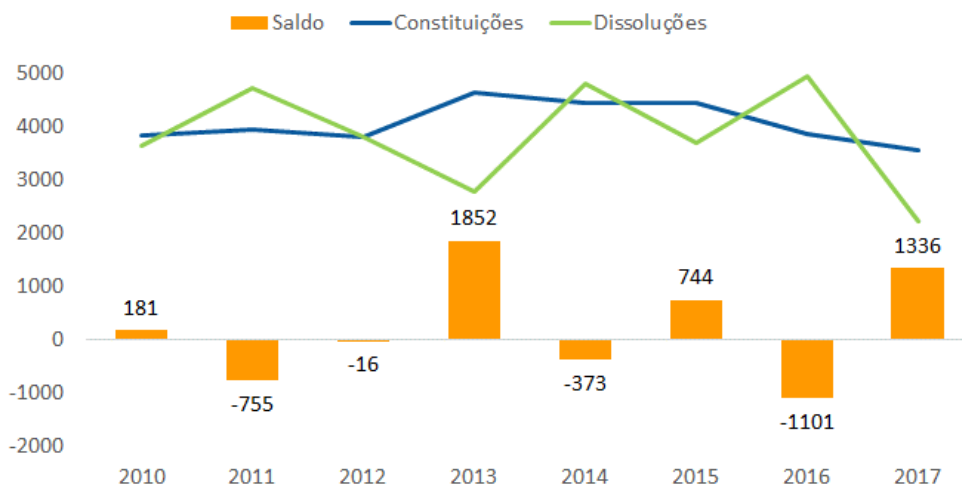
**Constituição e Dissolução de Empresas
Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- (Divisão 47 da CAE Rev3) -**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Constituição de Pessoas Coletivas e Entidades Equiparadas								
<i>Comércio a Retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47)</i>	3 823	3 950	3 795	4 630	4 425	4 424	3 842	3 561
<i>Secção G</i>	7 406	7 902	7 517	8 781	8 563	8 602	7 766	7 455
<i>Total</i>	28 722	33 028	29 175	33 618	33 552	35 666	35 234	38 497
Dissolução de Pessoas Coletivas e Entidades Equiparadas								
<i>Comércio a Retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47)</i>	3 642	4 705	3 811	2 778	4 798	3 680	4 943	2 225
<i>Secção G</i>	7 493	10 547	7 983	5 317	10 156	6 838	9 930	4 049
<i>Total</i>	22 315	32 990	25 828	18 054	35 903	23 941	36 706	14 811
Saldo (Constituições - Dissoluções)								
<i>Comércio a Retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47)</i>	181	- 755	- 16	1 852	- 373	744	- 1 101	1 336
<i>Secção G</i>	- 87	- 2 645	- 466	3 464	- 1 593	1 764	- 2 164	3 406
<i>Total</i>	6 407	38	3 347	15 564	- 2 351	11 725	- 1 472	23 686

Entidades Equiparadas, INE e Ministério da Justiça.

Gráfico 17

**Constituição e Dissolução de Empresas
Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- (Divisão 47 da CAE Rev3) -**



Fonte: GEE, a partir de dados de base da Demografia das empresas - Constituição e Dissolução de Pessoas Coletivas e Entidades Equiparadas, INE e Ministério da Justiça.

4. Evolução das Unidades Comerciais de Dimensão Relevante

No âmbito da análise do presente estudo, importa referir as unidades comerciais de dimensão relevante (UCDR)²², quer pelas especificidades destes estabelecimentos quer pela sua importância relativa na dinâmica do comércio a retalho em Portugal.

De acordo com a própria definição, as UCDR têm como atividade principal o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, excluindo as unidades de comércio a retalho de outros produtos, em estabelecimentos especializados²³. O conceito deixa, assim de parte, o comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda²⁴ e o comércio a retalho não efetuado em estabelecimentos, bancas, feiras ou unidades móveis de venda²⁵.

Com esta análise pretende-se verificar o peso das UCDR nos estabelecimentos retalhistas. Entende-se que, apesar do seu número de estabelecimentos ser claramente inferior no contexto total da atividade do comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, dadas as suas características de concentração comercial elevada, o peso do volume de negócios e pessoal ao serviço poderá ser significativo.

Em 2016, existiam 3402 UCDR o que, face a 2011, representou um aumento de cerca de 5,2% no número destas unidades (mais 168 em relação a 2011). Esta evolução contrastou com a do número total de estabelecimentos do comércio a retalho em que desde 2011 até 2016 decresceu em cerca de 15988 unidades, o que se traduziu num decréscimo na ordem dos 9,5%.

Verifica-se que no período em análise o número de estabelecimentos das UCDR apenas decresceu em 2014 (-2,5% face a 2013), sendo que nos restantes períodos registou-se sempre uma tendência de crescimento do número destas unidades a contrariar o registado no comércio a retalho onde subsiste uma constante tendência de redução do número total de estabelecimentos.

Em 2011 as UCDR representavam 1,9% do número estabelecimentos do comércio a retalho e, em 2016, cerca de 2,2%, o que poderia representar um crescimento significativo do seu peso CAE, mas este facto deve-se sobretudo ao decréscimo nos restantes estabelecimentos de comércio a retalho.

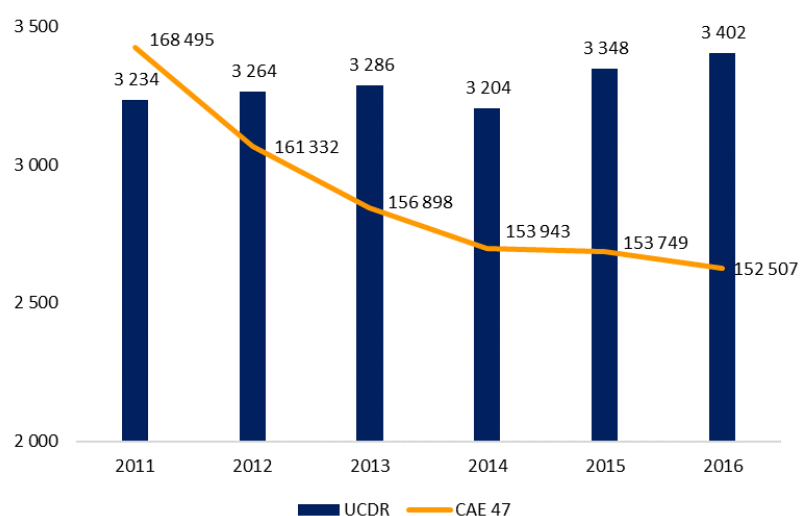
²² De acordo com o INE, "entende-se por Unidade Comercial de Dimensão Relevante (UCDR) o estabelecimento, considerado individualmente ou no quadro de um conjunto pertencente a uma mesma empresa ou grupo de empresas, em que se exerce a atividade comercial e relativamente ao qual, se verificam as condições: i) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, disponham de uma área de venda contínua igual ou superior a 2 000 m²; ii) Sendo de comércio a retalho não alimentar, disponham de uma área de venda contínua, igual ou superior a 4 000 m²; iii) Sendo de comércio a retalho alimentar ou misto, pertencentes a uma empresa ou grupo de empresas que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada, de comércio a retalho alimentar, igual ou superior a 15 000 m²; Sendo de comércio a retalho não alimentar, pertencentes a uma empresa ou grupo que detenha, a nível nacional, uma área de venda acumulada igual ou superior a 25 000 m²".

²³ CAE Rev.3 473.

²⁴ CAE Rev.3 478.

²⁵ CAE Rev.3 479.

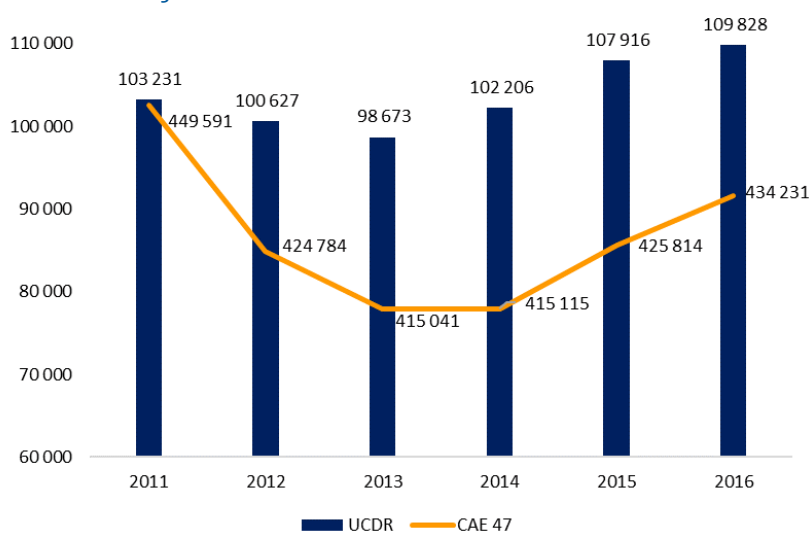
Gráfico 18
Número de Estabelecimentos da CAE Rev3 47 e de UCDR



Fonte: GEE, a partir de dados de base do Inquérito aos estabelecimentos comerciais - unidades comerciais de dimensão relevante. INE.

O número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos tem um comportamento de parábola nas dimensões UCDR e CAE Rev3 47 no período em análise. No caso da generalidade do comércio retalho o ponto de inflexão dá-se em 2014 e nas UCDR em 2013. Este último em consonância com a taxa de desemprego nacional que atinge o seu valor mais elevado em 2013 com 16,2% tendo em 2014 registado um valor na ordem dos 13,9%²⁶. A variação homóloga do emprego em 2016 é de cerca de 2,0% nos estabelecimentos de comércio a retalho e de 1,8% nas UCDR. Em 2016 o número de pessoas ao serviço nas UCDR representa cerca de 25,3% de todo o comércio a retalho, o que revela o peso das UCDR na estrutura laboral desta atividade económica.

Gráfico 19
Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos da CAE Rev3 47 e de UCDR



Fonte: GEE, a partir de dados de base do Inquérito aos estabelecimentos comerciais - unidades comerciais de dimensão relevante. INE.

²⁶ Fonte: INE – Inquérito ao emprego

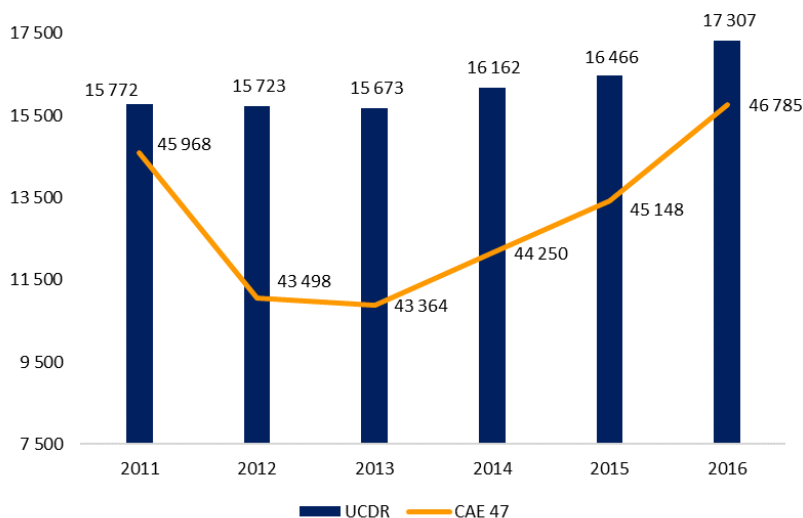
Em relação ao volume de negócios dos estabelecimentos, em ciclo com o pessoal ao serviço, entre 2011 e 2016, as duas dimensões (UCDR e CAE 47 Rev.3) também têm um comportamento parabólico no período entre 2011 e 2016.

Em 2013 registaram-se os valores mais baixos de volume de negócios das UCDR, 15,7 milhões de euros. A partir de 2014, inclusive, registou-se uma inversão na tendência decrescente atingindo-se em 2016 um volume de negócios na ordem dos 17,3 milhões de euros para as UCDR.

Salienta-se que no comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, a partir de 2013, também se inicia um período de crescimento. Desde 2013 até 2016 há um crescimento no comércio a retalho em geral e UCDR de 7,9% e 10,4%, respetivamente.

Em 2016 o volume de negócios das UCDR tem um peso de cerca de 37,0% comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, sendo este um valor muito significativo e que mostra a importância destas unidades no retalho. De salientar também que o volume de negócios em relação à secção G e para o total das atividade económicas revela um peso muito significativo de cerca de 13,5% e 5,1%, respetivamente²⁷.

Gráfico 20
Volume de Negócios dos Estabelecimentos da CAE Rev3 47 e de UCDR
(mil euros)



Fonte: GEE, a partir de dados de base do Inquérito aos estabelecimentos comerciais - unidades comerciais de dimensão relevante. INE.

²⁷ Fonte: INE - Sistema de contas integradas das empresas

5. O Peso do Comércio a Retalho²⁸ na Economia Portuguesa

O período analisado neste estudo foi um período conturbado para a economia portuguesa, que se encontrava em plena crise económica e financeira, com o Programa de Assistência Económica e Financeira (PAEF)²⁹ a decorrer e em pleno Procedimento dos Défices Excessivos (PDE)³⁰.

Regras orçamentais apertadas, uma maior dificuldade na obtenção de crédito por parte das empresas e uma economia anémica exigiram um esforço adicional ao sector empresarial, em particular ao comércio a retalho, para superar a conjuntura desfavorável.

Em 2009, o PIB já havia decrescido em termos reais 3%, com uma recuperação em 2010, de cerca de +1,9%, voltando a decrescer nos 3 anos seguintes (-1,8%, -4% e -1,1%, respetivamente, em 2011, 2012 e 2013) fazendo com que, entre 2010 e 2013, o PIB tenha contraído 6,8% e o VAB 5,1%. O ano de 2014 marca uma viragem no desempenho da economia, demonstrando já alguns sinais de recuperação, com o PIB e o VAB a crescerem em termos reais cerca de 0,9% e 0,4%, respetivamente.

Os dados das Contas Nacionais Portuguesas a preços correntes (Base 2011) indicam que o VAB da atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representou, em 2016, cerca de 7,3% do VAB dos Serviços, 5,5% do VAB nacional e 4,8% do PIB. O total da atividade da respetiva secção (Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos) pesou, nesse ano, 12,2% do PIB (12,1% em 2017).

No período em análise, o ano de 2011 foi aquele em que a atividade do comércio retalhista registou a maior taxa de crescimento nominal do VAB (4,2%). Em 2016, o crescimento do VAB desta atividade desacelerou 0,3% quando comparado com a sua performance em 2015 (taxa de variação homóloga de 3,3%). Neste mesmo ano, o valor do VAB da respetiva secção cresceu, em termos homólogos, 1,4%. Apesar de ainda não existirem dados disponíveis para esta atividade, o ano de 2017 revela perspectivas positivas para o comércio retalhista, uma vez que o valor do VAB da respetiva secção cresceu 3,4%. Entre 2010 e 2016, a importância relativa do VAB da atividade retalhista no comércio e no total nacional.

Em 2016, o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos foi responsável por 58,2% do emprego do setor do comércio, correspondendo a um efetivo de 411,3 mil empregos diretos (indivíduos) e a 8,8% do emprego nacional (+0,7 p.p. que em 2010). Neste ano, registou-se um crescimento homólogo de 2% do emprego desta atividade, sendo de destacar o crescimento homólogo de 6,4% registado em 2014. Tal como para o emprego, as remunerações têm registado um comportamento positivo desde 2014, sendo que em 2016 cresceram a uma taxa superior (7,1%) à do emprego (2%).

²⁸ Comércio a Retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47). Código 47 da Nomenclatura de Ramos de Atividade das Contas Nacionais Portuguesas (NRCN), Base 2011.

²⁹ PAEF iniciou-se em 2011 e terminou em 2014.

³⁰ PDE iniciou-se em 2009 e terminou em 2017.

Quadro 9
Principais Agregados Macroeconómicos do Ramo Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos
- 2010 a 2017³¹ -

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017Po	% 47 / G		% Total Nacional		
									2010	2016	2010	2016	2017
VAB (M€)													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	8 158,5	8 502,8	8 488,2	8 567,2	8 633,9	8 916,3	8 944,9	n.d.	38,9	39,2	5,2	5,5	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		4,2	-0,2	0,9	0,8	3,3	0,3	-					
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	20 971,4	21 480,0	21 534,7	21 931,1	22 093,4	22 511,3	22 823,9	23 595,9	-		13,2	14,1	14,0
<i>Taxa de variação (%)</i>		2,4	0,3	1,8	0,7	1,9	1,4	3,4					
EBE/RM (M€)*													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	3 275,9	3 637,1	3 855,7	3 989,5	3 823,4	3 831,9	3 484,7	n.d.	34,1	33,5	4,4	4,4	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		11,0	6,0	3,5	-4,2	0,2	-9,1	-					
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	9 620,2	10 237,7	11 028,8	11 687,3	11 503,2	11 444,8	11 156,9	n.d.	-		13,0	14,0	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		6,4	7,7	6,0	-1,6	-0,5	-2,5	-					
Emprego													
Indivíduos (milhares)													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	394,2	392,7	381,5	370,2	394,0	403,3	411,3	n.d.	55,3	58,2	8,1	8,8	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		-0,4	-2,8	-3,0	6,4	2,4	2,0	-					
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	713,5	708,7	673,8	647,8	679,1	694,4	707,2	731,5	-		14,6	15,2	15,2
<i>Taxa de variação (%)</i>		-0,7	-4,9	-3,9	4,8	2,3	1,8	3,4					
ETC**													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	402,9	391,2	375,7	366,7	388,2	395,5	403,7	n.d.	55,6	58,1	8,7	8,9	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		-2,9	-4,0	-2,4	5,9	1,9	2,1	-					
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	724,3	702,2	661,4	640,2	669,0	681,8	694,4	n.d.	-		15,6	15,4	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		-3,0	-5,8	-3,2	4,5	1,9	1,8	-					
Remunerações (M€)													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	4 840,1	4 819,0	4 591,6	4 513,0	4 786,7	5 056,5	5 417,9	n.d.	43,2	47,3	5,7	6,6	n.d.
<i>Taxa de variação (%)</i>		-0,4	-4,7	-1,7	6,1	5,6	7,1	-					
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	11 204,8	11 090,3	10 349,7	10 016,4	10 420,4	10 906,4	11 461,7	12 010,9	-		13,2	14,0	13,9
<i>Taxa de variação (%)</i>		-1,0	-6,7	-3,2	4,0	4,7	5,1	4,8					
PESO DO VAB NO PIB													
47 - Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	4,53	4,83	5,04	5,03	4,99	4,96	4,80	n.d.					
<i>diferencial (p.p.)</i>		0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	-0,2						
G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	11,7	12,2	12,8	12,9	12,8	12,5	12,2	12,1					
<i>diferencial (p.p.)</i>		0,5	0,6	0,1	-0,1	-0,2	-0,3	-0,1					

Fonte: GEE, com base em dados das Contas Nacionais Anuais Portuguesas (Base 2011), INE.

Notas:

Po: Dados Provisórios.

* Excedente Bruto de Exploração/Rendimento Misto

** Equivalente a Tempo Completo

³¹ Inclui dados das Contas Nacionais Provisórias de 2017 para a Secção G (Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos).

No seguimento do desempenho do VAB e do Emprego, o valor anual do VAB por trabalhador do comércio a retalho, exceto veículos automóveis e motociclos, tem vindo a registar um crescimento ao longo dos anos em análise, com exceção de 2014, ano em que o VAB cresceu a um ritmo significativamente inferior ao nível de emprego (0,8% e 6,4%, respetivamente).

Após a recuperação deste rácio em 2015, assiste-se a um decréscimo de 1,6%, em 2016, mantendo-se este rácio a níveis inferiores aos de 2012. O VAB por trabalhador do ramo em análise situa-se aquém dos níveis observados na Secção G e no total da Economia.

Neste mesmo período, as remunerações representaram, em média, cerca de 56,5% do VAB gerado pela atividade do retalho, sendo que estes valores são superiores aos observados no setor do comércio e na média nacional. Em 2016, o peso das remunerações no VAB ultrapassou os níveis observados em 2010, após as descidas observadas entre 2012 e 2014 ocorridas, em grande parte, pela descida nominal das remunerações do pessoal.

Quadro 10

VAB e Remuneração Média por trabalhador do Ramo Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos

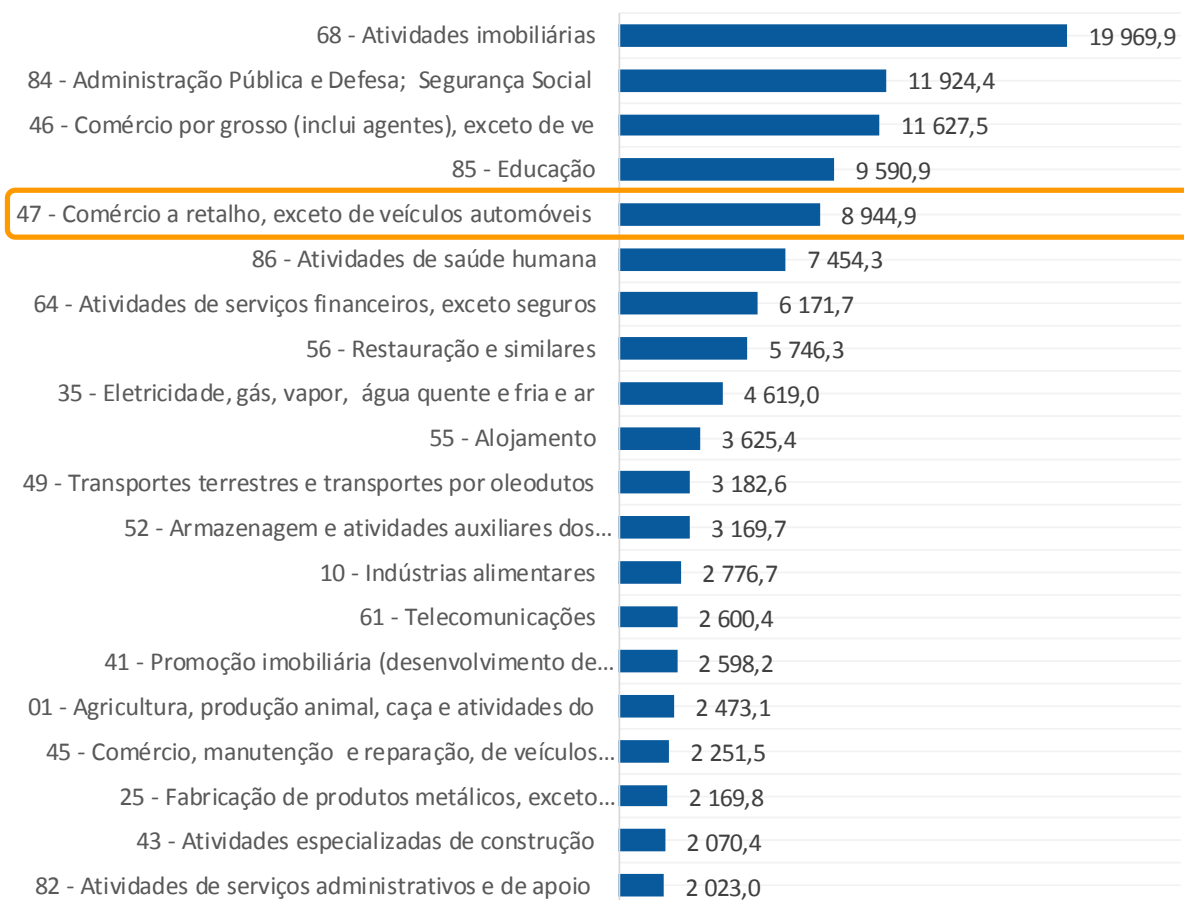
- 2010 a 2016 -

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Secção G		Total Nacional	
								2010	2016	2010	2016
VAB por trabalhador (mil €/ano)	20,69	21,65	22,25	23,14	21,91	22,11	21,75	29,4	32,3	36,9	40,1
<i>Taxa de variação (%)</i>		4,6	2,7	4,0	-5,3	0,9	-1,6				
Remun anual média por trabalhador (mil€/ano)	12,28	12,27	12,04	12,19	12,15	12,54	13,17	15,7	16,2	17,4	17,6
<i>Taxa de variação (%)</i>		0,0	-1,9	1,3	-0,4	3,2	5,1				
Peso Remunerações/VAB (%)	59,3	56,7	54,1	52,7	55,4	56,7	60,6	53,4	50,2	53,6	50,5

Fonte: GEE, com base em dados das Contas Nacionais Anuais Portuguesas (Base 2011), INE.

Esta atividade ocupa o 5º lugar no TOP 20 dos principais ramos de atividade geradores de VAB na economia nacional, à frente de ramos como as atividades de saúde humana, dos serviços financeiros, da restauração e similares e da eletricidade, gás e água. No topo desta lista encontram-se as atividades imobiliárias, que representaram 12,3% do VAB em 2016.

**Gráfico 21 – VAB por Ramo de Atividade (Milhões de Euros) - TOP 20 –
- 2016 -**



Fonte: GEE, com base em dados das Contas Nacionais Anuais Portuguesas (Base 2011), INE.

6. Medidas de Política de Apoio ao Setor do Comércio

Desde a última década do século XX que têm sido implementadas uma série de iniciativas de apoio ao setor do comércio, promovendo, de forma indireta ou indireta, a modernização e dinamização do comércio local.

Embora tenham existido, anteriormente, outros programas de apoio ao setor, os mecanismos do Programa de Apoio à Modernização do Comércio (PROCOM) e do Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial (URBCOM) merecem especial atenção, não só por se tratarem de programas centrados no setor comercial, mas também pelo relevante montante financeiro disponibilizado para este apoio. Estes dois programas constituem uma referência na “aplicação de medidas de urbanismo comercial, ao combinarem a modernização do aparelho comercial com a revitalização das tradicionais áreas de comércio” (2015; GUIMARÃES, Pedro).

Anteriormente a estes dois programas, existiu o Sistema de Incentivos à Modernização do Comércio (SIMC). O SIMC foi criado em 1991, e vigorou entre 1991 e 1993,

enquadrado no primeiro Quadro Comunitário de Apoio (QCA I). O SIMC visava responder à abertura dos mercados, inerente à adesão de Portugal à Comunidade Europeia. Os apoios do SIMC dirigiam-se às pequenas e médias empresas enquadradas nas atividades do comércio por grosso e a retalho³². Face aos novos desafios impostos pela criação do mercado único, este programa visava o desenvolvimento mais equilibrado das diferentes regiões do país e a modernização do setor. Durante os dois anos em que o programa ocorreu foram apoiados 453 projetos empresariais, apoio que se traduziu num investimento total de 45 milhões de euros, correspondendo à atribuição de um incentivo na ordem dos 15,9 milhões de euros (cerca de 35% do total investido) (2009; FERNANDES, J.A.).

O PROCOM, consubstanciado no Decreto Lei nº 184/1994, de 1 de julho, surgiu na continuidade do SIMC³³. Este programa teve subjacente o mesmo objetivo, ou seja, criar incentivos para a modernização do comércio³⁴, após tomada de consciência dos desafios colocados às empresas face à abertura dos mercados quer ao nível da inovação tecnológica e das mudanças dos padrões de consumo, obrigando-as a um maior esforço de adaptação às novas condições de concorrência. Este esforço adicional obrigou a investimentos por parte das empresas, cofinanciados no âmbito do segundo QCA³⁵. (QCAII³⁶).

Este programa contemplava três áreas de apoio diretos à dinamização das empresas³⁷, cooperação empresarial e às estruturas associativas do setor. De referir que o âmbito setorial de apoio ao investimento foi alargado aos estabelecimentos de restauração, cabeleireiros e salões de beleza e de lavagem e limpeza a seco.

No âmbito do PROCOM, entre 1997 e 2001, registou-se um valor global de investimento na ordem dos 634 milhões de euros, a que foi atribuído um incentivo não reembolsável de cerca de 328 milhões de euros. O acesso ao apoio do PROCOM permitiu às cidades abrangidas modernizar e resgatar o comércio tradicional em declínio, através do apoio à modernização dos estabelecimentos e de iniciativas das autarquias destinadas à revitalização dos centros urbanos.

³² Divisões 61 e 62 da CAE Rev1, equivalentes, de grosso modo, às divisões 45, 46 e 47 da CAE Rev3 (comércio por grosso e a retalho).

³³ Anteriormente existiram outros programas de incentivos, mas que concederam alguns apoios, mas não especificamente orientados para a modernização do comércio e apoio ao urbanismo comercial, apoiando algumas empresas do setor do Comércio (Exemplos: Sistema de Incentivos de Base Regional, SIR, Regime de Incentivos às Microempresas, RIME, ou Sistema de Incentivos aos Jovens Empresários, SAJE).

³⁴ Divisões 50, 51 e 52 da CAE Rev2, equivalentes, de grosso modo, às divisões 45, 46 e 47 da CAE Rev3 (comércio por grosso e a retalho).

³⁵ O programa PROCOM enquadrou-se no Eixo 2 – Reforçar os fatores de competitividade do QCAII e foi integralmente financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).

³⁶ Período de vigência: 1994-1999.

³⁷ Eram considerados projetos de dinamização empresarial aqueles que: a) implicassem alterações significativas na organização e funcionamento das empresas ao nível: i) técnico e tecnológico, designadamente nos domínios da gestão financeira, do marketing, da logística, dos recursos humanos, da informação e comunicação e no apoio à decisão; ii) da remodelação ou reforço da imagem, do visual e da imagem, do visual e da animação do estabelecimento e redimensionamento da sua área de vendas; iii) da integração de recursos humanos; b) investimentos que contribuam para o reforço da produtividade da empresa, nomeadamente pela via da racionalização dos custos de distribuição com incidência nos sistemas de logística, compras, armazenamento, conservação e rotação de stocks; c) investimentos que visem a melhoria da qualidade e diversificação da atividade comercial através de, nomeadamente: i) da criação ou desenvolvimento de serviços pós venda; ii) especialização e diversificação de produtos; iii) introdução de novos métodos de venda ou aperfeiçoamento dos existentes; iv) criação de valor acrescentado no local de venda.

QUADRO 11

- Abrangência territorial e investimento realizado no âmbito do PROCOM -

Distrito	Concelhos abrangidos	Áreas de Intervenção (AI)	Potencial de Estab. Envolvidos	Estabelecimentos Aderentes	Taxa de Adesão	Investimento Total		Apoio/Incentivo Total	
						Valor (M€)	%	Valor (M€)	%
Aveiro	12	13	1 923	746	38,8%	54,6	9%	28,7	9%
Beja	9	9	824	329	39,9%	22,0	3%	10,1	3%
Braga	13	14	2 138	1 171	54,8%	108,0	17%	61,3	19%
Bragança	2	2	315	192	61,0%	17,7	3%	8,6	3%
Castelo Branco	3	3	449	152	33,9%	6,1	1%	3,6	1%
Coimbra	5	6	1 127	363	32,2%	24,6	4%	13,5	4%
Évora	6	6	949	299	31,5%	18,9	3%	7,3	2%
Faro	8	9	1 905	496	26,0%	28,3	4%	13,1	4%
Guarda	6	6	489	196	40,1%	11,6	2%	5,4	2%
Leiria	7	7	1 228	466	37,9%	33,1	5%	14,9	5%
Lisboa	7	11	1 793	468	26,1%	31,3	5%	19,2	6%
Portalegre	5	5	592	170	28,7%	16,5	3%	4,3	1%
Porto	13	16	3 256	1 000	30,7%	91,9	14%	51,2	16%
Santarém	7	8	1 400	460	32,9%	32,0	5%	15,4	5%
Setúbal	5	5	1 371	305	22,2%	22,6	4%	8,9	3%
Viana do Castelo	10	11	1 985	768	38,7%	61,7	10%	37,3	11%
Vila Real	8	8	1 146	453	39,5%	48,9	8%	21,3	7%
Viseu	1	1	235	80	34,0%	4,8	1%	3,4	1%
TOTAL	127	140	23 125	8 114	35,1%	634,4	100%	327,6	100%
<i>Empresas</i>						519,3	82%	262,8	80%
<i>Autarquias</i>						86,9	14%	43,6	13%
<i>Associações Comerciais</i>						28,2	4%	21,1	6%

Fonte: GEE. Adaptado de GUIMARÃES, Pedro (2015) e CIP (2012).

Nota: Taxa de adesão - Estabelecimentos aderentes/Potencial de estabelecimentos envolvidos.

Face ao sucesso do PROCOM e numa lógica de continuidade, decorrente da transferência de algumas candidaturas ao PROCOM para o QCAIII, a Portaria nº317-B/2000 de 31 de maio, ao abrigo dos artigos 6º e 20º do Decreto Lei nº 70 – B/2000, de 5 de maio, veio regulamentar o URBCOM³⁸. Tendo em conta a experiência do PROCOM e o alargamento do âmbito do apoio aos estabelecimentos dos serviços do anterior programa (numa fase mais avançada do PROCOM), os objetivos do URBCOM visavam “a modernização das atividades empresariais do comércio e de alguns serviços, a qualificação do espaço público envolvente e a promoção do respetivo projeto global, integrados em áreas limitadas dos centros urbanos com características de elevada densidade comercial, centralidade, multifuncionalidade e de desenvolvimento económico, patrimonial e social”³⁹.

Os apoios financeiros previstos às empresas⁴⁰ dirigiam-se a micro e PME, cujas atividades se enquadravam nas CAE do comércio, da restauração e bebidas e outros serviços pessoais, que se podem considerar integrados em estabelecimentos de comércio local. Para além das empresas, os apoios dirigiam-se, também, às estruturas associativas de comércio e às Câmaras Municipais. O URBCOM passou a apoiar os projetos das Unidades de Acompanhamento e Coordenação, no âmbito do Programa Projeto UAC.

³⁸ Inicialmente parte do Programa Operacional da Economia (POE, QCAIII), o URBCOM passou a ser parte do Programa de Incentivos à Modernização da Economia (PRIME, QCAIII), que sucede o POE, e enquadrado no Eixo 1 (Dinamização das Empresas) da Medida 2 (Apoiar o Investimento empresarial) do QCAIII. Período de vigência: 2000-2008.

³⁹ Art.º 2º da Portaria nº 317-B/2000.

⁴⁰ Para além das empresas, os apoios podiam dirigir-se, também, às Estruturas associativas de comércio, às Câmaras municipais e às Unidades de acompanhamento e coordenação (UAC).

QUADRO 12

- Abrangência territorial e investimento realizado no âmbito do URBCOM -

Distrito	Concelhos abrangidos	Áreas de Intervenção (AI)	Potencial de Estab. Envolvidos	Estabelecimentos Aderentes	Taxa de Adesão	Investimento Total		Apoio/Incentivo Total	
						Valor (M€)	%	Valor (M€)	%
Aveiro	2	2	240	13	5,4%	0,4506	4%	0,2	4%
Beja	2	2	151	10	6,6%	0,4	3%	0,2	3%
Braga	2	2	216	20	9,3%	1,1	8%	0,4	9%
Bragança	2	2	191	24	12,6%	1,1	9%	0,5	9%
Castelo Branco	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coimbra	10	10	712	23	3,2%	1,0	8%	0,4	8%
Évora	2	2	435	7	1,6%	0,2	2%	0,1	2%
Faro	2	2	497	30	6,0%	1,3	10%	0,5	9%
Guarda	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Leiria	5	5	485	35	7,2%	1,4	11%	0,6	11%
Lisboa	5	8	1 002	33	3,3%	1,6	12%	0,7	14%
Portalegre	2	2	183	5	2,7%	0,2	2%	0,1	2%
Porto	2	2	220	24	10,9%	1,1	9%	0,4	8%
Santarém	3	3	224	10	4,5%	0,4	3%	0,2	4%
Setúbal	2	2	145	14	9,7%	0,5	4%	0,2	4%
Viana do Castelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vila Real	1	1	79	7	8,9%	0,3	3%	0,1	3%
Viseu	7	7	740	39	5,3%	1,6	12%	0,6	12%
TOTAL	49	52	5 520	294	5,3%	12,7	100%	5,3	100%
<i>Empresas</i>						9,8	77%	3,4	65%
<i>Autarquias</i>						1,3	11%	0,7	13%
<i>Associações Comerciais</i>						1,5	12%	1,1	22%

Fonte: GEE. Adaptado de GUIMARÃES, Pedro (2015) e CIP (2012).

Nota: Taxa de adesão - Estabelecimentos aderentes/Potencial de estabelecimentos envolvidos.

O investimento realizado por este programa de apoio apenas alcançou os 12,7 milhões de euros, sendo que os incentivos atribuídos se aproximaram dos 5,3 milhões de euros (cerca de 41,7% do investimento total).

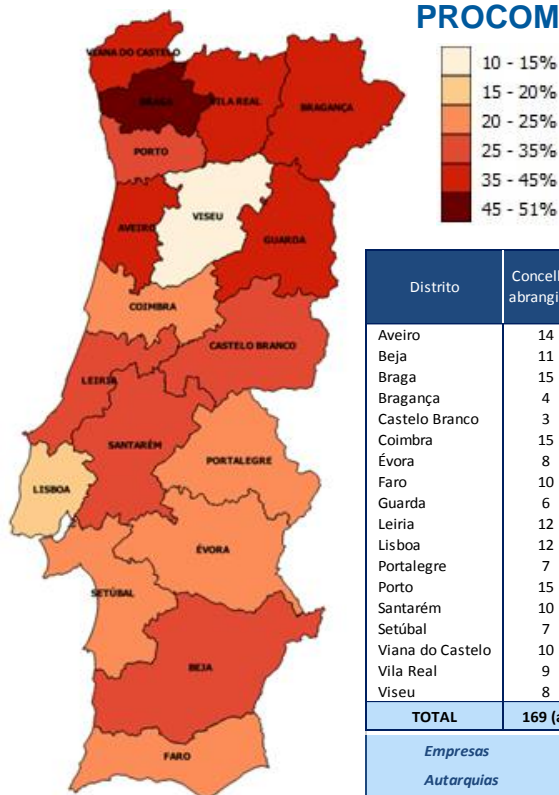
Em relação aos dois programas (PROCOM e URBCOM) pode-se dizer que a taxa de adesão foi relativamente baixa, em especial no URBCOM (12%). Refira-se que apenas 2 distritos apresentaram uma taxa de adesão dos estabelecimentos superior a 50%, neste caso no âmbito do PROCOM.

De referir que todos os distritos do continente tiveram estabelecimentos que aderiram a pelo menos um dos programas. A maior parte das áreas de intervenção situavam-se junto ao litoral. Existem, no entanto, algumas exceções, como é o caso do distrito de Évora e Beja. Este último teve inclusivamente uma taxa de adesão de 34,8%, superior à taxa de adesão do continente, que foi de 29,4%.

De acordo com os dados consultados, Braga foi o distrito que cumulativamente obteve a maior taxa de adesão, cerca de 51%, e que mais investiu no âmbito destes dois programas, representando cerca de 17% e 19% do investimento e dos incentivos totais concedidos, respetivamente.

Mapa 16 e Quadro 13
- Abrangência territorial e investimento realizado -

PROCOM e URBCOM



Distrito	Concelhos abrangidos	Áreas de Intervenção (AI)	Taxa de Adesão	Investimento Total		Apoio/Incentivo Total	
				Valor (M€)	%	Valor (M€)	%
Aveiro	14	15	35,1%	55,0191	9%	28,9	9%
Beja	11	11	34,8%	22,4	3%	10,3	3%
Braga	15	16	50,6%	109,1	17%	61,7	19%
Bragança	4	4	42,7%	18,8	3%	9,1	3%
Castelo Branco	3	3	33,9%	6,1	1%	3,6	1%
Coimbra	15	16	21,0%	25,5	4%	13,9	4%
Évora	8	8	22,1%	19,1	3%	7,4	2%
Faro	10	11	21,9%	29,6	5%	13,6	4%
Guarda	6	6	40,1%	11,6	2%	5,4	2%
Leiria	12	12	29,2%	34,5	5%	15,5	5%
Lisboa	12	19	17,9%	32,9	5%	19,9	6%
Portalegre	7	7	22,6%	16,8	3%	4,4	1%
Porto	15	18	29,5%	93,0	14%	51,6	16%
Santarém	10	11	28,9%	32,4	5%	15,6	5%
Setúbal	7	7	21,0%	23,1	4%	9,1	3%
Viana do Castelo	10	11	38,7%	61,7	10%	37,3	11%
Vila Real	9	9	37,6%	49,2	8%	21,4	6%
Viseu	8	8	12,2%	6,4	1%	4,0	1%
TOTAL	169 (a)	192	29,4%	647,05	100%	332,8	100%
<i>Empresas</i>				529,1	82%	266,3	80%
<i>Autarquias</i>				88,2	14%	44,3	13%
<i>Associações Comerciais</i>				29,7	5%	22,3	7%

Fonte: GEE. Adaptado de GUIMARÃES, Pedro (2015) e CIP (2012).

Nota: Taxa de adesão - Estabelecimentos aderentes/Potencial de estabelecimentos envolvidos.

(a) O total é inferior à soma dos concelhos intervencionados nos dois programas uma vez que os concelhos de Braga, Coimbra, Guimarães, Lisboa e Póvoa de Varzim tiveram projetos apoiados em ambos os programas.

A criação do Sistema de Incentivos a Projetos de Modernização do Comércio (MODCOM), consubstanciada no Despacho nº 26689, de 5 de dezembro de 2005, surgiu no seguimento da criação do Fundo de Modernização do Comércio⁴¹. Este fundo tinha como objetivos “a modernização e a revitalização da atividade comercial, particularmente em centros de comércio com predomínio de comércio independente de proximidade, em zonas urbanas ou rurais, bem como a promoção de ações e programas de formação dirigidos ao sector do comércio”⁴², apoiando o investimento de empresas e de entidades sem fins lucrativos do sector privado ou destas e de instituições do sector público, no âmbito de parcerias que envolvam a cooperação e a partilha de riscos.

Como instrumento financeiro de apoio ao comércio de proximidade, o MODCOM concedeu apoios à dinamização e revitalização da atividade comercial. Num primeiro momento, apenas as micro e pequenas empresas se podiam candidatar a estes apoios⁴³. Ainda em 2006, o âmbito de apoios do MODCOM passou a considerar projetos das

⁴¹ Decreto Lei nº 178/2004, de 27 de julho.

⁴² Ponto 1 do art.º 2º do Decreto Lei nº 178/2004, de 27 de julho.

⁴³ Portaria nº 1297/2005, de 4 de dezembro.

médias empresas do setor e de agrupamentos de empresas constituídos⁴⁴, principalmente, por micro e pequenas empresas. Dada a especificidade do programa, em 2008 deixaram de ser apoiados os projetos de estabelecimentos localizados em centros ou conjuntos comerciais⁴⁵. O MODCOM vigorou entre 2005 e 2010.

O incentivo Comércio Investe⁴⁶ que, regendo-se pelos objetivos do MODCOM, marca uma rutura com os programas que a antecederam, centrando os apoios ao setor em “projetos com crescente conteúdo qualitativo, em detrimento de intervenções de natureza infraestrutural, de forma a privilegiar projetos que promovam a criação de fatores de diferenciação claros que possibilitem melhorar os níveis qualitativos da oferta comercial do comércio de proximidade, principalmente aquele que se concentra em centros urbanos ou que valoriza o produto interno. Neste sentido, são privilegiadas as atuações conjuntas destinadas ao aumento da competitividade da oferta comercial dos espaços urbanos, incentivando novas ideias e novos serviços de suporte ao cliente que permitam uma melhoria consistente e sustentada dos níveis de serviço prestado”⁴⁷.

A medida Comércio Investe representa assim uma nova fase de apoio à atividade comercial marcada pela simplificação de processo e modernização de apoios, abrangendo projetos de investimento promovidos por empresas ou por associações empresariais destinados à promoção da inovação de processo, organizacional e de marketing nas empresas do setor do comércio.

O reconhecimento da importância dos setores do comércio, serviços e restauração no emprego, na procura interna e nas exportações do país esteve inerente à definição da Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014-2020⁴⁸. Devidamente articulada com a Estratégia de Fomento Industrial para o Crescimento e o Emprego 2014-2020, a Agenda reúne um conjunto de 36 medidas, repartidas por 5 eixos distintos⁴⁹, que visam incentivar o aumento da competitividade destes setores, crucial para a economia, como um todo e para o seu crescimento.

No que respeita ao setor do Comércio, a Agenda reconhece que o setor está a passar por um período de profunda dinâmica e transformação. Esta mudança passa pelo crescimento das formas de venda à distância - «multicanal»⁵⁰ - e do conseqüente impacto no comércio de rua e nos centros comerciais, na evolução do perfil dos consumidores relativamente às suas decisões de compra, no próprio emprego com o surgimento de novas e diferentes funções nos estabelecimentos comerciais contribuindo para uma nova estrutura de recursos humanos das empresas e uma reconfiguração do espaço físico das lojas. O Programa PME Digital, já operacionalizado e enquadrado numa medida identificada no eixo 4 (medida 4.1), “maior presença das empresas de comércio, serviços e restauração no mercado digital global”, , pretendia estimular a inclusão das empresas

⁴⁴ Despacho nº 26689/2005, de 27 de dezembro.

⁴⁵ Despacho nº 12555/2008, de 30 de abril.

⁴⁶ Criado pela Portaria nº 236/2012, de 24 de julho.

⁴⁷ Portaria nº 236/2012, de 24 de julho.

⁴⁸ Aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 6-A/2015 de 18 de Dezembro de 2014.

⁴⁹ (i) potenciar o conhecimento e o acompanhamento; (ii) reduzir custos de contexto e simplificação administrativa; (iii) incrementar a competitividade e o acesso ao financiamento; (iv) capacitar a internacionalização e a economia digital; e (v) revitalizar e fomentar a restauração e similares.

⁵⁰ “Em Portugal, tem-se verificado uma evolução da Economia Digital. O mercado de comércio eletrónico em 2012, em todos os canais, incluindo *business to consumer* (B2C), *business to business* (B2B), *business to government* (B2G) e ATM (Multibanco), representou 49 mil milhões de euros (31% do PIB). A análise avaliou as compras eletrónicas entre consumidor e empresas, em 2,4 mil milhões em 2012 (1,5% do PIB), dos quais o setor de viagens domina cerca de 50% das transações”.

na economia digital, em particular as microempresas e as PME, permitindo o acesso, em condições especiais, a um conjunto de bens e serviços digitais, visando aumentar a sua produtividade e competitividade (maior eficiência na relação entre clientes e fornecedores). Como cada empresa tem necessidades diferentes, as soluções são personalizáveis.

Relativamente às medidas dirigidas às empresas, a Agenda prevê um conjunto de diplomas que visam a simplificação e desburocratização, objetivo alcançado através da consolidação, num único diploma, de algumas matérias relativas ao exercício da atividade do comércio e dos serviços. Esta presunção consubstanciou-se no Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração (RJACSR)⁵¹.

Inserido na Estratégia Portugal 2020, o programa “Vale Comércio”⁵² encontra-se devidamente articulado com as medidas de apoio ao comércio e com o previsto na Lei n.º 42/2017 de 14 de junho⁵³, referente ao reconhecimento e proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local. Este programa visa reforçar a capacidade das micro, pequenas e médias empresas do setor, incentivando o recurso, por parte destas empresas, a serviços que potenciam a sustentabilidade dos negócios e o conhecimento de mercados. Além disso procura fomentar a interação com agentes económicos relevantes nos mercados externos. Os serviços apoiados pelo Vale do Comércio têm por objetivo dar suporte na implementação de melhorias e assistência qualificada nas áreas de inovação organizacional, gestão, criação de marcas e *designs*, sistemas de qualidade, economia digital e TIC⁵⁴. Os incentivos concedidos destinam-se também a apoiar serviços de consultoria com vista à implementação de melhorias nas iniciativas empresariais das PME cujas atividades se enquadrem nos setores do comércio, serviços e restauração e cujas vendas valorizem a oferta nacional decorrente do acréscimo de valor acrescentado que essa atividade comercial possa ter na produção de outras empresas localizadas em território nacional.

Para além das diferentes iniciativas dirigidas, especificamente, ao apoio à modernização do comércio, não devem ser postas de parte as diferentes iniciativas do poder local que refletem as preocupações de revitalização urbana e de crescimento das economias locais, promovendo a inovação, a requalificação do património arquitetónico, espaços comerciais, aproximando a cidade aos seus moradores.

Veja-se o caso do programa “Política de cidades - POLIS XXI” (2007-2013), que resultou do reconhecimento que o desenvolvimento do país depende, em grande parte, da afirmação das cidades como territórios de produção de riqueza, inovação e competitividade. Ao promover a regeneração urbana, este programa refletiu a

⁵¹ Decreto Lei n.º 10/2015 de 16 de janeiro.

⁵² O Programa “Vale Comércio” encontra-se enquadrado na modalidade “Vale de Inovação” da tipologia “Qualificação das PME”, do Sistema de Incentivos do Portugal 2020 (AAC 07/SI/2018, de 9 de janeiro).

⁵³ Regime de reconhecimento e proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local.

⁵⁴ As entidades que podem apresentar candidatura devem desenvolver os serviços apoiados pelo programa: atividades de programação informática (CAE Rev3 62010), consultoria em informática (CAE Rev3 62020), outras atividades relacionadas com as tecnologias da informação e informática (CAE Rev3 62090), processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas (CAE Rev3 63110), outras atividades de consultoria para os negócios e a gestão (CAE Rev3 70220), engenharia e técnicas afins (CAE Rev3 71120), de investigação científica e de desenvolvimento (CAE Rev3 72), design (CAE Rev3 74100), outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, n.e. (CAE Rev3 74900) e de organizações económicas e patronais (CAE Rev3 94110).

necessidade de adequar o tecido urbano degradado, dando mais ênfase ao seu caráter residencial e invertendo as situações de decadência econômica e social das cidades. Ao atuar neste sentido, os estabelecimentos de comércio local de proximidade vieram beneficiar com os diferentes incentivos concedidos às cidades que beneficiaram destes programas.

6.1 Reconhecimento / Enquadramento Legal do Comércio Local e de Proximidade – O Comércio Tradicional e as Lojas com História

Apesar de ser mais do que evidente a importância do comércio local, de proximidade ou do tradicional, não existia uma definição de consenso geral para esta forma de comércio efetuada em unidades de atividade local. Os programas eram definidos a nível nacional, apoiando projetos a nível local, mas nunca olhando para as especificidades das atividades dos estabelecimentos do comércio local ou do “comércio das cidades” de cada região ou local.

No programa do XXI Governo Constitucional de Portugal é reconhecida a “importância do património material e imaterial como parte da história e da cultura do país, salientando a importância de salvaguardar esse património como elemento diferenciador da identidade da cultura portuguesa, mas também como contributo para o desenvolvimento económico das cidades e das regiões. Para além disso, reconhece a importância das cidades e dos centros urbanos pequena e média dimensão no “desenvolvimento equilibrado do território e na promoção da coesão territorial.”⁵⁵

Neste contexto, é assumida a importância da preservação e recuperação do património histórico, sobretudo no caso dos estabelecimentos comerciais que aliam a dimensão estética, artística e arquitetónica à riqueza imaterial, e que se encontram ameaçados ou com fraca capacidade de resposta à concorrência de novos formatos de comércio. Muito desta situação se deve ao facto de o sector do comércio mudar constantemente de paradigma. Assiste-se, atualmente, ao que se pode chamar de um regresso às origens com as empresas da grande distribuição a implementarem conceitos de comércio de proximidade com a criação de novas unidades mais pequenas⁵⁶.

O despovoamento dos centros urbanos, bem como a desertificação do país, leva a que tenham que ser definidas medidas de apoio à reabilitação urbana por forma a mitigar estes fenómenos. Estas medidas não devem passar apenas pela recuperação do património edificado, mas também pela qualificação e valorização dos espaços públicos, atraindo as pessoas e recuperando o comércio local de proximidade, garantindo a sua sustentabilidade, competitividade e identidade. Por outro lado, a oferta de produtos diferenciadores e que transmitem a riqueza, diversidade, originalidade do património português (material e imaterial) constituem um fator dinamizador do turismo, ao atrair consumidores não residentes (provenientes de outras regiões do país ou do estrangeiro). O incremento da procura turística poderá dinamizar o comércio local e de proximidade, favorecendo igualmente o reconhecimento internacional dos produtos nacionais e da imagem da marca “Portugal”.

⁵⁵ Programa do XXI Governo Constitucional de Portugal.

⁵⁶ O caso da Sonae e Jerónimo Martins com a criação do conceito das mercearias “Meu Super” e “Amanhecer”, respetivamente.

A tomada de consciência do papel que o comércio local e de proximidade tem como dinamizador das economias locais, mas também como potenciador do turismo levaram a que o Governo pretendesse “identificar medidas que visem apoiar e promover as atividades económicas de comércio local de proximidade, com especial enfoque na sua vertente mais tradicional, não só pelas funções económica e social que desempenham, mas também pela importância enquanto fator de afirmação da identidade nacional e marca diferenciadora do País”⁵⁷. O Despacho nº 7737/2016, de 14 de junho, traduz a intenção do Governo preservar, recuperar e reforçar o papel deste tipo de comércio, propondo a definição de uma estratégia sistematizada que abarque diferentes áreas de atuação (atividades económicas, cultura, turismo e planeamento) e que envolva os diferentes níveis da Administração Pública, as empresas, as associações comerciais e a sociedade civil, através de políticas públicas concertadas.

Tendo em conta a transversalidade da estratégia, o Despacho anteriormente referido visava constituir a Comissão para a Revitalização do Comércio Local de Proximidade cuja missão consistia em identificar, avaliar, conceber e propor medidas que permitissem promover a manutenção dos estabelecimentos comerciais de proximidade. Estas medidas pretendiam dotar este tipo de comércio de ferramentas e modelos de negócio que lhes permita desenvolver e garantir a sua sustentabilidade no âmbito da sua atividade económica e financeira. É igualmente uma prioridade o planeamento ordenado das zonas comerciais, de forma a preservar as identidades nacional e locais e que estas sejam também um cartão de visita para quem nos visita.

A esta comissão, constituída por sete elementos, cujo mandato terminou 180 dias após a sua constituição, foram atribuídas as seguintes competências:

a) Conceber e propor os instrumentos necessários à implementação de um planeamento comercial sustentável, incluindo as medidas de apoio à revitalização e sustentabilidade económica e financeira dos estabelecimentos de comércio local de proximidade, em particular dos que se dedicam ao chamado comércio tradicional, identificando os meios de operacionalização, os recursos necessários e os agentes competentes para o efeito;

b) Conceber e propor critérios para uma classificação dos estabelecimentos de comércio local de proximidade, de acordo com elementos urbanísticos, sociais, culturais e económicos;

c) Conceber e propor medidas de apoio à sustentabilidade dos estabelecimentos de comércio local de proximidade, em particular dos que se dedicam ao chamado comércio tradicional. Identificar recursos disponíveis em fundos públicos, nacionais, europeus e internacionais,

e) Desenhar uma marca ativa e identitária do comércio local de proximidade, a partir da qual diversos conteúdos possam ser produzidos;

f) Estimular a difusão e a transmissão das tradições, saberes, lugares e produtos nacionais, propondo medidas que permitam fomentar e agilizar o encontro destes com o espírito empreendedor das novas gerações.

⁵⁷ Despacho nº 7737/2016, de 14 de junho

A importância da revitalização do comércio local de proximidade no seio da coesão territorial e social está presente no Programa Nacional de Coesão Territorial (PNCT)⁵⁸. Este programa “assume a coesão territorial como crucial para a competitividade e para a qualificação do território nacional entendido na sua plenitude”, reunindo um conjunto de medidas de valorização e coesão territorial, mediante o aproveitamento e valorização dos recursos e das condições próprias de cada local.

De entre as medidas preconizadas pelo PNCT⁵⁹, e enquadrada no objetivo de “afirmar um interior mais competitivo” (Eixo 2, “alargar as capacidades de desenvolvimento dos territórios do interior, potenciando novas estratégias de valorização dos seus recursos, ativos e agentes, assim como a geração de maiores níveis de atratividade, afirmando e consolidando uma nova competitividade”), está considerada a preocupação de revitalização do comércio local de proximidade (medida 2.22 do PNCT).

Como já referido anteriormente a Lei 42/2017, de 14 de junho, marca uma nova etapa no percurso das lojas com história em todo o país ao estabelecer o Regime de Reconhecimento e Proteção de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local.

Ainda no âmbito desta lei são concretizados os conceitos de “Lojas com História” (estabelecimentos comerciais com especial valor histórico cuja preservação importa ser acautelada), de “Comércio Tradicional” (atividade de comércio local realizada em pequenos estabelecimentos situados fora de grandes superfícies comerciais e especializado na venda de um produto ou na prestação de um serviço), de “Estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local” (lojas com história ou os estabelecimentos de comércio tradicional, restauração ou bebidas, abertos ao público, que, pela sua atividade e património material ou imaterial, constituam uma referência viva na atividade económica, cultural e/ou social)⁶⁰ e de “Entidades de interesse histórico e cultural ou social local” (entidades com ou sem fins lucrativos, nomeadamente coletividades de cultura, recreio e desporto ou associações culturais, que pela sua atividade e património material ou imaterial constituam uma relevante referência cultural e/ou social a nível local).

Com o Regime de Reconhecimento e Proteção de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, compete às autarquias proteger e salvaguardar este tipo de estabelecimentos e de entidades de interesse histórico e cultural ou social local, devendo os municípios - entre outros aspetos - aprovar regulamentos municipais de reconhecimento e proteção, criar programas de apoio e incentivar, através das políticas urbanística, patrimonial e fiscal municipais, a proteção e

⁵⁸ Aprovado pela Resolução de Conselho de Ministros nº72/2016, de 24 de novembro.

⁵⁹ As medidas do PCT encontram-se organizadas em torno de cinco Eixos de Intervenção: Eixo 1. Um Território do Interior mais Coeso; Eixo 2. Um Território do Interior mais Competitivo; Eixo 3. Um Território do Interior mais Sustentável; Eixo 4. Um Território do Interior mais Conectado e Eixo 5. Um Território do Interior mais Colaborativo. A cada um dos Eixos corresponde um conjunto de medidas, num total de mais de 160 medidas.

⁶⁰ O reconhecimento de estabelecimento de interesse histórico e cultural ou social local baseia-se em três critérios: a atividade que desenvolve, o património material do estabelecimento e o património imaterial. Para cada um destes três critérios são ponderados um conjunto de elementos, sendo, por exemplo, obrigatório que o estabelecimento ou entidade a reconhecer exerça aquela atividade há pelo menos 25 anos. Para o património material interessa o património artístico evidenciado nos elementos patrimoniais do espaço físico (arquitetura, elementos decorativos, mobiliário e obras de arte), enquanto para o património imaterial interessa a referência desse espaço como referência local, decorrente da presença contínua como referência viva na cultura local, nos hábitos e rituais do público.

salvaguarda destes estabelecimentos e entidades⁶¹. No seguimento deste regime, os municípios deverão elaborar regulamentos municipais sobre esta matéria assim como os devidos critérios, legais e especiais em função da realidade do município, para este reconhecimento e criar os respetivos programas de apoio local. Ao Estado compete assegurar anualmente a existência de programas nacionais de apoio e incentivo a estes estabelecimentos e entidades, em articulação com as autarquias locais, integrados ou não em programas mais abrangentes de apoio ao comércio tradicional e assentes em procedimentos de seleção de beneficiários que garantam o acesso em condições de igualdade. e que não distorçam o normal funcionamento dos setores económicos, com especial enfoque na fiscalidade e nos fundos comunitários⁶².

Apesar de só em fevereiro de 2017 ter sido aprovado e publicado este regime, já haviam sido desenvolvidas algumas iniciativas municipais de apoio e proteção do comércio tradicional local. As câmaras municipais de Faro e Loulé, juntamente com a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDRAlg) e o IAPMEI, assinaram em 2014 o Memorando de Entendimento do Comércio Local, no qual é reconhecida a “necessidade de modernizar e revitalizar a atividade comercial no Algarve, particularmente nos centros de comércio com predomínio de comércio independente de proximidade, que possuem atendimento personalizado, a proximidade do consumidor tipo e os produtos customizados⁶³. A assinatura do memorando decorreu no contexto do Fundo de Modernização do Comércio, mais concretamente da medida Comércio Investe. Mediante a abertura de uma nova fase de candidaturas desta medida, considerando uma dotação adequada para a região algarvia, este memorando permitiu, até ao final desse ano, apoios às micro e pequenas empresas do setor de natureza não reembolsável, não confinados ao território das duas autarquias, mas para todos os centros urbanos algarvios. Foram apoiados projetos de investimento destinados à promoção da inovação de processo, organizacional e de *marketing*.

Em 2015, o programa “Lojas com História”, implementado pela Câmara Municipal de Lisboa (CML), pretendeu promover e divulgar as lojas que possuíssem determinadas características culturais e patrimoniais que contribuíssem para a identidade comercial e cultural da cidade de Lisboa. Este projeto “surge no âmbito de um programa criado pela Câmara Municipal de Lisboa em Fevereiro de 2015 e que tem como prioridade trabalhar com o comércio tradicional e histórico da cidade de Lisboa no sentido de, por um lado, preservar e salvaguardar os estabelecimentos e o seu património material, histórico e cultural, e por outro lado, dinamizar e reativar a atividade comercial, essencial para a sua existência⁶⁴. Com o Regulamento Municipal de atribuição da distinção “Lojas com História”, a CML procurou apoiar e promover o comércio local, como uma marca e uma identidade da própria cidade, ao mesmo tempo que salvaguarda as características diferenciadoras das lojas existentes cuja história é parte integrante da cidade⁶⁵.

O reconhecimento de um estabelecimento como “Loja com História” é atribuído em função do apuramento do interesse cumulativo da atividade, bem como da existência e preservação de elementos patrimoniais materiais, culturais e históricos. São elegíveis

⁶¹ N.º 1 do artigo 3.º da Lei n.º 42/2017, de 14 de junho.

⁶² N.º 2 do artigo 3.º da Lei n.º 42/2017, de 14 de junho.

⁶³ Memorando de Entendimento Comércio Local, 28 de agosto de 2014.

⁶⁴ <http://www.cm-lisboa.pt/investir/comercio/lojascomhistoria>

⁶⁵ Aprovado pela Deliberação nº 66/CM/2016.

para a atribuição da distinção as lojas que se dediquem ao comércio de rua e cuja atividade se enquadra, salvo algumas exceções⁶⁶, nas divisões 47 (comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos), 56 (restauração e similares), 95 (reparação de computadores e de bens de uso pessoal e doméstico) ou 96 (outras atividades de serviços pessoais) da CAE Rev3. As lojas integradas em centros ou conjuntos comerciais não podem candidatar-se a esta distinção.

Cada loja que é distinguida recebe uma placa indicativa da atribuição do estatuto de ‘Loja com História’ e passa a constar no site, constituído para disponibilizar o diretório destas lojas, no qual se pode consultar mais informação acerca desta iniciativa⁶⁷.

Ainda decorrente do Regulamento de reconhecimento destes estabelecimentos, a CML criou o Fundo Municipal “Lojas com História”⁶⁸. Este fundo destina-se a participar financeiramente as despesas dessas lojas em serviços prestados por terceiros nas áreas de arquitetura, restauro, produção de iniciativas culturais ou divulgação das lojas, economia (estudos e consultoria ou assessoria jurídica), modernização, mudança de uso e/ou outras despesas.

Os dados mais recentes do diretório das “Lojas com História” da CML mostram que já foi atribuído o estatuto de “Loja com História” a 126 lojas⁶⁹. Esta distinção tem a validade mínima de 4 anos, sendo renovada automaticamente, exceto nos casos em que a loja distinguida sofra alterações em que deixem de estar cumpridos os critérios que estão subjacentes a essa distinção, e por consequência, é-lhes retirada esse estatuto.

No seguimento do previsto na Lei nº 42/2017, e da política municipal de “revitalização e salvaguarda dos estabelecimentos de comércio tradicional local e das entidades de interesse histórico, cultural ou social local, a Câmara Municipal do Porto (CMP), no âmbito do projeto “Porto de Tradição”⁷⁰, pretende igualmente promover e salvaguardar as lojas/estabelecimentos de comércio tradicional lojas ou entidades de interesse histórico, cultural ou social local que possuam características culturais e patrimoniais que contribuam para a identidade comercial e cultural da cidade. O reconhecimento como estabelecimento ou entidade de interesse histórico, cultural ou social local, concede a essas unidades um estatuto de proteção nos momentos em que ocorrem operações urbanísticas sobre imóveis onde estas unidades se localizam no sentido de serem previstas as condições necessárias para a sua manutenção⁷¹.

⁶⁶ CAE Rev3: 47111 (comércio a retalho em supermercados e hipermercados); 47783 (comércio a retalho de combustíveis para uso doméstico, em estabelecimentos especializados); 47810 (comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de produtos alimentares, bebidas e tabaco); 47820 (comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de têxteis, vestuário, calçado, malas e similares); 47890 (comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de outros produtos); 47910 (comércio a retalho por correspondência ou via internet); 47990 (comércio a retalho por outros métodos, não efetuado em estabelecimentos, bancas, feiras ou unidades móveis de venda); 56210 (fornecimento de refeições para eventos); 56290 (outras atividades de serviço de refeições); 96030 (atividades funerárias e conexas); 96040 (atividades de bem-estar físico) e 96092 (atividades dos serviços para animais de companhia).

⁶⁷ <http://www.lojascomhistoria.pt/>

⁶⁸ Aprovado pela Deliberação nº 25/AML/2016.

⁶⁹ Informação referente a setembro de 2018.

⁷⁰ Programa “Porto de Tradição – Procedimento para o Reconhecimento e Proteção dos Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local”. Este programa tem vindo a ser discutido desde julho de 2016, por um grupo de trabalho criado para conceber e propor critérios para a distinção dos estabelecimentos e das entidades à luz deste programa, bem como propor medidas de apoio e proteção destes mesmos estabelecimentos e entidades. Em março de 2017, foi constituído um Grupo de Terreno cuja missão foi a de testar, in loco, os critérios definidos pelo Grupo de Trabalho.

⁷¹ Artº 8 da proposta do Regulamento do programa “Porto de Tradição”.

Informação recente refere que 61 estabelecimentos⁷² já foram reconhecidos como Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local ao abrigo do “Porto de Tradição”. O reconhecimento atribuído pelo “Porto de Tradição” tem a validade mínima de 4 anos, renovado automaticamente. Esse estatuto poderá ser revogado caso ocorram alterações na loja que ponham em causa os pressupostos que valeram esse reconhecimento.

Com a adoção desta medida é reconhecida a importância que a dinamização do comércio local e tradicional, nos centros urbanos tem na qualidade e revitalização urbana, assim como na preservação da identidade cultural de uma cidade.

7. Perspetivas Futuras para o Comércio a Retalho e Considerações Finais

O comércio local de proximidade é parte integrante das atividades do comércio a retalho. No presente estudo procurou-se caracterizar a dinâmica dos estabelecimentos desta atividade, perspetivando uma aproximação à temática central do comércio local de proximidade, analisando a distribuição geográfica não só dos estabelecimentos, mas também das empresas cuja atividade principal se centra no comércio retalhista.

De acordo com os dados analisados, existiam cerca de 152507 unidades locais cuja atividade principal se enquadrava na atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, correspondendo a 61,9% dos estabelecimentos do setor do comércio e a 12,2% do total de estabelecimentos em 2016.

Na análise da distribuição do número de estabelecimentos de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos, para 2016, verifica-se uma clara concentração do número de estabelecimentos nos concelhos de Lisboa e Porto e nos concelhos contíguos, assim como noutros concelhos em diferentes pontos do país nomeadamente Viseu, Coimbra, Leiria, Loulé e Funchal. Cerca de 12% do emprego dos estabelecimentos da atividade retalhista concentra-se em Lisboa, tendo o volume de negócios um peso relativo de cerca de 18,6%. No que respeita ao emprego, os concelhos do Porto e de Matosinhos ocupam os segundo e terceiro lugar (pesos de 3,1% e 2,8%, respetivamente), enquanto que em volume de negócios, Matosinhos (2,3%) cede a sua posição a Sintra (3,5%).

Na análise da distribuição geográfica das empresas desta atividade, é de destacar a AML (9,3%) e a Região Norte (5,3%). Ao nível concelhio, e relativamente ao pessoal ao serviço nestas empresas, Lisboa, Porto e Sintra são aqueles que maior peso tem na estrutura nacional com cerca de 19,4%, 3,1% e 2,6%, respetivamente. Estes três concelhos são também os mais importantes em volume de negócios e VAB da atividade do retalho.

As empresas cuja atividade principal se enquadra no comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em 2017, cerca de 61% das empresas, 58% do emprego, 43% do VAB, 50% da FBCF e 46% das remunerações do setor do

⁷²http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-promove-o-reconhecimento-de-mais-seis-lojas-historicas_e
<http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-tem-regulamento-aprovado>. Informação referente a 4 de setembro de 2018.

comércio. Estas empresas representaram 11% das empresas não financeiras, 12% do emprego, 8% do VAB, 7% da FBCF e 10% das remunerações totais.

Entre 2010 e 2017, as constituições de empresas de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representaram, em média, cerca de 50,6% das constituições de empresas da Secção G e 12,2% do total. As dissoluções nesta atividade representaram cerca de 49,9% do setor do comércio e 14,7% do total da economia.

Em 2016, existiam 3402 unidades comerciais de dimensão relevante (UCDR), que representavam 2,2% do número estabelecimentos do comércio a retalho, e 25,3% do número de pessoas ao serviço e 37% do volume de negócios de todos os estabelecimentos de comércio a retalho.

Os dados das Contas Nacionais Portuguesas a preços correntes (Base 2011) indicam que o VAB da atividade de comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos representou, em 2016, cerca de 7,3% do VAB dos Serviços, 5,5% do VAB nacional e 4,8% do PIB. O VAB da atividade da respetiva secção (Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos) pesou, nesse ano, 12,2% do PIB (12,1% em 2017). Em 2016, o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos ocupava o 5º lugar no TOP 20 dos principais ramos de atividade geradores de VAB na economia nacional, à frente da saúde humana, dos serviços financeiros, da restauração e similares e da eletricidade, gás e água. No topo desta lista encontram-se as atividades imobiliárias, que representaram 12,3% do VAB desse ano.

Em 2016, o comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos foi responsável por 58,2% do emprego do setor do comércio, correspondendo a um efetivo de 411,3 mil empregos diretos (indivíduos) e a 8,8% do emprego nacional (+0,7 p.p. que em 2010). No período em análise, as remunerações representaram, em média, cerca de 56,5% do VAB gerado pela atividade retalhista, sendo que estes valores são superiores aos observados na Secção G e em termos médios nacionais. Nesse ano o peso das remunerações no VAB ultrapassou os níveis observados em 2010, após as descidas observadas entre 2012 e 2014 (ocorridas, em grande parte, pela descida nominal das remunerações do pessoal).

Os cinco principais programas de apoio ao comércio em Portugal (SIMC, PROCOM, URBCOM, MODCOM e Comércio Investe) decorreram durante mais de um quarto de século. Todos os programas se dirigiram principalmente a empresas de pequena dimensão dedicadas à atividade comercial, tanto de comércio a retalho como por grosso (SIMC, PROCOM e URBCOM). Com o PROCOM, o universo de empresas abrangidas por estes apoios passou a considerar os estabelecimentos de restauração, cabeleireiros e salões de beleza e de lavagem e limpeza a seco. Desde então, outras entidades para além das empresas, passaram a ser abrangidas, nomeadamente as estruturas associativas, dada a sua relevância no apoio à modernização das empresas. O URBCOM apoiou as Unidades de Acompanhamento e Coordenação no âmbito Programa Projeto UAC, mas, por outro lado, as câmaras municipais deixaram de ser abrangidas no âmbito dos programas abrangidos pelo Fundo de Modernização do Comércio (MODCOM). Além destas especificidades, o Comércio Investe passou a abranger estabelecimentos enquadrados em centros ou conjuntos comerciais, considerando a hipótese do apoio a estabelecimentos inseridos nestes espaços mesmo sem ter acesso direto para a via pública, mediante determinadas condições. O Despacho nº 7737/2016, de 14 de junho,

traduz a tomada de consciência da necessidade de se apoiar e promover as atividades do comércio local de proximidade, com especial destaque na sua vertente mais tradicional.

Acompanhar as tendências de consumo é fundamental para que o comércio a retalho, na sua lógica local e de proximidade, possa crescer e ir ao encontro do que o consumidor procura. Em Portugal, assistiu-se ao crescimento das grandes superfícies e à degradação do comércio tradicional, que não conseguiu acompanhar esta transformação. Por um lado, tivemos a grande distribuição que percebeu que a venda em quantidade de uma grande variedade de produtos a preços com margens muito baixas poderia ser uma fórmula para o sucesso e por outro tivemos o *boom* dos centros comerciais que procuravam ter todo o tipo de lojas num só espaço. Este modelo teve, e continua a ter, um grande sucesso entre nós, apesar de mais recentemente se assistir a uma alteração nos padrões de consumo que tendem a recuperar o comércio local de proximidade, graças à aposta na revitalização urbana.

No entanto, com o crescimento cada vez mais acentuado do comércio eletrónico, esta começa a ser uma ameaça para o retalho no geral. Cada vez mais as lojas chegam a nós através dos nossos dispositivos eletrónicos, dispensado a presença física dos agentes envolvidos nessas transações. Segundo o European B2C Ecommerce Report 2018, o volume de negócios do comércio a retalho *online* na Europa aumentou 11% em 2017 (cerca de 534 mil milhões de euros) e prevê-se que cresça em 2018 aproximadamente 13%, face ao ano anterior, o que representa cerca de 602 mil milhões de euros. Segundo o Eurostat⁷³, em Portugal o volume de negócios do retalho *online* representou uma fatia de 16% do volume de negócios total em 2017, mais 2,0 p.p. face a 2016.

“Nos próximos cinco anos o comércio eletrónico vai representar em vários países mais de 30% das vendas totais e na próxima década superar o tradicional. (...). As lojas continuam ainda a ter sentido para alguns retalhistas (...), mas estes espaços físicos têm a tendência para evoluir para experiências cada vez mais dinâmicas e personalizadas. Serão espaços de entretenimento e "branding" que complementarão os ecossistemas das empresas criados à volta de um conhecimento profundo do cliente. (...). Quantos retalhistas ainda não têm boas operações online e não usam os dados de uma forma inteligente?”

Ao contrário dos sismos que são imprevisíveis, a morte do retalho no seu formato atual vai acontecer. Ainda assim, de uma forma surpreendente, tantas empresas continuam a ignorá-lo. Começa a ser tarde...”

(David Bernardo in Jornal de Negócios – 26/09/2017)

É cada vez mais importante que os governos considerem a importância do comércio eletrónico por, forma a criar instrumentos que permitam de forma mais direcionada apoiar o comércio a retalho neste âmbito. Em Portugal, algumas medidas têm vindo a ser implementadas para apoio à digitalização do setor do comércio e do retalho.

⁷³ Dados para empresas não financeiras com 10 ou mais pessoas ao serviço.

A Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração 2014-2020 vem reconhecer que o setor está a passar por um período de profunda dinâmica e transformação, apresentando um conjunto de medidas de incentivo à competitividade do setor. O PME Digital pretende estimular a inclusão das empresas na economia digital, em particular as microempresas e as PME, permitindo o acesso, em condições especiais, a um conjunto de bens e serviços digitais, visando aumentar a sua produtividade e competitividade. Recentemente, através da AICEP⁷⁴, foi também lançado um pacote de apoios a este tipo de comércio, pese embora como ferramenta de internacionalização. Estes instrumentos poderiam passar não só por incentivos financeiros, mas através do diagnóstico das reais necessidades das empresas e enquadramento das que poderiam potenciar o seu negócio através da criação de plataformas *online* como complemento da sua atividade.

Apesar da emergência destas novas formas de comércio, o comércio a retalho, tal como o ainda conhecemos, pode e deve preparar-se e procurar oportunidades para se diferenciar. Por outro lado, apesar das condicionantes económicas, as câmaras municipais estão a investir na revitalização e renovação dos centros históricos de muitas cidades portuguesas.

Tome-se o exemplo da renovação dos mercados da Ribeira e de Campo de Ourique. Um local onde antes pautava uma degradação e desinteresse crescente deu lugar uma regeneração e reinvenção do conceito de mercado para ir ao encontro daquilo que os consumidores queriam e que tem tido resultados muito positivos com uma enorme taxa de adesão e renovado interesse. De notar que, desse trata de um conceito que também aglomera a atividade de restauração e similares (Divisão 56 da CAE Rev.3). Recentemente o Mercado da Ribeira (Time Out Market) conquistou o galardão Hamburg Food Service Award 2018⁷⁵.

Ainda em Lisboa, através da CML, foi criado o conceito das “Lojas com História”, em que se pretende criar um projeto de promoção e divulgação de lojas que possuam determinadas características culturais e patrimoniais que possam contribuir para uma maior identidade comercial e cultural da cidade.

Outro exemplo é o caso da Câmara Municipal do Porto com o seu apoio institucional através da criação do programa de revitalização do comércio local⁷⁶.

Para além da importância do conhecimento de algumas tendências futuras como a digitalização do comércio a retalho, a existência de novos canais de distribuição, o crescente interesse na personalização dos produtos, a sensibilidade do consumidor ao fator preço, as novas técnicas de fidelização, a renovação arquitetónica dos espaços físicos, a especialização e inovação de produtos e serviços, importa perceber que o consumidor de hoje mudou e que vai continuar a mudar. Este agente económico cada vez está mais informado, o que vai fazer com que o comércio a retalho se tenha de adaptar e ajustar mais rapidamente às suas necessidades. Um dos fatores mais críticos é o

⁷⁴ Programa Exportar Online

⁷⁵ “Os criadores do Time Out Market de Lisboa são galardoados com o Hamburg Food Service Award 2018 por terem levado a cabo uma engenhosa revitalização que redefine os padrões internacionais quer da gastronomia quer da organização de espaços. Criaram uma verdadeira obra de arte em Lisboa”, foi explicado pelos responsáveis do prémio internacional.”, Diário de Notícias, 10/03/2018.

⁷⁶ Programa Mercator.

estabelecimento de ligações comerciais e sociais fortes e que podem ser realmente diferenciadoras numa época em que muitas vezes o contacto se faz apenas pelo ecrã de um dispositivo eletrónico.

Apesar das limitações do presente estudo, diretamente relacionadas com a falta de informação estatística específica para esta tipologia de estabelecimentos, que poderá estar fortemente relacionada com uma falta de definição clara do respetivo âmbito, o comércio local e de proximidade pode e deve ter um papel crucial em manter o retalho vivo, através destas relações de proximidade e de identidade cultural e patrimonial que, devidamente adaptadas e com uma gestão moderna, robusta e atenta, poderão fazer a diferença no panorama comercial português.

Bibliografia

• Referência Bibliográficas

Confederação Empresarial de Portugal; Barreta, João (2012), “*Comércio de proximidade e regeneração urbana*”, Projeto Fazer acontecer a regeneração urbana

Fernandes, J., Cachinho, H., Ribeiro, C. (2000), “*Comércio Tradicional em Contexto Urbano – Dinâmicas de Modernização e Políticas Públicas*”, GEDES (Gabinete de Estudos de Desenvolvimento e Ordenamento do Território) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto

FERNANDES, J.A. (2009); “Retail Policies and Planning/ The case of Portugal”; Projecto Replacis

GUIMARÃES, Pedro (2015), “O planeamento comercial em Portugal – os projetos especiais de urbanismo comercial”, Universidade de Lisboa (tese de doutoramento em Planeamento Regional e Urbano)

Ecommerce Europe (2018), Relatório: European B2C Ecommerce Report 2018, <https://www.ecommerce-europe.eu/app/uploads/2018/07/Press-Kit-European-B2C-Ecommerce-Report-2018.pdf>

Universidade de Coimbra (1999), Estudo sobre Regimes de Apoio ao investimento, <http://www.uc.pt/fctuc/dei/>

• Legislação Consultada

SIMC

Decreto – Lei nº 75/A/91, de 15 de Fevereiro

Portaria nº 133-A/91, de 15 de Fevereiro

PROCOM

Decreto Lei nº 184/94, de 1 de Julho

Resolução do Conselho de Ministros nº 63/94, de 15 de Maio

Resolução do Conselho de Ministros nº 33/96, de 3 de Abril

URBCOM

Decreto Lei nº 70-B/2000, de 15 de Maio

Portaria nº 317-B/2000, de 31 de Maio

Portaria nº 113-A/2002, de 7 de Fevereiro

Despacho nº 5293/2002, de 9 de Março

Portaria nº 188/2004, de 26 de Fevereiro

MODCOM

Portaria nº 1297/2005, de 4 de dezembro

Despacho nº 26689/2005, de 27 de dezembro

Despacho nº 12555/2008, de 30 de abril

Comércio Investe

Portaria nº 236/2012, de 24 de julho.

Despacho nº 1413/2015, de 11 de fevereiro

Fundo de Modernização do Comércio

Decreto Lei nº 178/2004, de 27 de julho

Regime de Reconhecimento e Proteção de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local

Lei n.º 42/2017, de 14 de junho

Despacho n.º 7737/2016, de 14 Junho

Programa Nacional de Coesão Territorial (PNCT)

Resolução de Conselho de Ministros nº72/2016, de 24 de novembro

Arrendamento Urbano

Lei nº6/2006, de 27 de fevereiro (Novo regime de Arrendamento Urbano)

Decreto Lei nº 157/2006, de 8 de agosto (Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados)

Agenda para a Competitividade do Comércio, Serviços e Restauração

Resolução do Conselho de Ministros n.º 6-A/2015, de 18 de dezembro de 2014

Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração (RJACSR).

Decreto Lei nº 10/2015 de 16 de janeiro

- **Sítios – fontes de informação e outra informação**

Banco de Portugal (2018), BPstat estatísticas online, <https://www.bportugal.pt/>.

Câmara Municipal de Lisboa (2015), <http://www.cm-lisboa.pt/>

Câmara Municipal do Porto (2014), Programa Mercator, <http://www.cm-porto.pt>.

COTEC Portugal; https://www.industria4-0.cotec.pt/wp-content/uploads/2017/07/industria4_0medidas-pt.pdf

Direção Geral dos Impostos, <http://www.portaldasfinancas.gov.pt/>.

INE, Instituto Nacional de Estatística, <https://www.ine.pt/>

Programa Lojas com História , <http://www.lojascomhistoria.pt/>

Programa “Porto com tradição”; <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-promove-o-reconhecimento-de-mais-seis-lojas-historicas> e <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-tem-regulamento-aprovado>.

<https://www.jornaldenegocios.pt/opiniao/colunistas/david-bernardo/detalhe/o-sismo-que-matou-o-retalho?ref=david-bernardo> *BlocoOpinio*

<https://www.dn.pt/portugal/interior/o-time-out-market-e-uma--verdadeira-obra-de-arte-9175396.htm>

Anexo I - Indicadores Económicos – Estabelecimentos

Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47) - 2010 a 2016

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Portugal							
Nº de estabelecimentos (Nº)	173 538	168 495	161 332	156 898	153 943	153 749	152 507
por 1000 habitantes (Nº)		15,98	15,38	15,05	14,84	14,87	14,79
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	457 425	449 591	424 784	415 041	415 115	425 814	434 231
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	47 382	45 968	43 498	43 364	44 250	45 148	46 785
por habitante (€)		4 360	4 148	4 159	4 265	4 366	4 538
%PIB	26,33	26,09	25,83	25,47	25,57	25,11	25,22
População (Nº)		10 542 398	10 487 289	10 427 301	10 374 822	10 341 330	10 309 573
Matosinhos							
Nº de estabelecimentos (Nº)	2 728	2 675	2 544	2 534	2 499	2 512	2 462
por 1000 habitantes (Nº)		15,21	14,51	14,51	14,36	14,48	14,20
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	12 140	10 899	10 253	10 500	10 906	11 604	12 259
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	1 095	1 092	1 070	1 049	1 071	1 164	1 377
por habitante (€)		6 207	6 105	6 005	6 152	6 713	7 944
%PIB	0,61	0,62	0,64	0,62	0,62	0,65	0,74
População (Nº)		175 869	175 321	174 690	174 045	173 451	173 339
Porto							
Nº de estabelecimentos (Nº)	5 547	5 309	5 050	4 864	4 806	4 720	4 671
por 1000 habitantes (Nº)		22,78	22,19	21,89	22,02	22,00	21,81
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	14 774	14 290	13 797	13 124	13 229	13 391	13 584
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	1 353	1 246	1 221	1 191	1 262	1 365	1 454
por habitante (€)		5 346	5 365	5 359	5 783	6 363	6 792
%PIB	0,75	0,71	0,72	0,70	0,73	0,76	0,78
População (Nº)		233 061	227 535	222 252	218 231	214 579	214 119
Coimbra							
Nº de estabelecimentos (Nº)	2 729	2 640	2 511	2 423	2 341	2 394	2 359
por 1000 habitantes (Nº)		18,68	18,05	17,69	17,27	17,79	17,56
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	8 221	7 968	7 477	7 370	7 376	7 679	7 818
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	842	782	737	739	734	759	771
por habitante (€)		5 534	5 299	5 393	5 412	5 640	5 738
%PIB	0,47	0,44	0,44	0,43	0,42	0,42	0,42
População (Nº)		141 360	139 151	136 964	135 592	134 578	134 348
Leiria							
Nº de estabelecimentos (Nº)	2 373	2 269	2 145	2 108	2 106	2 108	2 111
por 1000 habitantes (Nº)		17,90	16,98	16,73	16,77	16,77	16,82
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	6 787	6 594	6 038	5 858	5 935	6 201	6 301
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	713	689	661	653	668	684	714
por habitante (€)		5 439	5 233	5 184	5 317	5 440	5 691
%PIB	0,40	0,39	0,39	0,38	0,39	0,38	0,39
População (Nº)		126 753	126 348	125 977	125 561	125 721	125 523
Lisboa							
Nº de estabelecimentos (Nº)	11 788	11 568	11 285	10 980	10 875	10 958	10 865
por 1000 habitantes (Nº)		21,33	21,32	21,25	21,35	21,72	21,52
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	40 805	39 926	38 608	37 727	38 228	39 667	40 463
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	4 173	4 100	4 084	4 089	4 438	4 474	4 600
por habitante (€)		7 558	7 715	7 912	8 713	8 869	9 109
%PIB	2,32	2,33	2,43	2,40	2,56	2,49	2,48
População (Nº)		542 440	529 357	516 815	509 312	504 471	504 964

(continua)

(continuação)

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sintra							
Nº de estabelecimentos (Nº)	4 533	4 411	4 208	4 128	4 003	3 976	3 895
por 1000 habitantes (Nº)		11,61	11,07	10,87	10,51	10,39	10,14
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	13 024	12 720	12 161	11 693	11 533	11 892	11 924
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	1 305	1 203	1 225	1 184	1 188	1 206	1 229
por habitante (€)		3 169	3 223	3 118	3 119	3 152	3 202
%PIB	0,73	0,68	0,73	0,70	0,69	0,67	0,66
População (Nº)		379 786	379 963	379 756	380 934	382 521	383 946
Santarém							
Nº de estabelecimentos (Nº)	1 085	1 034	990	918	908	924	910
por 1000 habitantes (Nº)		16,85	16,29	15,23	15,28	15,74	15,62
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	3 157	2 982	2 789	3 123	3 121	3 170	3 135
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	351	318	305	353	386	382	383
por habitante (€)		5 176	5 017	5 860	6 502	6 517	6 575
%PIB	0,19	0,18	0,18	0,21	0,22	0,21	0,21
População (Nº)		61 348	60 785	60 257	59 406	58 688	58 255
Évora							
Nº de estabelecimentos (Nº)	1 001	957	921	876	892	914	901
por 1000 habitantes (Nº)		17,02	16,56	15,91	16,44	17,04	16,91
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	2 747	2 727	2 608	2 512	2 503	2 572	2 622
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	293	276	265	267	263	255	256
por habitante (€)		4 902	4 766	4 854	4 838	4 757	4 797
%PIB	0,16	0,16	0,16	0,16	0,15	0,14	0,14
População (Nº)		56 218	55 624	55 053	54 271	53 654	53 294
Faro							
Nº de estabelecimentos (Nº)	1 354	1 281	1 204	1 165	1 158	1 139	1 116
por 1000 habitantes (Nº)		20,14	19,20	18,87	18,92	18,67	18,27
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	4 436	4 322	4 059	3 790	3 964	4 037	4 176
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	427	426	413	392	429	455	481
por habitante (€)		6 694	6 583	6 352	7 003	7 463	7 883
%PIB	0,24	0,24	0,25	0,23	0,25	0,25	0,26
População (Nº)		63 617	62 714	61 749	61 214	61 019	61 073
Loulé							
Nº de estabelecimentos (Nº)	1 755	1 704	1 623	1 547	1 519	1 529	1 530
por 1000 habitantes (Nº)		24,50	23,39	22,36	21,94	22,01	22,06
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	4 417	4 260	4 091	3 829	4 030	4 139	4 179
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	421	424	397	399	417	419	446
por habitante (€)		6 100	5 721	5 768	6 029	6 029	6 436
%PIB	0,23	0,24	0,24	0,23	0,24	0,23	0,24
População (Nº)		69 543	69 391	69 192	69 230	69 453	69 344
Angra do Heroísmo							
Nº de estabelecimentos (Nº)	482	456	423	426	414	420	408
por 1000 habitantes (Nº)		12,91	12,02	12,16	11,91	12,14	11,85
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	1 506	1 417	1 266	1 254	1 349	1 286	1 383
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	171	166	132	124	136	125	150
por habitante (€)		4 710	3 751	3 527	3 921	3 623	4 347
%PIB	0,09	0,09	0,08	0,07	0,08	0,07	0,08
População (Nº)		35 311	35 189	35 029	34 771	34 586	34 423

(continua)

(continuação)

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ponta Delgada							
Nº de estabelecimentos (Nº)	792	762	767	733	704	728	747
por 1000 habitantes (Nº)		11,07	11,14	10,66	10,27	10,64	10,93
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	3 541	3 394	3 164	2 911	3 034	3 236	3 207
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	369	351	348	334	352	364	381
por habitante (€)		5 099	5 054	4 854	5 142	5 326	5 567
%PIB	0,21	0,20	0,21	0,20	0,20	0,20	0,21
População (Nº)		68 846	68 876	68 768	68 517	68 403	68 352
Funchal							
Nº de estabelecimentos (Nº)	1 610	1 583	1 511	1 478	1 452	1 452	1 452
por 1000 habitantes (Nº)		14,39	13,84	13,68	13,61	13,75	13,85
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	7 289	7 267	6 165	6 099	6 290	6 112	6 276
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	731	714	608	617	644	617	620
por habitante (€)		6 493	5 570	5 706	6 038	5 841	5 915
%PIB	0,41	0,41	0,36	0,36	0,37	0,34	0,33
População (Nº)		109 990	109 149	108 053	106 721	105 562	104 813
Santa Cruz							
Nº de estabelecimentos (Nº)	339	336	312	304	285	300	290
por 1000 habitantes (Nº)		7,80	7,17	6,94	6,50	6,83	6,59
Pessoal ao Serviço dos estabelecimentos (Nº)	1 254	1 260	862	891	944	1 052	979
Volume de negócios dos estabelecimentos (M€)	129	130	91	87	98	104	109
por habitante (€)		3 016	2 080	1 991	2 236	2 358	2 487
%PIB	0,07	0,07	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06
População (Nº)		43 086	43 529	43 827	43 873	43 925	44 026

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE e das Estimativas da População Residente, INE.

Nota: Os dados recentemente divulgados do SCIE para 2017 apenas estão disponíveis para o total nacional.

Anexo II - Indicadores Económicos – Empresas

Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos (CAE Rev3 47) - 2010 a 2016

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Portugal							
Nº de empresas (Nº)	154 467	149 566	142 567	138 461	135 429	134 972	133 267
por 1000 habitantes (Nº)		14,19	13,59	13,28	13,05	13,05	12,93
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	455 407	447 487	423 029	412 563	411 980	423 096	431 314
Volume de negócios das empresas (M€)	47 168	45 422	43 394	43 110	43 984	44 869	46 363
por habitante (€)		4 309	4 138	4 134	4 240	4 339	4 497
%PIB	26,21	25,78	25,77	25,32	25,41	24,95	24,99
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	6 965	6 321	5 779	5 876	6 225	6 660	7 124
por habitante (€)		600	551	564	600	644	691
%PIB	3,87	3,59	3,43	3,45	3,60	3,70	3,84
População (Nº)		10 542 398	10 487 289	10 427 301	10 374 822	10 341 330	10 309 573
Porto							
Nº de empresas (Nº)	4 749	4 507	4 245	4 088	4 037	3 953	3 896
por 1000 habitantes (Nº)		19,34	18,66	18,39	18,50	18,42	18,20
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	12 611	12 007	11 209	10 886	11 189	11 367	11 273
Volume de negócios das empresas (M€)	1.026	906	835	838	933	1.031	1.092
por habitante (€)		3 886	3 670	3 771	4 277	4 806	5 099
%PIB	0,57	0,51	0,50	0,49	0,54	0,57	0,59
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	171	151	131	130	152	171	181
por habitante (€)		649	576	585	694	798	844
%PIB	0,10	0,09	0,08	0,08	0,09	0,10	0,10
População (Nº)		233 061	227 535	222 252	218 231	214 579	214 119
Vila Nova de Gaia							
Nº de empresas (Nº)	3 647	3 479	3 312	3 222	3 112	3 149	3 173
por 1000 habitantes (Nº)		11,47	10,93	10,64	10,31	10,46	10,58
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	7 349	7 147	6 680	6 513	6 108	6 204	6 526
Volume de negócios das empresas (M€)	680	666	658	659	637	608	632
por habitante (€)		2 196	2 169	2 176	2 110	2 018	2 108
%PIB	0,38	0,38	0,39	0,39	0,37	0,34	0,34
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	89	78	70	73	69	74	83
por habitante (€)		258	231	239	229	245	275
%PIB	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
População (Nº)		303 430	303 149	302 828	301 819	301 172	300 001
Coimbra							
Nº de empresas (Nº)	2 267	2 189	2 076	1 987	1 920	1 955	1 917
por 1000 habitantes (Nº)		15,49	14,92	14,51	14,16	14,53	14,27
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	5 243	4 980	4 665	4 377	4 156	4 280	4 301
Volume de negócios das empresas (M€)	385	350	310	303	292	296	300
por habitante (€)		2 476	2 229	2 212	2 152	2 196	2 236
%PIB	0,21	0,20	0,18	0,18	0,17	0,16	0,16
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	69	61	52	51	50	54	56
por habitante (€)		431	375	375	366	402	418
%PIB	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
População (Nº)		141 360	139 151	136 964	135 592	134 578	134 348
Leiria							
Nº de empresas (Nº)	2 054	1 953	1 848	1 824	1 817	1 813	1 790
por 1000 habitantes (Nº)		15,41	14,63	14,48	14,47	14,42	14,26
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	4 939	4 771	4 497	4 436	4 528	4 649	4 894
Volume de negócios das empresas (M€)	476	455	434	423	451	454	492
por habitante (€)		3 587	3 435	3 357	3 595	3 610	3 921
%PIB	0,26	0,26	0,26	0,25	0,26	0,25	0,27
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	70	63	59	61	67	73	83
por habitante (€)		497	468	481	538	584	661
%PIB	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
População (Nº)		126 753	126 348	125 977	125 561	125 721	125 523
Lisboa							
Nº de empresas (Nº)	9 987	9 796	9 474	9 217	9 043	9 095	9 006
por 1000 habitantes (Nº)		18,06	17,90	17,83	17,76	18,03	17,83
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	87 077	86 540	82 585	78 892	79 535	81 969	83 872
Volume de negócios das empresas (M€)	10 854	10 724	10 518	10 494	10 732	10 871	11 278
por habitante (€)		19 770	19 870	20 305	21 072	21 550	22 334
%PIB	6,03	6,09	6,25	6,16	6,20	6,05	6,08
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	1 658	1 517	1 433	1 465	1 547	1 589	1 679
por habitante (€)		2 797	2 707	2 835	3 037	3 150	3 326
%PIB	0,92	0,86	0,85	0,86	0,89	0,88	0,91
População (Nº)		542 440	529 357	516 815	509 312	504 471	504 964

(continua)

(continuação)

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sintra							
Nº de empresas (Nº)	4 151	3 935	3 732	3 661	3 554	3 526	3 453
por 1000 habitantes (Nº)		10,36	9,82	9,64	9,33	9,22	8,99
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	13 962	13 231	12 589	13 224	12 402	12 774	13 324
Volume de negócios das empresas (M€)	1 907	1 823	1 774	1 863	1 924	2 019	2 125
por habitante (€)		4 801	4 669	4 906	5 052	5 278	5 533
%PIB	1,06	1,04	1,05	1,09	1,11	1,12	1,15
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	335	314	312	308	345	388	409
por habitante (€)		826	822	811	905	1 013	1 065
%PIB	0,19	0,18	0,19	0,18	0,20	0,22	0,22
População (Nº)		379 786	379 963	379 756	380 934	382 521	383 946
Santarém							
Nº de empresas (Nº)	920	877	829	776	769	780	763
por 1000 habitantes (Nº)		14,30	13,64	12,88	12,94	13,29	13,10
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	2 049	1 957	1 849	1 782	1 776	1 811	1 796
Volume de negócios das empresas (M€)	181	176	177	189	190	187	191
por habitante (€)		2 875	2 909	3 129	3 199	3 179	3 273
%PIB	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11	0,10	0,10
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	27	24	20	20	20	23	24
por habitante (€)		386	328	332	336	387	417
%PIB	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
População (Nº)		61 348	60 785	60 257	59 406	58 688	58 255
Évora							
Nº de empresas (Nº)	892	834	802	770	781	792	784
por 1000 habitantes (Nº)		14,84	14,42	13,99	14,39	14,76	14,71
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	2 023	2 011	1 896	1 819	1 838	1 932	1 928
Volume de negócios das empresas (M€)	183	170	153	149	149	150	145
por habitante (€)		3 017	2 757	2 704	2 753	2 805	2 729
%PIB	0,10	0,10	0,09	0,09	0,09	0,08	0,08
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	31	27	24	23	24	26	26
por habitante (€)		479	424	427	447	478	489
%PIB	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
População (Nº)		56 218	55 624	55 053	54 271	53 654	53 294
Albufeira							
Nº de empresas (Nº)	944	901	841	828	841	852	885
por 1000 habitantes (Nº)		22,33	20,93	20,68	20,97	21,11	21,78
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	1 955	1 977	1 780	1 794	1 848	1 895	2 153
Volume de negócios das empresas (M€)	150	152	152	156	174	189	208
por habitante (€)		3 764	3 791	3 902	4 333	4 677	5 128
%PIB	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	22	19	19	21	22	27	32
por habitante (€)		470	480	527	543	671	798
%PIB	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02
População (Nº)		40 351	40 190	40 047	40 107	40 357	40 633
Loulé							
Nº de empresas (Nº)	1 517	1 473	1 406	1 331	1 294	1 310	1 287
por 1000 habitantes (Nº)		21,18	20,26	19,24	18,69	18,86	18,56
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	3 722	3 792	3 540	3 274	3 324	3 466	3 530
Volume de negócios das empresas (M€)	330	331	308	298	326	334	354
por habitante (€)		4 758	4 435	4 305	4 715	4 805	5 102
%PIB	0,18	0,19	0,18	0,17	0,19	0,19	0,19
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	50	51	45	45	47	53	58
por habitante (€)		729	644	650	674	757	840
%PIB	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
População (Nº)		69 543	69 391	69 192	69 230	69 453	69 344
Angra do Heroísmo							
Nº de empresas (Nº)	454	421	395	398	382	386	352
por 1000 habitantes (Nº)		11,92	11,23	11,36	10,99	11,16	10,23
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	1 458	1 366	1 193	1 168	1 164	1 153	1 205
Volume de negócios das empresas (M€)	211	204	127	117	119	114	127
por habitante (€)		5 789	3 614	3 331	3 412	3 285	3 676
%PIB	0,12	0,12	0,08	0,07	0,07	0,06	0,07
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	22	19	17	17	17	18	20
por habitante (€)		548	471	473	496	520	574
%PIB	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
População (Nº)		35 311	35 189	35 029	34 771	34 586	34 423

(continua)

(continuação)

Indicadores Económicos - Concelhos	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ponta Delgada							
Nº de empresas (Nº)	647	624	628	595	564	580	551
por 1000 habitantes (Nº)		9,06	9,12	8,65	8,23	8,48	8,06
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	3 654	3 643	3 952	3 626	3 565	3 754	3 657
Volume de negócios das empresas (M€)	390	367	426	439	433	438	449
por habitante (€)		5 336	6 190	6 378	6 313	6 401	6 569
%PIB	0,22	0,21	0,25	0,26	0,25	0,24	0,24
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	63	55	56	58	55	62	68
por habitante (€)		806	819	845	798	910	997
%PIB	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04
População (Nº)		68 846	68 876	68 768	68 517	68 403	68 352
Funchal							
Nº de empresas (Nº)	1 247	1 232	1 172	1 131	1 115	1 097	1 099
por 1000 habitantes (Nº)		11,20	10,74	10,47	10,45	10,39	10,49
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	7 383	7 233	5 743	4 737	4 766	4 737	4 835
Volume de negócios das empresas (M€)	736	721	587	475	476	467	475
por habitante (€)		6 559	5 382	4 398	4 462	4 422	4 536
%PIB	0,41	0,41	0,35	0,28	0,28	0,26	0,26
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	110	99	65	58	58	62	68
por habitante (€)		897	599	536	547	583	648
%PIB	0,06	0,06	0,04	0,03	0,03	0,03	0,04
População (Nº)		109 990	109 149	108 053	106 721	105 562	104 813
Santa Cruz							
Nº de empresas (Nº)	285	282	269	266	250	262	254
por 1000 habitantes (Nº)		6,55	6,18	6,07	5,70	5,96	5,77
Pessoal ao Serviço das empresas (Nº)	677	614	587	565	664	732	648
Volume de negócios das empresas (M€)	50	41	37	34	44	49	53
por habitante (€)		961	840	766	1 014	1 106	1 211
%PIB	0,03	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03
Valor acrescentado bruto das empresas (M€)	8	7	5	6	8	9	8
por habitante (€)		172	125	127	183	206	189
%PIB	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00
População (Nº)		43 086	43 529	43 827	43 873	43 925	44 026

Fonte: GEE, a partir de dados de base do SCIE e das Estimativas da População Residente, INE.

Nota: Os dados recentemente divulgados do SCIE para 2017 apenas estão disponíveis para o total nacional.