

**Comissão de Assuntos Económicos, Inovação e Energia
Grupo de Trabalho – Comércio e Serviços**

**Audição sobre Comércio Electrónico e Comércio Tradicional
13 de Dezembro de 2010 - Sala do Senado / Assembleia da República**

Comércio Tradicional

- 1- Alargamento dos horários das grandes superfícies
- 2- Papel das Autarquias Locais
- 3- Quadro Legal
- 4- Soluções Inovadoras e Desafios para o Sector
- 5- Políticas Públicas (MODCOM, Licenciamento)

Contributo da **Associação Comercial de Braga** para a Audição sobre Comércio Tradicional.

1- Alargamento dos horários das grandes superfícies

1. A ACB, considera desastrosa a recente determinação do Governo em liberalizar totalmente os horários de funcionamento das grande superfícies, nomeadamente as que têm mais de 2.000 metros quadrados de área de venda, que poderão abrir todos os dias da semana das 6 horas às 24 horas.

2. Esta determinação, que corresponde, em nossa opinião, a uma cedência aos grandes interesses, vem criar um período de mais de 500 horas por ano em que as grandes superfícies passam a operar em situação de monopólio, já que é

sabido que o pequeno comércio não acompanhará esta expansão de horário de funcionamento.

3. Recorde-se que até aqui as unidades de grande dimensão apenas poderiam abrir a partir das 13 horas de domingo, em 8 domingos por ano, habitualmente nos meses de Novembro e Dezembro, considerados domingos festivos.

4. A pressão sobre os governos era conhecida e pública e tem vários anos. Lamenta-se que esta medida não seja acompanhada dos respectivos estudos de impacto sobre a actividade dos outros operadores do comércio e sobre a vida social e económica das cidades já tão fragilizada.

5. As cedências tem sido várias, primeiro a alteração da Lei 12/2004 que obrigava o governo a ouvir a posição das associação de comerciantes e dos consumidores no domínio do licenciamento comercial. Com a alteração da lei estas entidades deixaram de ser ouvidas e de participar no processo de licenciamento.

6. Aquela legislação impunha ao Ministério da Economia a obrigatoriedade de verificação anual das condições de licenciamento das Unidades de Dimensão Relevante. Estranha-se que na nossa região nunca esta medida tenha sido aplicada, ou seja, nunca se verificaram se efetivamente as condições de licenciamento se mantinham:

- a) número de postos de trabalho
- b) política de Formação Profissional
- c) política de aprovisionamento
- d) área de venda
- e) lugares de estacionamento

7. Note-se que ainda no âmbito da Lei 12/2004; a ACB apenas recebeu os autos de verificação inicial, nunca tendo recebido qualquer auto de verificação anual conforme se previa na Lei 12/2004, mesmo tendo sido solicitado expressamente conforme podem verificar no documento que vos foi entregue, nunca recebemos qualquer resposta e como se verifica no documento, não havia sido efectuada qualquer verificação até então (2006, 2007, 2008). Suspeitamos mesmo que nunca foi efectuada nenhuma verificação.

8. Seria oportuno e recomendável efectuar uma verificação às condições de licenciamento iniciais e comparar com a situação que se vive hoje. Conhecem-se

as alterações que sofreram todas as unidades de grande dimensão instaladas na nossa região ao arrepio das condições de licenciamento e da lei.

Ver doc. Da Direcção Regional de Economia Norte - A ACB apenas recebeu os autos de verificação inicial, nunca tendo recebido qualquer auto de verificação anual conforme se previa na Lei 12/2004.

9. Sabe-se que esta cedência contraria as políticas de centro de cidade e vem mutilar a actividade dos centros urbanos, já afectados fortemente pela situação de crise económica geral, pela ausência de ordenamento e de verdadeiras políticas de urbanismo comercial em Portugal.

10. Vai ser necessário unir esforços entre Associações de Empregadores e Sindicais para desenvolver pressão junto do poder político para se suspender urgentemente a medida agora aprovada pelo governo.

11. A criação de novas centralidades, em que as acessibilidades estão facilitadas com vias rápidas, com parques de estacionamento gratuitos, com sistemas de segurança, de manutenção e limpeza invejáveis, promove naturalmente uma forte atractibilidade em desfavor dos centros urbanos com o prejuízo correspondente.

12. A mutilação da actividade económica nas cidades tem vindo a ser orientada pela grande distribuição e pelos grandes interesses económicos, com consequências nefastas para a vida das cidades.

13. Surge claro que o excesso de oferta comercial degrada a qualidade da oferta, prejudicando consumidores, profissionais do comércio e a qualidade de vida das populações.

14. Agora com esta nova cedência de liberalização dos horários de funcionamento, sentimos que a governação está dependente da satisfação dos grandes operadores, o que lamentamos.

15. Estamos por isso preocupados com as consequências sobre o tecido económico na nossa região e sobre os programas de dinamização económica que estamos a desenvolver.

2- Papel das Autarquias Locais

1. As autarquias locais estão pouco sensíveis ao Urbanismo Comercial e não possuem um Cadastro Municipal da Actividade Económica, pelo que desconhecem as dinâmicas da actividade económica, respondendo apenas às solicitações.
2. Não existem dinâmicas locais de estudo e desenvolvimento estratégico sobre a actividade económica que envolva a sociedade civil, nomeadamente Associações Empresariais, Sindicatos, Universidade, Organismos Descentralizados do Ministério da Economia com o objectivo de obter sensibilidades e mais conhecimento sobre cada Município.
3. Não existem Políticas Autárquicas de Desenvolvimento do Comércio e de **Urbanismo Comercial**, capaz de garantir condições de retorno mínimo ao investimento privado. Ao invés assiste-se á "Cafetização dos Municípios" sem qualquer orientação estratégica de desenvolvimento.
4. As **Taxas Municipais** sobre a actividade do comércio independente são exageradas e necessitam de uma agregação mais adequada aos novos tempos. É necessário reaplicar no desenvolvimento da actividade as receitas obtidas com as taxas municipais aplicadas ao comércio tradicional, garantindo medidas específicas de revitalização.
5. **Obrigatoriedade de realização de Estudos de Impacto** sobre a actividade económica existente no município quando se decide grandes alterações, como a mudança de Hospitais dos Centros de cidade. Veja-se o impacto em Braga com a mudança do Hospital do Centro Urbano para a periferia. Estima-se que 11.000 utentes por dia deixarão de frequentar a actividade económica do centro de Braga.

3- Quadro Legal

1. As sucessivas alterações da Legislação sobre Licenciamento Comercial, com a eliminação da **obrigatoriedade de ouvir as Associações do Comércio e as dos Consumidores nas Comissões de Licenciamento** constitui um retrocesso no desenvolvimento da sociedade portuguesa.
2. Necessidade de rever a legislação sobre a **Concorrência, a Concentração da Distribuição, Domínio de Mercado** e capacidade de verificação e controlo pelas autoridades.
3. **Actualização dos Cadastros Comerciais e Urbanismo Comercial** e qual o papel das Associações Empresariais neste domínio. As Câmaras de Comércio nos países mais desenvolvidos da Europa possuem intervenção nesta matéria com resultados positivos nas dinâmicas de desenvolvimento económico nas regiões.
4. **Reintroduzir as Comissões de Licenciamento Comercial** com os ajustamentos da aprendizagem conseguida com a aplicação da Lei 12/2004 envolvendo as Associações Empresariais e dos Consumidores.

4- Soluções Inovadoras e Desafios para o Sector

Fomentar o Empreendedorismo nos Centros Comerciais de 1ª Geração

1. Frequentemente somos confrontados com promotores de pequenas empresas que gostariam de se instalar nos Centros Urbanos e que não conseguem dado o elevado montante das rendas comerciais. Neste contexto são compelidos a localizarem-se fora do centro urbano.
2. Existem muitos Centros Comerciais de 1ª Geração (anos 80 e 90) que possuem as Caves, e primeiros andares completamente devolutos que se poderão transformar em alavancas de criação de empresas de comércio, desde que reorientados para operarem como “Viveiros de Empresas”.
3. Estes Centros Comerciais localizam-se em centros de cidade e podem ter uma segunda e nobre oportunidade. Eles reúnem condições únicas para se transformarem em Viveiros de Micro-Empresas e apoiarem o fomento empresarial tão necessário aos centros de cidade e ao país.
4. Os Centros Comerciais e as Galerias Comerciais de 1ª Geração encontram-se em quase todos os Concelhos do País e podem constituir uma oportunidade para muitos empreendedores que desesperadamente procuram um espaço para instalar o seu projecto. Se criarmos viveiros de fomento empresarial nesses espaços devolutos, com a razoabilidade de um projecto coordenado por uma Associação Empresarial em cooperação com a Autarquia local e uma Escola de Gestão de um Instituto ou Universidade poderemos apoiar o nascimento de muitas novas empresas.
5. Não é necessário pensar em novas infra-estruturas nem em investimentos faraónicos. Os edifícios existem, têm infra-estruturas já operacionais, boa localização, acessos e estacionamento. Não são necessários novos licenciamentos, apenas a coordenação de interesses e sobretudo a vontade de criar novas oportunidades empresariais.
6. Se considerarmos os centros comerciais de 1ª geração que possuem mais de 50% de espaço devoluto em todo o país, poderemos estar a falar na maior rede de potenciais viveiros empresariais que o país jamais conseguiria de outra forma.

Estaremos a construir uma nova atitude na sociedade portuguesa, a do inconformismo. Fomentar o empreendedorismo empresarial e a empregabilidade é responsabilidade de todos.

7. Ao nível da igualdade de oportunidades é muito importante criar uma nova onda no domínio da criação de micro-empresas. Muitos desempregados estariam na disponibilidade de lançar mãos a projectos de empreendedorismo se tivessem a oportunidade de poder experimentar num ambiente de Viveiro Empresarial.

8. Existem já muitos programas de apoio á criação de empresas, contudo é sabido que esses projectos requerem um período de acompanhamento e orientação técnica. Veja-se os programas ***Micro-Invest*** e ***Invest +*** do Instituto do Emprego e da Formação Profissional(IEFP), os programas ***FINICIA*** e ***MicroEmpresas*** do Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento (IAPMEI), entre outros de apoio ao Empreendedorismo Feminino, etc.

Redesenhar as dinâmicas dos Centros Urbanos

9. As cidades necessitam de vida e de actividade para serem visitadas e poderem assumir maior notoriedade e proporcionar melhor qualidade de vida aos residentes e aos seus visitantes.

10. O que pode levar um consumidor a visitar e fazer compras no centro urbano? Naturalmente muitos factores podem causar a motivação de uma deslocação. A oferta comercial, a animação, as exposições, os museus, o património histórico, as belezas naturais, etc.

11. Quanto à oferta comercial é cada vez mais notório que os consumidores mais exigentes procuram espaços melhores preparados, segurança, ambiente de simpatia e prazer. Os consumidores hoje não se deslocam para locais frios, mal iluminados, sujos e cujo ambiente seja duvidoso.

12. Os comerciantes e as autarquias devem andar de braço dado neste domínio. É necessário ter as ruas limpas e bem iluminadas, com mobiliário urbano decente e com um ambiente favorável a quem se desloca. O estacionamento e a facilidade de acesso assume cada vez maior importância. A segurança é vital para garantir o clima desejável ás compras.

13. Quanto ao ambiente de animação e de festa deve ser desencadeado por todos quantos dependem do bom funcionamento da cidade. Uma cidade sempre em obras gera dificuldades e perturba os negócios. Constantemente as autarquias esquecem a função do comércio e tendem a lançar as obras todas ao mesmo tempo.

14. As Autarquias Locais criaram extensas zonas pedonais, condicionaram o trânsito, limitaram o estacionamento, taxaram a actividade económica dos Centros Urbanos e esqueceram-se que a "vida" da cidade depende das actividades que aí existirem. O Comércio, os Serviços, os Museus, a Habitação são essenciais à dinâmica dos Centros Urbanos e a sua ausência cria degradação, envelhecimento e gera custos altíssimos de manutenção dos "cascos" históricos.

15. É necessário estudar os impactos das medidas isoladas que se vêm fazendo nos centros urbanos.

Ruas Comerciais e a dinâmica social dos Centros Históricos

16. Os Centros Históricos das cidades assumem uma natureza agradável se estiverem bem apetrechados de comércio dinâmico, de condições de mobilidade, bem iluminados, bem higienizados, com segurança e embelezados.

17. Um Centro Histórico com muito e bom património, com Museus, Gastronomia e Comércio só por si não vingará se não tiver consumidores e visitantes. É necessária vida social e económica para que um Centro Histórico tenha vitalidade e seja ponto de atracção e de interesse social.

18. A existência de serviços públicos nos Centros Históricos constitui uma garantia de fluxo de consumidores. Muitas cidades esquecem a integração dos diferentes agentes económicos e sociais e tendem a menosprezar esta necessidade. A consequência é a redução de serviços e comércio e a desertificação dos Centros Históricos.

19. Uma Rua Comercial, só atrai consumidores e visitantes se tiver uma oferta diversificada ou uma oferta concentrada numa gama de produtos, requerendo uma atenção especial por parte de todos os agentes. É necessário garantir condições de higiene e limpeza da rua, garantir a segurança e iluminação, acessibilidades, mobiliário urbano ajustado e animação. Mobilizar consumidores

para um determinado espaço exige dinâmica de animação e promoção integradas.

20. Os consumidores deslocam-se para se abastecerem de produtos e consumirem serviços, mas também porque se interessam pelo ambiente geral, pela felicidade que o lugar transmite. Os consumidores e visitantes têm simpatia por acontecimentos que fomentem alegria e prazer. Não desejam situações onde existam conflitos ou a pressão sobre os consumidores é frequente, como por exemplo zonas onde exista muita mendicidade.

21. Os Centros Históricos devem assim merecer uma especial atenção para que se não degradem comercial e socialmente. Neste sentido os agentes económicos aí instalados podem contribuir para a dinâmica de cada Rua. A Rua pode e deve ser vista como um Centro Comercial a Céu Aberto, com património irrepetível e que sendo governada numa perspectiva moderna pode evitar a desertificação.

22. Uma Rua é essencialmente o que os seus beneficiários directos querem que ela seja e traduz também a dinâmica das empresas aí instaladas.

A vida da cidade

23. A vida da cidade tem vindo a tornar-se mais difícil. Mais automóveis, menos estacionamento gratuito, falta de zonas de carga e descarga para os utentes e consumidores da zona histórica, excesso de estacionamento condicionado, sensação de insegurança, ausência de zonas de apoio confortáveis para descanso na imensidão da área pedonal e horários de funcionamento do comércio desajustado dos novos hábitos do consumo.

24. Dia a dia somos confrontados com um trânsito crescentemente caótico, com condutores impacientes, com condutores deseducados e indisciplinados dentro da cidade. A vida na cidade está a tornar-se mais difícil e cansativa. Os consumidores fogem do centro. Quando chove os consumidores desaparecem. Muitas razões estão na origem desta realidade. Quando chove e os utentes da cidade tentam abrigar-se junto aos edifícios, verificam que os caleiros estão sem manutenção e chove ainda mais junto aos edifícios do que no meio da rua.

25. A qualidade de vida das cidades é um tema que deve merecer a nossa especial atenção. Vivemos em cidades que atravessaram gerações, contudo

muito pouco temos investido na criação de condições de conforto e de mobilidade dentro das cidades.

26. As cidades merecem que façamos investimentos novos para a rejuvenescermos. Não basta recuperar os imóveis históricos. É necessário dar-lhes vida, dar-lhes dinâmica.

27. A actividade económica é um importantíssimo factor de dinamização dos centros urbanos que merece investimento e acompanhamento contínuo. Uma cidade sem actividade económica, está doente e tende a morrer. Os edifícios e as estradas não fazem tudo. É necessário actividade cívica, actividade cultural, actividade lúdica e uma envolvente de segurança que gerem conforto aos utentes da cidade.

28. O Comércio está vivo se tiver consumidores! Já alguém imaginou o que seria se os consumidores não frequentassem os Novos Centros Comerciais? As lojas não se sustentavam e fechariam uma a uma até ao colapso.

A renda comercial é um custo que merece especial atenção

29. A renda comercial possui uma importância tal na estrutura de custos de funcionamento dos estabelecimentos comerciais que requer especial atenção. No contacto directo com os empresários temos constatado que as rendas, sobretudo as recentes, são cada vez mais a razão das suas dificuldades e muitas vezes do insucesso do seu negócio. Tenho conhecimento de situações em que o custo da renda corresponde a mais de 40% do custo da estrutura. No passado o valor era superável com as margens e o excelente volume de vendas. Acontece que com o aumento da concorrência e com a crise económica instalada no nosso país, as margens e as vendas desceram de forma acentuada não permitindo manter a mesma estrutura de custos.

30. Existe a tentação de num primeiro momento proceder ao despedimento de empregados, o que muitas das vezes é errado e só piora a situação. Os profissionais são um capital muito importante, conhecem os produtos, têm experiência de venda e contribuem para melhorar o desempenho geral da organização. A renda essa é silenciosa está na mesa do orçamento da loja e não se importa se a loja vendeu ou não. O proprietário do espaço físico está na loja mas

não corre qualquer risco. Não é afectado pela crise, pela concorrência, ou pelo insucesso do comerciante.

31. Importa assim estudar se o actual modelo de arrendamento comercial para os centros urbanos não deverá ser ajustado às necessidades de dinamização dos centros de cidade.

Acessibilidade e Mobilidade nos Centros Urbanos

32. As ruas do interior das cidades são as mesmas que existiam na década de setenta, não aumentaram e muitas vezes nem sequer foram adaptadas às novas exigências. Ruas com estacionamento nos dois lados da faixa de rodagem e ainda com duplo sentido. Muitas ruas, estão ainda organizadas para um tempo, em que os automóveis eram ainda em número limitado.

33. Aumentaram-se as vias rápidas de acesso às cidades, contudo muito pouco se fez no domínio das acessibilidades e mobilidade dentro das cidades. É urgente estudar os fluxos de trânsito e criar uma circulação mais amiga dos utentes da cidade. Uma circulação mais amiga dos utentes que se deslocam a pé, dos utentes que preferem as bicicletas, dos que preferem os transportes públicos, etc.

34. Muitas ruas requerem um estudo mais apurado sobre a circulação automóvel. Não se pode manter ruas com tal fluxo de tráfego que torna impraticável a vida dos utentes pedonais nesses espaços. Os estacionamentos à superfície têm de estar melhor regulados. Não existem espaços para carga e descarga dos consumidores do centro das cidades.

35. A criação de uma rede de parques de estacionamento gratuito, bem localizados, pode ajudar a desenvolver um novo conceito de mobilidade nos centros históricos. Parques de estacionamento equipados com uma estação de serviço, restaurante, parque infantil, cabeleireiro, centro de reparações, com boa iluminação e limpeza e devidamente policiado. Uma boa ligação ao centro da cidade por uma rede de pequenos autocarros de transporte público e de custo simbólico, trará mais conforto e dinâmica à cidade. O sistema de bicicletas de uso fácil motivará também mais aderentes.

36. A mobilidade é um tema que vai exigir decisões arrojadas e bem pensadas. Todos sairemos a ganhar. Uma cidade de fácil mobilidade é mais apetecida e

gera mais conforto aos seus cidadãos e aos visitantes. A mobilidade nas cidades é um desafio que é necessário enfrentar sem tibiezas.

5- Políticas Públicas (MODCOM, Licenciamento)

1. O Modcom – Programa de modernização do Comércio, foi lançado em 2004, mas apenas começou a ser aplicado em 2006, desconhecendo-se os resultados da sua aplicação. Sabe-se que milhares de candidaturas em todo o país foram sucessivamente ficando fora das quotas de aprovação em cada ano desconhecendo-se que análises foram efectuadas pelo Ministério da Economia sobre os denominadores comuns relativos às candidaturas não seleccionadas, das desistentes com vista a melhorar o desempenho do programa.

2. O MODCOM disponibilizou 20 Milhões de Euros em 2006, 20 Milhões de Euros em 2007, 20 Milhões de Euros em 2008, 50 milhões de Euros em 2009, 20 Milhões de Euros em 2010. Desconhecem-se os resultados de aplicação deste programa, nomeadamente o número de estabelecimentos comerciais que concretizaram os seus projectos, número de estabelecimentos comerciais que desistiram, razões das desistências, número de postos de trabalho criados, etc.

3. Estabelecer **Seguro de Facturação para o Comércio** para minimizar efeitos de acidentes naturais, como cheias, fogos, abalos telúricos, etc. Veja-se o que aconteceu á actividade económica do Parque Nacional da Peneda-Gerês com os fogos que fustigaram a região no Verão passado (2010). Existindo um Seguro de Colheitas deverá também ser criado um Seguro de Facturação que tenha como referencial os valores das facturações médias de anos anteriores.

4. **Reactivação do Observatório do Comércio**, para garantir o acompanhamento da evolução do sector e apoiar a acção da Autoridade da Concorrência, das Políticas do Ministério da Economia, da acção das Autarquias Locais, das Associações Empresariais e dos Agentes Económicos.

5. Ao nível do Licenciamento consideramos ser mais útil aos municípios e ao país restabelecimento das **Comissões de Licenciamento Comercial**, aproveitando o que de positivo se havia conseguido com as Comissões de Licenciamento Comercial previstas na Lei 12/2004.

6. A situação actual de desertificação dos Centros Urbanos é em nossa opinião resultado das sucessivas mudanças da legislação sem que se analise o impacto da sua aplicação e sem o necessário acompanhamento de estudos sobre os

impactos no tecido económico dos licenciamentos. Estas mudanças constantes apenas servem para desresponsabilizar os agentes envolvidos.