

Comércio a retalho em espaço rural

INTRODUÇÃO

Quando nos debruçamos sobre questões relacionadas com a dimensão territorial, deparamo-nos com um conjunto de critérios passíveis de serem adoptados; no entanto, é usual verificarmos uma tendência no sentido da polarização, isto é, há o litoral e o interior, o urbano e o rural, o norte e o sul, entre outros.

No que diz respeito à actividade comercial, esses conceitos são também normalmente utilizados para caracterização (e justificação!) das diferentes dinâmicas demonstradas ao nível do tecido comercial instalado — comércio em espaço urbano, comércio em espaço rural, etc.

É sabido que a competitividade das empresas depende essencialmente da competitividade dos territórios onde as mesmas estão inseridas, sendo que o desenvolvimento harmonioso dos territórios depende da boa saúde das empresas que ali se encontram instaladas.

Se transpusermos esta ideia para aquilo que se passa nas comunidades rurais, então a relação torna-se ainda mais notória, evidenciando que se a opção passar pelo reforço da integração e cooperação entre diferentes sectores da economia, poder-se-á tornar possível trazer uma competitividade durável às regiões.

Nesse contexto, o comércio a retalho em espaço rural acaba, em muitas situações, por ser bem exemplificado pelo estabelecimento comercial que, na esmagadora maioria das vezes, acumula, entre outras, as funções da tradicional mercearia e da típica taberna. Trata-se de um espaço que, de certo modo,

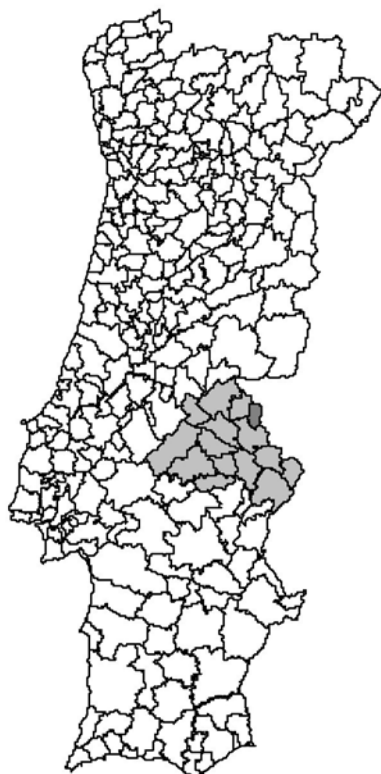
* Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência.

continua a desempenhar um papel que vai muito para além do fornecimento de bens alimentares às populações locais, sendo que o seu declínio é um sinal inequívoco do abandono, a vários níveis, a que essas comunidades têm estado dotadas ao longo dos tempos, culminando, tantas vezes, no desaparecimento desses lugares.

Para uma melhor percepção da realidade vivida no meio rural, em particular pelo comércio a retalho nele inserido, procedeu-se a uma análise de casos concretos, tendo-se para o efeito seleccionado três concelhos reconhecidamente rurais do Alentejo (NUT II) pertencentes ao Alto Alentejo (NUT III) — Castelo de Vide, Crato e Marvão. Numa segunda fase, e em cada um deles, escolheu-se uma freguesia classificada como área predominantemente rural (*i*), respectivamente Nossa Senhora da Graça Póvoa e Meadas, Gáfete e São Salvador de Aramenha, sendo que tal análise recai, finalmente, sobre uma só freguesia, designadamente São Salvador de Aramenha, de forma a permitir maior pormenorização nas considerações a tecer.

O concelho de Marvão no contexto
nacional e distrital

[FIGURA N.º 1]



Apesar de o conteúdo do presente trabalho privilegiar como tema principal o comércio retalhista em espaço rural, pretende-se que denote também uma estreita relação com a questão dos programas comunitários/sistemas de incentivos, perspectivando, inclusive, soluções que poderão passar por possíveis incentivos à revitalização desse tecido comercial, tendo em conta o previsto no Programa Operacional da Economia (QCA III) e a experiência resultante do trabalho desenvolvido no âmbito do QCA II, designadamente no que se refere aos projectos de urbanismo comercial previstos no Programa de Apoio à Modernização do Comércio (PROCOM).

BREVE DIAGNÓSTICO DO MEIO RURAL

No meio rural, os problemas relacionados com a desertificação humana, o declínio das actividades tradicionais e a incapacidade de retenção das populações são uma realidade preocupante, estando, simultaneamente, diagnosticado que a agricultura, especialmente a de pequena dimensão, tem, apesar de dificuldades de vária ordem, um peso incontornável (iii).

Em Portugal, como noutros países da União Europeia, as regiões do interior, ou onde predominava a actividade agrícola, defrontam-se agora, muitas vezes, com graves problemas sócio-económicos.

Desde logo, são problemas que decorrem de grandes transformações estruturais de índole económica verificadas nas últimas décadas, como são os casos das novas tecnologias e as novas formas organizacionais, que conduziram a uma quebra muito significativa da percentagem de trabalhadores que se ocupavam da produção material, no seu todo, seja na agricultura, na indústria ou outras.

Para além do citado declínio da actividade agrícola e de outras oportunidades de emprego, o êxodo de jovens qualificados, a redução de certos serviços e, em alguns casos, os danos verificados no meio ambiente têm deixado as suas marcas na sociedade rural, em particular nas zonas ditas desfavorecidas.

Ao nível da Comunidade Europeia, as áreas rurais ocupam, em termos territoriais, uma parcela muito próxima dos 80%, o que lhes confere uma importância vital no desenvolvimento económico da Comunidade (ii).

A nível nacional, o número de freguesias classificadas como áreas predominantemente rurais ronda os 2 milhares, praticamente metade do total das freguesias existentes, sendo a sua distribuição regional a que a seguir se indica: Norte (861), Centro (728), Lisboa e Vale do Tejo (167), Alentejo (210) e Algarve (34).

Em termos territoriais, as áreas predominantemente rurais representam mais de 60% do território nacional, ficando-se pelos 16% ao nível da população aí residente.

Áreas rurais/áreas urbanas

[QUADRO N.º 1]

Classificação	Número de freguesias	Porcentagem	Área (km ²)	Porcentagem	População residente	Porcentagem
APU – Áreas predominantemente urbanas .	961	24	16 366	18	6 376 159	68
AMU – Áreas mediantemente urbanas	1 044	26	16 563	19	1 542 715	16
APR – Áreas predominantemente rurais . .	2 000	50	55 868	63	1 457 052	16
<i>Totais</i>	4 005	100	88 797	100	9 375 926	100

Fonte: Baseado nos *Indicadores Urbanos do Continente*, série «Estudos», n.º 80, 1999, publicado pelo INE — Instituto Nacional de Estatística e pela DGOTDU — Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano.

A realidade que se vive no Alto Alentejo, por exemplo, é certamente distinta das zonas rurais localizadas mais junto do litoral, do Minho, do Algarve ou das ilhas. Provavelmente, apenas as dificuldades terão pontos em comum, já que cada uma das regiões citadas apresentará pontos fortes que lhe permitirão fazer face a oportunidades de desenvolvimento muito concretas.

Apesar das suas debilidades (de localização, históricas e outras já apontadas), estas zonas beneficiam de alguns aspectos favoráveis, que vão para além do «saber-fazer» e organização tradicional, da vida social, da gestão da paisagem natural, da conservação do ambiente, do património histórico-cultural e das tradições e costumes (*iii*), podendo destacar-se os seguintes, pelas oportunidades que deixam em aberto para a revitalização que se pretende:

- Aumento dos rendimentos dos consumidores, tendo como consequência mais viagens de lazer e turismo e um incremento nas aquisições de produtos e serviços em nichos de mercado;
- Imigração para zonas rurais, parcialmente como reflexo do desencanto em relação à vida na cidade. Embora parte deste movimento envolva famílias reformadas, proporciona às zonas rurais um maior poder de compra e mais competências no domínio da gestão;
- Fluxos populacionais sazonais ligados à vertente turística e/ou datas especiais (Páscoa, Verão, Natal, festividades locais, eventos, etc.);
- Melhorias nas infra-estruturas básicas, acessibilidades, etc.;
- Potencialidades oferecidas pelas novas tecnologias de informação, que podem ajudar a compensar as desvantagens de dimensão e de localização das pequenas e médias empresas nas zonas rurais.

Tradicionalmente enraizadas na diversificação económica onde costumavam predominar as características de uma economia local, auto-suficiente e auto-reguladora, estas comunidades estão perante um dilema — é impossível

manterem-se, hoje em dia, completamente isoladas da economia mundial, mas também parece ser altamente improvável a sua total integração (iii).

O COMÉRCIO A RETALHO EM ESPAÇO RURAL

O comércio instalado nos meios rurais vê-se confrontado com uma realidade que, de forma simplificada, e segundo uma óptica meramente económica, é fortemente marcada por uma panóplia de factores limitativos, relacionados, no essencial, com o fenómeno de redução da procura, sendo que este apresentará, pelo menos, três grandes ordens de razões:

- O envelhecimento progressivo da população associado a um decréscimo populacional acentuado, que se explica também pelo êxodo das comunidades locais resultante da procura por parte das populações de níveis, cada vez mais exigentes, de condições de vida que o meio rural não poderá ainda possibilitar-lhes (emprego, saúde, educação, habitação, serviços, comércio, entre muitos outros), pelo que as áreas urbanas continuam, apesar dos seus múltiplos problemas, a exercer um fascínio de atracção para as populações das comunidades rurais (especialmente para os mais jovens);
- A concorrência exercida pelas grandes e médias superfícies comerciais, favorecida por uma maior mobilidade das populações (principalmente dos estratos da população inseridos nas faixas etárias até aos 50-60 anos) e pela disponibilização, por parte das grandes superfícies, de transporte «gratuito» (autocarros que fazem, periodicamente, o trajecto entre as localidades e os respectivos hipermercados), por vendedores ambulantes, que nestes meios, em dias predefinidos, cobrem as zonas rurais, inclusive as mais remotas, com uma oferta de artigos que vai desde o alimentar (peixe e fruta, por exemplo) até ao vestuário, têxtil-lar, etc., e ainda pela feira/mercado, semanal ou mensal, que tem lugar na vila mais próxima e que quase sempre disponibiliza uma oferta bastante diversificada e acessível de bens/produtos;
- A obsolescência e desajustamento das condições da oferta face aos novos padrões e solicitações do consumidor, sendo usual, na esmagadora maioria das situações, depararmos com lojas que criam a clara e estranha sensação de «terem parado no tempo» não só em termos do visual do próprio estabelecimento, mas também das tipologias e variedade dos próprios artigos/produtos disponíveis para venda.

Os estabelecimentos comerciais em contexto rural acabam por funcionar como centro da vida social dessas comunidades, desempenhando um papel preponderante ao nível do dinamismo e da própria coesão das comunidades rurais (ii).

Aliás, não será preciso recuar muito no tempo para nos vir à memória a loja, a única da aldeia, que acumulava a dupla função de «mercearia e taberna», funcionando também como o local privilegiado onde se podia aceder ao telefone público, onde o carteiro recolhia e entregava a correspondência, onde se podia pagar a electricidade e a água, descontar o cheque da pensão de reforma, trocar a botija do gás, fazer determinadas encomendas (medicamentos, por exemplo) ao dono da loja, face à sua necessidade de se deslocar periodicamente à vila ou cidade mais próxima, tendo assim acesso facilitado a esse tipo de bens, entre muitas outras funções (como seja a possibilidade de «crédito», ou, como é, usualmente, conhecido, o «caderno de assentos», ou «conta»).

Até meados da década de 70, a vertente da informação assumia também um carácter de excepcional relevância, já que, e também face às contingências sociais, políticas e económicas que marcavam Portugal, a loja era com toda a certeza um dos poucos «lares» que dispunham de uma televisão, convergindo para aí a população em busca da informação noticiosa, ou do simples entretenimento, quase sempre tão inacessível. Por conseguinte, tratava-se e trata-se, ainda hoje, de verdadeiros pólos de concentração das populações, quanto mais não seja, pela simples necessidade de comunicação entre os indivíduos que compõem essas comunidades.

O encerramento da loja local é, pois, um indicio claro do processo de desertificação que tem vindo a caracterizar o meio rural, na sua generalidade, havendo referências, considerando que «uma povoação sem loja local é uma povoação sem coração (iv).

Por si só, o comércio não poderá fazer reviver as cidades, as vilas ou as aldeias — mas o comércio é um elemento-chave de um projecto colectivo de animação de uma localidade, grande ou pequena, de melhoria das condições de vida das suas gentes.

Obviamente que as dificuldades que o comércio tem vindo a sentir na última década e meia, e apesar das origens certamente distintas, teve reflexos mais vinculados nas áreas rurais, face às condicionantes e características peculiares dessas zonas.

Muitas são as razões de tal panorama; no entanto, as mais evidentes relacionam-se com as mudanças de estilos de vida, com as alterações dos padrões de consumo e com as evoluções registadas no próprio sector da distribuição.

A DINAMIZAÇÃO DA ACTIVIDADE COMERCIAL COMO CONTRIBUTO PARA A REVITALIZAÇÃO DO MEIO RURAL: PLANO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL 2000-2006 E PROGRAMA OPERACIONAL DA ECONOMIA

A diversidade do meio rural e, conseqüentemente, da oferta e da procura que caracterizam as diferentes comunidades que o compõem torna evidente

a necessidade de estabelecer diferentes níveis de intervenção, a definir de acordo com o que essas realidades justifiquem.

Assim, tendo em conta algumas das linhas gerais de orientação estratégica do Plano de Desenvolvimento Regional para o período 2000-2006 e o próprio Programa Operacional da Economia, que deixam transparecer preocupações com as evidentes relações do meio rural com a actividade económica, poder-se-ão identificar, entre outras, as seguintes propostas de intervenção e/ou âmbitos de actuação:

- A reconversão ou a dinamização/revitalização de estabelecimentos (modernização física e/ou reestruturação funcional) já existentes afectos a actividades comerciais, em sentido amplo [não só aquelas cuja classificação da actividade económica (CAE) assim o determine, mas também outras actividades, como, por exemplo, restaurantes, cafés, tabernas, artes e ofícios tradicionais, etc.];
- Alargamento do âmbito dos negócios existentes, indo de encontro às necessidades sentidas pelas populações que constituem a base da sua procura (enveredar por uma filosofia de multisserviços, que ultrapassará, forçosamente, os objectivos iniciais, e muitas vezes já longínquos, do negócio);
- A possibilidade de estabelecer uma interligação das actividades comerciais com as actividades directamente relacionadas com as produções locais ou regionais (parcerias entre associações/produtores/comerciantes), constituindo-se assim uma complementaridade que se afigura fundamental para determinado tipo de bens — produtos agrícolas, doces regionais, carnes e enchidos, artesanato tipicamente local, entre outros, contribuindo, também por essa via, para implementar redes de escoamento do produto local/circuitos de distribuição;
- A organização e cooperação empresarial no sentido da optimização em termos do abastecimento e da logística (constituição ou adesão a centrais de compras, cooperativas de retalhistas, projectos integrados, etc.) e da melhoria da qualidade e *performances* ao nível do serviço prestado;
- Aposta nas mais-valias que as novas tecnologias de informação podem possibilitar (continuidade e aprofundamento de experiências e acções piloto já em curso em algumas regiões, como, por exemplo, as aldeias digitais, as aldeias de teletrabalho, os contratos de aldeia, etc., direccionando-as e vocacionando-as também para o possível contributo da vertente comercial para o desenvolvimento sócio-económico da sociedade rural).

Em zonas rurais os serviços locais, tais como a saúde, a educação e o retalho, são os que revelam maior potencial de crescimento, necessitando de uma concentração populacional por vezes difícil, se não mesmo impossível,

de atingir em meios rurais. A questão principal é que decerto condiciona a estratégia de intervenção no meio rural é a não existência de um limiar populacional mínimo que torne viável determinado investimento ou a simples manutenção de um negócio (v).

O COMÉRCIO RETALHISTA EM TRÊS CONCELHOS DO ALTO ALENTEJO (CASTELO DE VIDE, CRATO E MARVÃO)

ÂMBITO E OBJECTIVOS

Pretende-se com este estudo de casos, para além da sensibilização para a necessidade de dinamizar o sector do comércio a retalho em espaço rural, possibilitar um conhecimento mais aprofundado da realidade do comércio nesse contexto, prestando eventuais contributos que venham a ser objecto de discussão e ponderação na definição de políticas de índole sectorial, concretamente para esta vertente da oferta comercial. Para tal efeito, seleccionaram-se três concelhos (e respectivas freguesias) do distrito de Portalegre, no Alto Alentejo (NUT III), designadamente Castelo de Vide, Crato e Marvão.

Os concelhos em análise no contexto
do distrito de Portalegre (de norte para sul:
Castelo de Vide, Marvão e Crato)

[FIGURA N.º 2]



A razão da opção pelo distrito de Portalegre tem a ver com diversos motivos que, para além dos afectivos (permitiram um conhecimento mais detalhado do quotidiano e da vivência daquela região), se basearam também no facto de ter existido à partida todo o interesse e disponibilidade, por parte das respectivas autarquias, no sentido de facultarem a informação e os elementos julgados necessários para a elaboração deste trabalho.

Uma outra justificação possível para a escolha do Alentejo, e que é justo realçar, tem a ver, necessariamente, com o dinamismo incutido no sector do comércio da região, face ao empenho generalizado das associações comerciais e câmaras municipais, com os projectos especiais de urbanismo comercial (PROCOM), nunca tendo havido uma adesão tão significativa em termos de apresentação de projectos de investimento individuais a sistemas de incentivos de âmbito comunitário direccionados especificamente para a revitalização do tecido comercial (cerca de 700 candidaturas). A mobilização conseguida poderá constituir um bom indicador da receptividade de potenciais abrangidos em termos de aposta na requalificação dos estabelecimentos comerciais e, por outro lado, da excelente oportunidade que se deparará em termos de preparação para o futuro de um sector fulcral para o desenvolvimento integrado e sustentado de toda a região.

Aquando dos diversos trabalhos desenvolvidos no sentido da requalificação do tecido comercial dos centros das cidades/vilas, no contexto dos projectos especiais de urbanismo comercial previstos no PROCOM, contemplados no âmbito do II Quadro Comunitário de Apoio, houve a possibilidade de conhecer localmente realidades bem distintas. Apesar dessas diferenças, pode constatar-se que foi crescendo o interesse e a motivação por parte daqueles que pelas suas características contrariavam a ideia de que os destinatários seriam essencialmente os promotores de projectos a levar a efeito nos centros históricos das cidades, iniciando-se processos e criando-se dinâmicas extremamente válidas e imprescindíveis para a actividade comercial aí instalada. Podem apontar-se exemplos concretos, como sejam Alvito e Barrancos, ambos no distrito de Beja, ou Castelo de Vide e Crato, no distrito de Portalegre, entre outros, em diferentes regiões do país, que não só no Alentejo.

POTENCIALIDADES DE DESENVOLVIMENTO E A VERTENTE COMERCIAL

Reunindo condições naturais ímpares e extremamente favoráveis, distinguindo-se por via não só dos seus produtos locais, mas também pelo património cultural, que deixa transparecer uma riqueza de passado, presente e futuro, terá no Parque Natural de São Mamede/Região de Turismo e na dinâmica que se lhe imprima um dos pilares de desenvolvimento estratégico de toda uma região que tem vindo a afirmar-se de uma forma progressiva. Os recursos cinegéticos, as águas termais, as praias fluviais, as albufeiras, a riqueza gastronómica, as artes e ofícios tradicionais, a diversidade de elementos históricos, arquitectónicos, arqueológicos, etnográficos e a proximidade geográfica com a vizinha Espanha são apenas alguns pontos-chave que

constituem uma excelente base para um desenvolvimento sustentável que se pretende para todo o Norte alentejano.

O sector do comércio e serviços abarca quase metade das empresas sediadas em todo o Alto Alentejo, sendo as mesmas responsáveis por cerca de 40% do emprego e mais de 60% do volume de negócios. Se estabelecermos uma distinção entre o comércio e os serviços, constata-se que as unidades empresariais afectas ao comércio representam dois terços do total, contribuindo com quase 70% do pessoal ao serviço e cerca de 87% do volume de negócios.

Apesar da importância do sector ao nível global da região, o desenvolvimento da actividade comercial não encontra ao nível da unidade territorial-concelho condições muito favoráveis, pelo simples facto de não existir a razão básica para a sua existência, isto é, a procura está profundamente marcada por aspectos de cariz demográfico — fraca densidade populacional, perdas significativas de população residente, acentuado envelhecimento da população e excedente de vida desfavorável, entre outros factores que serão focados mais adiante.

A reduzida dimensão do mercado local (ao nível dos três concelhos), do ponto de vista demográfico e do próprio poder de compra evidenciado, não permite perspectivar o desenvolvimento de um comércio com maior teor de especialização (vi). Esta constatação tem também presente a proximidade da cidade de Portalegre, que dispõe de um tecido comercial com uma certa amplitude, podendo aí encontrar-se um aparelho comercial com debilidades em situações muito concretas, mas com uma representatividade em termos de oferta que contempla desde supermercados, dos quais o Pingo Doce, no Centro Comercial Fontedeira, será o exemplo mais paradigmático, médias/grandes superfícies (Intermarché e Modelo), lojas de conveniência, livre-serviço, *cash and carry* (Grula), lojas *discount*, até aos estabelecimentos em regime de *franchising*, isto é, um comércio marcado também pela influência e exemplos de novos formatos que têm vindo a emergir, desde há algum tempo, um pouco por todo o país e que se fez sentir primeiro, com mais intensidade, nos centros urbanos de maior dimensão.

BREVE ANÁLISE DE FACTORES DETERMINANTES DA PROCURA E DA OFERTA

TÓPICOS DE ANÁLISE DA PROCURA

Evolução da população e índices demográficos

A evolução da população residente em Portugal, tendo registado um ligeiro acréscimo (1%) de 1991 para 1996, denota uma tendência contrária na Região do Alentejo (-4%) e no Alto Alentejo (-5%). Os concelhos objecto de análise, embora reflectam decréscimos populacionais, estes são mais notórios em Marvão (-12%) e Crato (-8%), pois excedem largamente

o valor médio da região onde se inserem. O concelho de Castelo de Vide (-2%), embora revelando também tendência negativa, acaba por ser aquele em que as perdas são menos significativas, mesmo quando comparadas com os valores verificados em todo o Alentejo.

A tendência para a verificação de rácios de excedente de vida mais preocupantes, ou seja, com as taxas brutas de mortalidade a superarem as referentes à natalidade, na Região do Alentejo não constituirá surpresa. Nos três concelhos em estudo constata-se que essa relação é ainda mais negativa e, consequentemente, mais alarmante. Se na Região do Alto Alentejo o índice em causa apresenta um valor de cerca de 8 pontos negativos, o que por si só já denota efeitos perversos na respectiva pirâmide etária, nos concelhos referidos os índices demográficos são bem reveladores daquilo de que se vem falando há muito e que merecerá uma abordagem mais integrada, requerendo políticas tão abrangentes como urgentes, sejam elas de índole económica, social, ou outras.

Isto é, as taxas brutas de mortalidade superam em mais de 10 pontos as referentes à natalidade, sendo tal desequilíbrio mais vincado no concelho do Crato (excedente de vida de -19,4) e no concelho de Marvão (-14,4). Na linha daquilo que já foi anteriormente evidenciado, Castelo de Vide é, dos três concelhos, aquele cujo valor é «menos negativo», ou seja, -11,5. Refira-se ainda que a taxa de natalidade atinge maior expressão no concelho de Castelo de Vide, sendo, por sua vez, no concelho do Crato que a taxa de mortalidade revela um valor mais preocupante (quase o triplo da média nacional).

Evolução da população e índices demográficos (1996)

[QUADRO N.º 2]

	1991	1996	Evolução (porcen- tagem)	Taxa bruta da natalidade (porcen- tagem)	Taxa bruta da mortalidade (porcen- tagem)	Excedente de vida (porcen- tagem)
Portugal	9 862 540	9 934 110	1	11,1	10,8	0,3
Alentejo	543 442	519 040	-4	8,4	15	-6,7
Alto Alentejo	128 687	122 220	-5	8,2	15,9	-7,8
Castelo de Vide	4 145	4 060	-2	8,1	19,7	-11,5
Crato	5 064	4 660	-8	6,6	26	-19,4
Marvão	4 419	3 910	-12	6,8	21,2	-14,4

Fonte: *Anuário Estatístico – Região Alentejo, 1997* (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).

Pensionistas por invalidez, velhice e sobrevivência, índices de envelhecimento e dependência total

O envelhecimento das populações, sendo apontado como um dos factores mais marcantes, pela negativa, da evolução da procura, está bem patente nos dados disponíveis.

Tendo em conta os dados de 1996 referentes ao número de pensionistas, constata-se que, a nível nacional, um quarto da população portuguesa está nessas condições.

Ao nível do Alentejo, essa percentagem ronda os 36 pontos percentuais, atingindo quase os 40% no que ao Alto Alentejo diz respeito. O número de pensionistas por velhice não deixa margens para grandes dúvidas, já que ultrapassa os 60% do total de indivíduos que se encontram na condição de pensionistas.

Assinalem-se em relação ao número de pensionistas por cada 100 habitantes, valores próximos dos 50 em Marvão e Crato, sendo que mesmo em Castelo de Vide, onde tal valor é de 40, ainda assim o mais baixo dos três concelhos, é superado o rácio referente à Região do Alto Alentejo.

Pensionistas por invalidez, velhice e sobrevivência
(Dezembro de 1996)

[QUADRO N.º 3]

	População residente	Total	Per- centa- gem	Invalidez	Per- centa- gem	Velhice	Per- centa- gem	Sobre- vivência	Per- centa- gem	Pensio- nistas por 100 habi- tantes
Portugal	9 934 110	2 485 447	25	397 184	16	1 523 418	61	564 845	23	24
Alentejo	519 040	187 382	36	25 165	13	124 610	67	37 607	20	34
Alto Alentejo . . .	122 220	47 505	39	6 193	13	31 652	67	9 660	20	37
Castelo de Vide .	4 060	1 735	43	166	10	1 213	70	356	21	40
Crato	4 660	2 293	49	273	12	1 536	67	484	21	46
Marvão	3 910	1 983	51	181	9	1 414	71	388	20	48

Fonte: *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo)/Instituto de Gestão Financeira da Segurança Social).

Apesar de os dados aqui disponíveis não incidirem sobre a unidade em análise — o concelho —, afigura-se útil deixar expressa a referência de que a desvitalização demográfica é evidente face aos índices de envelhecimento no Alto Alentejo (127,6) e no Alentejo (110,5), que excedem largamente o valor registado a nível nacional (68,1).

Para além disso, o índice de dependência total apresenta também valores mais preocupantes no Alto Alentejo (61,7) e no Alentejo (58,3), quando comparados com o valor para o conjunto do país (50,6).

Índices de envelhecimento e dependência total
(em percentagem)

[QUADRO N.º 4]

	1991		1996	
	Índice de envelhecimento	Índice de dependência total	Índice de envelhecimento	Índice de dependência total
Portugal	68,1	50,6	88,2	56,2
Alentejo	110,5	58,3	142,3	47,2
Alto Alentejo	127,6	61,7	—	—

Fonte: *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).

O poder de compra e a população activa por sector e por concelho

Trata-se da região do país com mais baixo rendimento médio por agregado familiar (77,7% da referência nacional), facto ao qual não é alheia a categoria sócio-económica dominante dos representantes dos agregados familiares — o peso dos trabalhadores por conta de outrem no sector primário (agricultura, neste caso) está claramente acima da média do continente. Apesar disso, e sendo evidente a importância do sector primário, designadamente da actividade agrícola, na economia local [refira-se que, por exemplo, no ano de 1994, a agricultura assumia um peso de cerca de 14% no valor acrescentado bruto (VAB) da Região do Alentejo, ao passo que, em termos de total nacional, o seu peso ficava-se pelos 4,3%], o que é facto é que, em termos médios, o sector terciário é aquele que mais população emprega, com valores que oscilam entre os 45% e os 58%.

O sector primário assume maior importância no concelho de Marvão, ocupando mais de um quarto do total da população activa; no entanto, é o sector terciário aquele que absorve a maioria da população activa, oscilando entre os 45% de Marvão e os quase 60% de Castelo de Vide.

Constata-se, pois, que em meios rurais, em geral, o sector primário, contrariamente ao que sucedeu no passado, já não emprega de forma maioritária a população.

Repartição da população activa por sectores de actividade
(em percentagem)

[QUADRO N.º 5]

	Sector primário	Sector secundário	Sector terciário
Castelo de Vide	17,9	23,8	58,3
Crato	23	25,7	51,3
Marvão	26,2	28,9	44,9

Fonte: *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo), e *Guia do Turismo do Norte Alentejano*.

Estamos, assim, perante um conjunto de factores determinantes do padrão médio de consumo regional que não deixam de se fazer repercutir na estrutura dominante dos bens mais comercializados e, consequentemente, no tipo de comércio instalado.

Naturalmente que o poder de compra, ao nível dos concelhos, sendo baixo, à semelhança daquilo que se passa ao nível da região, revela-nos índices que por si só nada significarão, podendo, no entanto, adiantar-se, em termos comparativos e procedendo à sua hierarquização, que, dos concelhos em estudo, Castelo de Vide, com 3,1% do total do distrito, é aquele que apresenta maior poder de compra, seguindo-se-lhe o Crato (2,8%) e, por último, o concelho de Marvão (2,4%).

Estrutura das despesas médias anuais e evolução de preços

Relativamente aos números referentes à estrutura das despesas médias anuais dos agregados na Região do Alentejo do ano de 1995, constata-se que um quarto da despesa é canalizado para a rubrica «produtos alimentares, bebidas e tabaco», seguindo-se-lhe as despesas com «habitação, aquecimento e iluminação» (20,8%).

Pelo contrário, as rubricas menos representativas são «distracções, espectáculos e cultura», «serviços médicos e de saúde», «móveis, artigos de decoração e equipamento doméstico» e «vestuário e calçado», todas elas abaixo dos 7 pontos percentuais. Em termos evolutivos, têm denotado uma tendência crescente as rubricas «produtos alimentares, bebidas e tabaco» e «vestuário e calçado», ao passo que têm revelado tendência contrária as rubricas «móveis, artigos de decoração e equipamento doméstico» e «transportes e comunicações».

De acordo com dados das estatísticas das regiões fronteiriças do Alentejo e da Estremadura, as classes de bens e serviços que registam um crescimento de preços, no ano de 1997, superior ao da média do continente são «vestuário e calçado» (2,5% no Alentejo, contra 0,6% no continente), «conforto da habitação» (4,1%, contra 3,2%) e «ensino, cultura e distração» (4,0%, contra 3,3%). Nas restantes classes de bens e serviços, os preços na Região do Alentejo registam um crescimento menor do que o verificado no continente.

**Estrutura das despesas médias anuais dos agregados
na Região do Alentejo (1995)**

[QUADRO N.º 6]

Ramos de comércio	Percentagem	Evolução verificada
Produtos alimentares, bebidas e tabaco	25,6	↑
Vestuário e calçado	0	↑
Habitação, aquecimento e iluminação	20,8	-
Móveis, artigos decorativos e equipamento doméstico . .	6,0	-
Serviços médicos e de saúde	0	↓
Transportes e comunicações	0,6	-
Distracções, espectáculos, inst. e cultura	0	-
Outros bens e serviços	0	-
Outras despesas	2,0	-
<i>Total</i>	0	

Fonte: *Anuário Estatístico — Região Alentejo, 1997* (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).

Distâncias médias das freguesias não equipadas ao equipamento/serviço

No que diz respeito ao comércio alimentar, fazem-se sentir ainda muitas insuficiências, já que, apesar de praticamente todas as freguesias disporem de

um minimercado, de uma mercearia e de uma padaria, são ainda alguns os ramos do retalho alimentar com fraca representatividade. Apontaria, por exemplo, para além de supermercados (inexistentes em todos os concelhos), estabelecimentos como peixarias, frutarias ou charcutarias, que são ainda pouco usuais.

É bastante significativo e revelador das carências sentidas o facto de a população dos três concelhos ter de percorrer, em média, distâncias superiores a 14 km para ir ao supermercado mais próximo (relembre-se que todos eles fazem «fronteira» com o concelho de Portalegre). Os estabelecimentos de bebidas (vulgo café ou taberna), por sua vez, marcam presença praticamente em todas as freguesias, facto que atenua de certo modo as carências de outras tipologias não representadas, face à variedade da oferta disponibilizada nos ditos estabelecimentos de bebidas.

Ramos de comércio não alimentar, como o «vestuário e calçado», «electrodomésticos», «livraria/papelaria», «oculista/óptica», informática», entre outros, estão representados em percentagens médias abaixo dos 20 pontos do total das freguesias, ou seja, na prática, quer dizer que para satisfação da procura de tais bens a solução acaba mesmo por ser a deslocação à capital de distrito, que dista, em média, das respectivas sedes de concelho mais de duas dezenas de quilómetros.

Convém, no entanto, chamar a atenção para outras realidades que, neste contexto, não deverão passar despercebidas e que têm a ver com aspectos de índole sócio-cultural. Isto é, independentemente de existir ou não, localmente, oferta comercial que consiga satisfazer as necessidades evidenciadas pela procura, é um costume profundamente enraizado também nos estratos etários mais elevados a denominada «ida à cidade» (Portalegre, neste caso) para diversos fins, contemplando também a vertente comercial.

Naturalmente que a população activa residente nos concelhos em análise trabalha na sua grande maioria em Portalegre (concelho) pelo que esse fenómeno de pendularidade acaba por se reflectir necessariamente também ao nível do consumo, ainda para mais com uma oferta claramente superior, qualitativa e quantitativamente, à existente nas suas localidades de origem.

É de mencionar que, apesar de nos três concelhos as respectivas autarquias assumirem um papel extremamente relevante como entidade empregadora, é notória a importância, à respectiva escala, de pólos empregadores concelhios, casos da actividade industrial em Marvão, mais precisamente em Santo António das Areias, e do turismo em Castelo de Vide, principalmente.

Apesar da inexistência de elementos devidamente quantificados sobre esta questão, é de assinalar que a proximidade de Espanha tem reflexos vários, também no que diz respeito ao binómio oferta/procura. Podendo afirmar-se que se trata de um costume com uma certa tradição nas populações destes concelhos, e naturalmente, e de um modo geral, nas populações das zonas

Distância média das freguesias não equipadas ao equipamento
ou serviço (em quilómetros)

[QUADRO N.º 7]

	Freguesias equipadas (percentagem)	População (percentagem)	Distância média
Castelo de Vide			
Comércio alimentar a retalho:			
Hipermercado	—	—	—
Supermercado	—	—	1
Minimercado/mercearia/padaria	1	1	—
Pastelaria	1	1	—
Talho/charcutaria/peixaria/frutaria	1	1	—
Restaurantes e similares:			
Estabelecimentos de bebidas	1	1	—
Restaurante	1	1	1
Crato			
Comércio alimentar a retalho:			
Hipermercado	—	—	1
Supermercado	1	1	1
Minimercado/mercearia/padaria	1	1	—
Pastelaria	1	1	1
Talho/charcutaria	1	1	1
Peixaria	—	—	—
Frutaria	1	1	—
Restaurantes e similares:			
Estabelecimentos de bebidas	1	1	—
Restaurante	1	1	1
Marvão			
Comércio alimentar a retalho:			
Hipermercado	—	—	—
Supermercado	—	—	1
Minimercado/mercearia/padaria	1	1	—
Pastelaria	1	1	—
Talho/charcutaria	—	—	1
Peixaria	1	1	1
Frutaria	—	—	1
Restaurantes e similares:			
Estabelecimentos de bebidas	1	1	—
Restaurante	1	1	1

Fonte: Elaborado a partir do inventário municipal da Região do Alentejo (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).

raianas, é muito usual a ida ao comércio do país vizinho, sendo tal facto recíproco. Ou seja, consoante as oscilações verificadas nos preços praticados, é perceptível a ida da população nacional a Espanha para abastecer de combustível o automóvel/motociclo e a vinda dos vizinhos espanhóis para uma visita de teor mais turístico e gastronómico, por exemplo. Apesar desta

visão demasiado simplista, é notório, não obstante a já referida insuficiência de dados disponíveis, que a actividade retalhista dos três concelhos beneficia menos da procura originária de Espanha do que aquilo que se passa com os comerciantes espanhóis. Se compararmos, embora de forma empírica, a realidade do comércio de Marvão, ou até mesmo de Castelo de Vide, com Las Huertas [pequeno lugar localizado muito próximo do «ex-posto fronteiriço» dos Galegos (Marvão)] ou mesmo Valência de Alcântara (vila espanhola mais próxima da zona de fronteira citada), constatamos que as localidades espanholas são mais procuradas para efeitos de comércio, de diversa ordem, podendo destacar-se a procura, entre outros, de bens alimentares, material de construção, etc. Aliás, o dia de realização do mercado em Valência de Alcântara (segundas-feiras) é um dia forte para o comércio daquela localidade, facto que fica a dever-se em boa medida à procura por parte dos portugueses dos concelhos de Marvão e Castelo de Vide, principalmente.

Os espanhóis, por sua vez, procuram essencialmente os estabelecimentos ligados à hotelaria e restauração, prolongando um pouco mais as suas estadas, verificando-se um acréscimo desse fluxo por ocasião da Páscoa e durante o período do Verão.

Densidade populacional e densidade comercial

Tendo em conta o critério do número de habitantes em cada uma das freguesias (extrapolação dos números de 1991, tendo em conta a tendência 1981-1991 e os totais concelhios de 1996), trata-se, obviamente, de uma população rural (isolada ou residente em lugares com menos de 2000 habitantes).

Em qualquer um dos três concelhos existe uma predominância clara de comunidades com poucas centenas de residentes; basta atentarmos que, num total de 14 freguesias, apenas cinco apresentam populações residentes superiores a um milhar de habitantes (note-se que a unidade de análise é a freguesia, sendo que cada uma delas é constituída por diversas aldeias, lugares, etc.).

Estima-se que no concelho de Castelo de Vide cerca de 20% (supera a média regional de 15%) da população residam em lugares com menos de 100 habitantes. No concelho do Crato a população residente nesses lugares não chega a atingir 5% do total. Em contrapartida, no concelho de Marvão essa parcela ultrapassa os 45%, predominando assim os aglomerados com menos de uma centena de habitantes.

Tanto no Crato como em Castelo de Vide, as denominadas sedes de concelho são as freguesias que apresentam maior número de habitantes (mais de 40% do total do concelho e com tendência óbvia de crescimento ou, no mínimo, de manutenção).

Já no que respeita ao concelho de Marvão, será curioso verificar que, das duas freguesias mais populosas, designadamente Santo António das Areias e São Salvador de Aramenha, nenhuma é sede de concelho, facto que fica a dever-se às especificidades históricas e geográficas da vila de Marvão, com um espaço urbano intramuralhas perfeitamente delimitado, com poucas possibilidades de expansão territorial para uso habitacional.

Densidade populacional e número de freguesias (1996)

[QUADRO N.º 8]

	Superfície	Porcentagem	População	Porcentagem	Densidade	Freguesias	Porcentagem
Portugal	91 906	100	9 934 110	100	108,1	4 222	100
Alentejo	26 931	29	519 040	5	19,3	294	7
Alto Alentejo	5 937	100	122 220	100	20,6	81	100
Castelo de Vide	265	4	4 060	3,3	15,3	4	5
Crato	388	7	4 660	3,8	12,0	6	7
Marvão	155	3	3 910	3	25,2	4	5

Fonte: *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).

Tais factos comprovam-se também por uma leitura sucinta e cruzada dos dados referentes à densidade populacional/densidade comercial, isto é, no caso de Castelo de Vide, a freguesia sede de concelho (Santa Maria da Devesa), absorvendo quase metade da população do concelho, apresenta uma densidade populacional que ultrapassa os 33 hab./km², sendo que a densidade comercial é de 3,24 estab./100 hab.

No concelho do Crato, a freguesia de Flor da Rosa é a que apresenta maior densidade populacional, 34,5 hab./km², o que se explica pela sua reduzida área (cerca de 10 km²), ao passo que Gáfete ultrapassa ligeiramente a freguesia sede de concelho no que diz respeito ao indicador da densidade comercial (2,32 estab./100 hab., contra 2,08 estab./100 hab.). A explicação reside na própria dimensão (área) de ambas as freguesias — 46,1 km² e 169,1 km², respectivamente.

No concelho de Marvão, as áreas das quatro freguesias variam, *grossomodo*, entre os 23 km² e os 50 km², pelo que existem ao nível da densidade populacional valores também muito «nivelados» na ordem dos 30 hab./km², com excepção da freguesia da Beirã, que se encontra abaixo dessa média (13,6 hab./km²). São Salvador de Aramenha, sendo a freguesia mais populosa (cerca de 37% do total do concelho), regista também o maior índice em termos de densidade comercial (2,99 estab./100 hab.).

A título exemplificativo, refira-se que, excluindo o concelho de Marvão (25,2 hab./km²), a densidade populacional nos outros dois concelhos é, inclusivamente, inferior à média do Alentejo (19,3 hab./km²) e do próprio Alto Alentejo (20,6 hab./km²). (Recorde-se que a densidade populacional em Portugal é de 108,1 hab./km²).

Os concelhos do Crato e de Marvão são constituídos maioritariamente por freguesias predominantemente rurais (*i*) (seis para uma e quatro para uma, respectivamente), correspondendo as duas mediantemente urbanas (*i*) às denominadas sedes de concelho, ou seja, a freguesia de Crato e Mártires, no concelho do Crato, e a freguesia de Santa Maria de Marvão, no concelho de Marvão.

Relativamente ao concelho de Castelo de Vide, a situação é distinta, face à classificação tipológica das suas freguesias, já que, das quatro existentes, três estão classificadas como mediantemente urbanas.

Densidade populacional e densidade comercial
(freguesias dos concelhos)

[QUADRO N.º 9]

	Área (km ²)	Perce- tagem	Popu- lação	Perce- tagem	Densi- dade	Número de estabele- cimen- tos	Perce- tagem	Estabe- lecimen- tos/100 habi- tantes
Castelo de Vide								
Santiago Maior (<i>a</i>)	58,7	22	513	13	8,7	0	0	0
Santa Maria da Devesa (<i>a</i>) . .	56,4	21	1 880	46	33,3	61	73	3,24
São João Baptista (<i>a</i>)	76,1	29	926	23	12,2	15	18	1,62
Nossa Senhora da Graça da Póvoa e Meadas	73,6	28	741	18	10,1	7	8	0,94
<i>Total</i>	264,8	100	4 060	100	64,3	83	100	2,04
Crato								
Aldeia da Mata	37,3	10	524	11	14,0	7	8	1,34
Crato e Mártires (<i>a</i>)	169,1	44	1 924	41	11,4	40	47	2,08
Flor da Rosa	9,9	3	342	7	34,5	4	5	1,17
Gáfete	46,1	12	1 122	24	24,3	26	31	2,32
Vale do Peso	65,6	17	352	8	5,4	3	10	0,85
Monte da Pedra	60,1	15	396	8	6,6	5	6	1,26
<i>Total</i>	388,1	100	4 660	100	96,3	85	100	1,82
Marvão								
Beirã	44,8	29	610	16	13,6	13	13	2,13
Santa Maria de Marvão (<i>a</i>) . .	23,4	15	710	18	30,3	17	17	2,39
Santo António das Areias . . .	35,9	23	1 151	29	32,1	30	29	2,61
São Salvador de Aramenha . .	50,8	33	1 439	37	28,3	43	42	2,99
<i>Total</i>	154,9	100	3 910	100	104,3	103	100	2,63

(*a*) Freguesias classificadas como *mediamente urbanas* (de acordo com a tipologia de áreas urbanas).

Fonte: Elaborado a partir do *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo), informação das câmaras municipais e cadastro DGCC de Outubro de 1999.

TÓPICOS DE ANÁLISE DA OFERTA COMERCIAL (RETALHISTA)

Dimensão física (área de exposição e venda) dos estabelecimentos

Em termos da dimensão física dos espaços comerciais, existe uma predominância dos estabelecimentos com áreas de exposição/venda inferiores a 50 m², sendo que essa percentagem conhece maior significado em Marvão (quase 65% do total dos estabelecimentos).

Com especificidades que mereceriam considerações adicionais, importará focar que o concelho do Crato será aquele em que, face ao panorama evidenciado, haverá um maior equilíbrio, em termos proporcionais, no que diz respeito aos escalões dimensionais definidos pelo cadastro comercial da Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência, sendo também o que apresenta maior percentagem (16%) de espaços com área superior a 120 m².

Castelo de Vide apresenta cerca de um terço dos seus estabelecimentos comerciais com uma área compreendida no intervalo entre 50 m² e 119 m², tratando-se, pois, de um comércio «mais urbano», quando comparado com o dos restantes concelhos.

Dimensão física (área de exposição e venda)
dos estabelecimentos comerciais

[QUADRO N.º 10]

	< 50 m ²	Perce- tagem	< 50 m ² a 119 m ²	Perce- tagem	> 129 m ²	Perce- tagem	Total
Castelo de Vide	34	58,6	17	29,3	7	12,1	58
Crato	38	50,7	25	33,3	12	16,0	75
Marvão	42	64,6	19	29,2	4	6,2	65

Fonte: Cadastro da DGCC/dados relativos a Outubro de 1999.

Estatuto jurídico das empresas e emprego

À semelhança do que acontece a nível do conjunto do território nacional, a figura do empresário em nome individual surge como estatuto dominante das unidades comerciais existentes. Em termos gerais, constata-se que em qualquer um dos concelhos cerca de três quartos das unidades operam sob tal estatuto (empresa em nome individual), salientando-se neste aspecto o concelho de Marvão, onde essa percentagem ultrapassa mesmo os 90 pontos percentuais.

Trata-se de unidades de pequena dimensão de cariz familiar tanto ao nível da propriedade do capital como da actividade diária do estabelecimento. A fraca representatividade de unidades que empregam cinco ou mais trabalhadores é evidente (não chega a atingir os 5% em qualquer dos concelhos). Dominam os espaços comerciais que empregam um único indivíduo, sendo

que na esmagadora maioria das situações se trata do próprio empresário ou de um familiar muito próximo.

Repartição dos estabelecimentos por estatuto jurídico

[QUADRO N.º 11]

	Nome individual	Porcentagem	Quotas	Porcentagem	Outros	Porcentagem	Total
Castelo de Vide	61	73,5	18	21,7	4	4,8	83
Crato	65	76,5	14	16,5	6	7,1	85
Marvão	92	89,3	10	9,7	1	1,0	103

Fonte: Cadastro da DGCC/dados relativos a Outubro de 1999.

Peso do comércio alimentar (número de estabelecimentos/pessoas ao serviço)

Tendo por base a distinção entre o comércio alimentar e o não alimentar, constata-se que nos concelhos de Castelo de Vide e do Crato existe um certo equilíbrio entre as duas tipologias, com uma preponderância muito ligeira do não alimentar. No que se refere ao concelho de Marvão, há uma vincada supremacia do comércio alimentar (quase 80% do total dos espaços comerciais existentes).

Em termos totais, dos três concelhos, verifica-se um maior peso do alimentar sobre o não alimentar (de 60 para 40). Naturalmente que os dados apontados reflectem-se também em termos do emprego, isto é, o comércio não alimentar dá emprego a um número superior de indivíduos quando comparado com o verificado no alimentar.

Pelo que foi já referido, a excepção é o concelho de Marvão, onde cerca de 74% dos empregados no sector estão ligados ao alimentar.

Peso do comércio alimentar/não alimentar (número de estabelecimentos/pessoas ao serviço)

[QUADRO N.º 12]

	Comércio alimentar				Comércio não alimentar				Número de estabelecimentos	Número de pessoas
	Número de estabelecimentos	Porcentagem	Número de pessoas	Porcentagem	Número de estabelecimentos	Porcentagem	Número de pessoas	Porcentagem		
Castelo de Vide . . .	36	43	57	39	47	57	88	61	83	145
Crato	42	49	61	31	43	51	135	69	85	196
Marvão	80	78	119	73	23	22	43	27	103	162
Total	158		237		113		266		271	503

Fonte: Cadastro da DGCC/dados relativos a Outubro de 1999.

Quantificando, o número total (conjunto dos três concelhos) de pessoas ao serviço no comércio a retalho rondará os quinhentos indivíduos, sendo a sua repartição percentual, por concelho, a seguinte : Castelo de Vide (29%), Crato (39%) e Marvão (32%). Se tentarmos estabelecer a relação entre tal distribuição e o número de estabelecimentos existentes, é de assinalar que relativamente aos concelhos do Crato e de Marvão se verificam alguns aspectos que poderiam parecer antagónicos, isto é, o concelho do Crato, abrangendo quase 40% do total das pessoas ao serviço, representa apenas 31% do total dos estabelecimentos, ao passo que no concelho de Marvão os 32% de indivíduos ao serviço têm por base 38% do total dos estabelecimentos. Tal facto tem a ver, necessariamente, com a dimensão dos estabelecimentos e com a composição territorial de cada um dos concelhos (número de freguesias, número de aldeias/lugares, entre outros factores).

Número de estabelecimentos, de acordo com escalões de pessoas ao serviço

[QUADRO N.º 13]

	1	Percentagem	> 2 e < 5	Percentagem	> 5	Percentagem	Total
Castelo de Vide	46	55,4	36	43,4	1	1,2	83
Crato	55	64,7	26	30,6	4	4,7	85
Marvão	63	61,2	37	35,9	3	2,9	103

Fonte: Cadastro da DGCC/dados relativos a Outubro de 1999.

Contributo das feiras/mercados para a oferta comercial

As feiras e os mercados são encarados como uma forte concorrência ao comércio retalhista instalado; no entanto, assumem uma importância extraordinária, reconhecida também pelos residentes, não só em termos da diversidade e complementaridade da oferta, como desempenham um papel sócio-cultural dificilmente dispensável pelas populações locais.

Sendo conhecidos os dias da sua realização («dia de feira», «dia de mercado franco», etc.), e face à sua periodicidade, o hábito adquirido ao longo de muitos e muitos anos, inclusive de geração em geração, não se perderá com facilidade, seja qual for a evolução que venha a verificar-se ao nível dos formatos comerciais já instalados ou a instalar num futuro mais ou menos próximo.

A periodicidade de tais eventos surge como reflexo das necessidades sentidas pela procura local. Decerto que aquando do aparecimento das médias/grandes superfícies se sentiu que parte da procura se desviou, mas o seu carácter excepcional ao nível da própria riqueza da oferta comercial (a origem dos produtos, a negociação dos preços, o convívio, a encomenda, etc.) tem conferido aos mercados/feiras um estatuto incomparável.

Sendo Portalegre o principal centro urbano de todo o Norte alentejano, poder-se-ia ficar com a ideia de que ao nível da cidade a realidade fosse

semelhante àquilo que se passa noutros centros urbanos; no entanto, é de referir que o próprio mercado municipal funciona apenas duas vezes por semana, o que por si só já é sintomático daquilo que foi exposto anteriormente em termos das características da procura.

Obviamente que o desenvolvimento dos núcleos urbanos, o crescimento populacional e a taxa de motorização são apenas alguns dos factores que têm contribuído para que os locais de realização das feiras e mercados tenham tendência, a curto prazo, para uma «deslocalização» para áreas consideradas periféricas, o que acaba por merecer, mais tarde ou mais cedo, a concordância de todos, tendo em conta a procura permanente de uma maior e melhor qualidade de vida das populações.

Por sua vez, e no que diz respeito aos mercados municipais (quando existe tal infra-estrutura), a realidade da procura acaba por não justificar a sua realização diária, realizando-se, muitas vezes, apenas semanalmente e com uma oferta à medida dessa procura. O caso mais evidente é o verificado em Castelo de Vide, onde o mercado municipal, localizado fora do núcleo central da vila, funciona apenas uma vez por semana, precisamente à sexta-feira, dia que coincide com a realização da habitual feira/mercado em pleno centro da localidade — Praça D. Pedro V, localmente conhecida por «Carreira de Baixo».

Será interessante distinguir algumas situações ao nível do tipo de oferta que se pode encontrar nestes dois «formatos» de comércio. Isto é, tanto os mercados, municipais, vocacionados para o alimentar, como as feiras/mercados vocacionados para o vestuário, calçado, artesanato, entre outros, disponibilizam tal oferta protagonizada tanto pelos habituais vendedores e produtores locais, que acabam por encontrar aí uma forma de escoar os seus produtos (agrícolas, essencialmente), como também pelos vendedores ambulantes/feirantes, que cumprem um itinerário que vai muito além da Região do Alto Alentejo.

Periodicidade das principais feiras e mercados

[QUADRO N.º 14]

	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Castelo de Vide	—	—	—	—	Mercado municipal (feira franca)*		Feira de velharias**
Crato	—	Gáfete		Crato (mercado franco)***	—	—	Crato
Marvão	—	—	Beirã	Marvão	—	Santo António das Areias	—

* Últimas sextas-feiras de cada mês.

** Últimos domingos do mês.

*** 3.ªs quintas-feiras do mês (mercado franco do Crato).

Fonte: Elaborado a partir do *Guia do Turismo do Norte Alentejano* e folhetos promocionais da Região de Turismo de São Mamede.

A oferta comercial ao nível da freguesia

Se o panorama anteriormente evidenciado já caracteriza, de algum modo, a realidade do espaço rural e do comércio aí existente, se a unidade territorial de análise a adoptar for a freguesia, a tarefa torna-se ainda mais difícil, pelo que se optou por seleccionar apenas uma freguesia de cada um dos concelhos, tentando, na medida do possível, abranger unidades territorialmente distintas sob múltiplos aspectos (dimensão geográfica, população residente, tecido comercial instalado, proximidade das respectivas sedes de concelho, etc.).

Por conseguinte, seleccionaram-se três freguesias para uma análise mais exaustiva, a saber, Nossa Senhora da Graça da Póvoa e Meadas (Castelo de Vide), Gáfete (Crato) e São Salvador de Aramenha (Marvão).

As freguesias objecto de análise, todas elas classificadas como predominantemente rurais, representam para os concelhos onde se inserem contributos de diversa ordem, razão também pela qual as características que passarei a expor podem ser representativas da realidade da região no seu todo.

Temos assim que a freguesia de Gáfete, representando no concelho do Crato cerca de 12% do total da área do mesmo, tem por habitantes quase um quarto da população residente no concelho. A densidade populacional na freguesia é de 24 hab./km², duplicando, inclusive, o rácio concelhio (12 hab./km²).

No que se refere à oferta comercial, com quase 25% da população do concelho, a freguesia de Gáfete disponibiliza mais de 30% dos estabelecimentos sediados no concelho, o que lhe confere, ao nível das três freguesias em análise, o rácio «mais favorável» do número de estabelecimentos por 100 habitantes (2,32), superando, inclusive, o rácio do concelho.

Na freguesia de Nossa Senhora da Graça da Póvoa e Meadas verifica-se uma situação inversa, ou seja, a cerca de 28% do território concelhio corresponderão apenas 18% da população de todo o concelho de Castelo de Vide. Em relação aos dados da densidade populacional, a freguesia em causa apresenta um rácio próximo dos 10 hab./km², ficando aquém do total do concelho (15 hab./km²).

Apesar do equilíbrio verificado quando comparados os valores percentuais da população da freguesia (em relação ao total do concelho) com a percentagem dos estabelecimentos existentes, o que é facto é que se trata da freguesia com o rácio «menos favorável» do número de estabelecimentos por 100 habitantes, sendo inferior ao valor do concelho (2,04).

A freguesia de São Salvador de Aramenha parece seguir esta última tendência, ou seja, a representatividade que detém ao nível territorial não é acompanhada ao nível da percentagem de população residente (50,8% para 41%, respectivamente).

No que diz respeito aos valores da densidade populacional, apresenta um rácio que excede o verificado a nível concelhio, isto é, 31 hab./km² da freguesia para 25 hab./km² do concelho.

Verifica-se desta forma que, tendo como residentes mais de 40% da população do concelho, a oferta comercial não representa um terço da existente em todo o concelho. Apesar disso, e atendendo às características que analisarei mais em pormenor, a freguesia apresenta valores que rondam os 2 estab./100 habitantes, ligeiramente inferior ao valor relativo ao concelho (2,63).

Densidade populacional e densidade comercial
por cada uma das freguesias

[QUADRO N.º 15]

	Área (km ²)	Per- cen- tagem	Popu- lação	Per- cen- tagem	Densi- dade	Número de esta- beleci- mentos	Per- cen- tagem	Esta- beleci- mentos/ 100 hab.
Nossa Senhora da Graça da Póvoa e Meadas	73,6	28	741	18	10,1	13	16	1,75
<i>Total do concelho</i> (Castelo de Vide)	264,8	100	4 060	100	15,3	83	100	2,04
Gáfete	46,1	12	1 122	24	24,3	26	31	2,32
<i>Total do concelho</i> (Crato)	388,1	100	4 660	100	12,0	85	100	1,82
São Salvador de Aramenha	50,8	33	1 593	41	31,4	32	31	2,01
<i>Total do concelho</i> (Marvão)	154,9	100	3 910	100	25,2	103	100	2,63

Fonte: Elaborado a partir do *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo), e informação das câmaras municipais e cadastro da DGCC de Outubro de 1999.

A oferta comercial ao nível da aldeia/lugar

Se a análise for agora feita ao nível da aldeia/lugar que compõem a freguesia, no caso em apreço São Salvador de Aramenha, constata-se que a insuficiência da oferta pode resultar da reduzida procura, e vice-versa, o que gera um ciclo vicioso que, em última análise, gera efeitos profundamente negativos na qualidade de vida das populações no que diz respeito não só ao comércio e serviços, mas mais concretamente no que se refere à satisfação das necessidades dessas populações.

A freguesia subdivide-se em cinco aglomerados populacionais principais, Alvarrões, Porto da Espada, São Salvador de Aramenha, Escusa e Portagem, sendo que o conjunto formado pelos restantes lugares, considerados de «menor dimensão», representa, ainda assim, mais de 40% do total da população da freguesia. Daqui pode concluir-se que a distribuição territorial da população se caracteriza pela proliferação de pequenos lugares, muitas vezes isolados das próprias aldeias que lhes estão mais próximas. Naturalmente que, numa óptica de oferta/procura comercial, não será difícil imaginar as dificuldades que caracterizam a procura, já de si escassa, em aceder à oferta limitada que existe nessas aldeias.

No caso concreto dos cinco lugares citados, o quotidiano, que não só o comercial, é definitivamente marcado pela distância que os separa da cidade mais próxima — Portalegre —, seguramente mais de uma dezena de quilómetros, com uma rede de transportes públicos insuficiente, onde apenas o autocarro efectua geralmente carreiras bidiárias, sendo certo que as paragens obrigatórias nem sempre contemplam todos os pontos necessários.

Dependendo do tipo de bens e serviços procurados, a satisfação de algumas necessidades é ainda assim superada pela oferta existente na vila de Castelo de Vide, que, tratando-se de um concelho distinto, dista cerca de 4 quilómetros de Escusa (aldeia do concelho de Marvão mais próxima de Castelo de Vide).

População e estabelecimentos comerciais da freguesia

[QUADRO N.º 16]

	População	Percentagem	Número de estabelecimentos	Percentagem
Alvarrões	74	5	6	14
Porto de Espada	249	16	5	12
São Salvador de Aramenha	105	7	4	9
Escusa	151	9	3	7
Portagem	247	16	14	33
Outros de menor dimensão	767	48	11	26
<i>Total</i>	1 593	100	43	100

Fonte: Elaborado a partir de dados do *Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo), dados da Câmara Municipal do Marvão, Censos/91 e cadastro DGCC de Outubro de 1999.

Apesar de os dados disponíveis carecerem de alguma fiabilidade, atendendo às datas das respectivas estatísticas e diferentes fontes utilizadas, tratar-se-á de aldeias que dificilmente ultrapassarão as duas centenas de habitantes, não sendo de estranhar que algumas delas não cheguem a atingir uma centena, como será o caso de Alvarrões, ou mesmo de São Salvador de Aramenha (sede de freguesia).

Em todas as localidades apontadas predominam os estabelecimentos comerciais «mistos», ou seja, como já foi exemplificado anteriormente, acumulam a comercialização de bens de primeira necessidade (alimentar, principalmente) com a actividade de estabelecimento de bebidas (café ou taberna, basicamente). Apesar de actualmente já ser possível depararmo-nos com alguns casos de lojas especializadas, por exemplo, na área do artesanato ou até mesmo da restauração/hotelaria, predomina claramente a situação atrás descrita.

Com excepção da Portagem, cujas potencialidades turísticas criaram condições para a instalação de estabelecimentos ligados à restauração e ao artesanato, todas as outras aldeias não possuem mais de seis estabelecimentos comerciais.

Tal facto encontrará explicação na dimensão populacional e características da mesma, sendo notórias as perdas sucessivas de população residente e o seu envelhecimento acentuado.

Tecido comercial da freguesia

[QUADRO N.º 17]

São Salvador de Aramenha	Estabelecimentos comerciais		
	Comércio	Café/ restaurante	Totais
Alvarrões	3	3	6
Porto de Espada	2	3	5
São Salvador de Aramenha	1	3	4
Escusa	1	2	3
Portagem	5	9	14
Outros de menor dimensão.	(*)	(*)	11
<i>Total</i>	12	20	43

(*) Em «Outros de menor dimensão» existem 11 estabelecimentos comerciais, sendo na sua maioria estabelecimentos mistos que acumulam comércio e restauração.

Fonte: Elaborado a partir de dados Câmara Municipal de Marvão e cadastro DGCC de Outubro de 1999.

Afigura-se relevante focar também um ou outro aspecto com consequências, neste caso benéficas, para o comércio a retalho destes lugares e que têm a ver, por um lado, com o facto de a população desses lugares chegar a duplicar e triplicar em determinadas épocas do ano, como seja o Verão e o Natal, dado que se trata de épocas de férias e/ou festivas, nas quais o regresso à terra natal com familiares e amigos é um costume bastante enraizado, passando, inclusive, de geração em geração. Aliás, o apego e a afectividade às origens das populações que se viram obrigadas a procurar emprego fora das aldeias provar-se-ão também pela opção de adquirir uma segunda residência, tendência que tem contribuído para o impulso crescente da recuperação, reconstrução e valorização de uma parte significativa do edificado existente. Por vezes, essa segunda habitação surgirá também por situações de herança, facto que faz com que se vá mantendo o clima de familiaridade que tão bem caracteriza estas aldeias. É, pois, notório que, em grande parte do ano, uma parcela significativa das residências se encontra desabitada, facto que revela a tal opção pela segunda residência e que faz com que no comércio retalhista se faça sentir este efeito de sazonalidade nos negócios correntes.

Um outro aspecto com relação directa com o exposto anteriormente refere-se ao regresso à terra de origem de uma faixa populacional considerável que, apesar de retirada, a maior parte das vezes, da vida activa, contribui fortemente para a manutenção do comércio. Trata-se, maioritariamente, de casais em situação de reforma e/ou pré-reforma, na faixa dos 55-65 anos, com maior poder de compra, o que necessariamente se reflecte ao nível do volume de negócios dos estabelecimentos existentes.

Tratando-se de factores marcantes do tipo de procura, o seu reflexo na oferta existente começa a surgir de certo modo como contrapeso a uma situação, que se vinha agravando, de menor apetência e capacidade para o consumo, pelo facto de os rendimentos dos habituais residentes se traduzirem, exclusivamente, em pensões de reforma/segurança social, cujos valores não deixam, com toda a certeza, muita margem para o consumo que vise bens que vão além do essencial.

O comércio local desempenha nestas aldeias uma importante função económica e social, tanto a nível do abastecimento das populações, principalmente a mais idosa, como também enquanto factor de vivificação das aldeias e lugares, pois é a loja local o ponto de encontro e de referência. A sociedade recreativa e cultural (quando existe), o largo da igreja e o estabelecimento comercial constituem desta forma os verdadeiros e únicos espaços dinâmicos de socialização.

CONCLUSÕES

Reconhecer a importância dos meios rurais para o desenvolvimento económico do conjunto é um primeiro passo, sendo que a saúde económica de sectores como a agricultura e a silvicultura permanece vital para o futuro da economia rural, sobretudo porque são eles que contribuem de forma decisiva para o desenvolvimento de outros sectores económicos, como é o caso do comércio.

O contributo deste sector, se modernizado e dotado de outra dinâmica, revela-se básico para a revitalização dos meios rurais; no entanto, só através de uma política integrada e específica para a preservação e revitalização do mundo rural no seu todo (começando logo pelas infra-estruturas básicas) poderá fazer com que a aposta estratégica na dinamização do mundo rural possa ser uma certeza.

A realidade patenteada ao longo do presente trabalho revela que as áreas rurais ainda subsistem no presente, sendo agora a questão principal saber qual a melhor via para as preservar — não no sentido de as manter, constituindo-as só como um chamariz turístico pela sua raridade, mas sim, e também, com vista à sua dinamização, contribuindo de forma decisiva, na

sua quota-parte, para a melhoria da qualidade de vida das populações que nelas vivem.

Nas aldeias a pequena loja poderá ser assim o elo de ligação entre todas as vertentes que deverão estruturar tais comunidades, tirando partido daquilo que há de melhor, e que ainda subsiste, nos meios rurais.

Com o propósito de contribuir para assegurar a viabilização deste comércio e melhorar, conseqüentemente, a qualidade de vida das populações rurais, afigura-se crucial a existência de uma acção específica que, com o necessário enquadramento — atenta às especificidades do comércio no espaço rural, já evidenciadas, e integrada com as restantes medidas e acções previstas noutros domínios de actuação —, contemple apoios/incentivos para a revitalização comercial desses espaços — reestruturação física e funcional.

A existir uma tal política, que, através de medidas e incentivos a criar para o efeito, tenha por objectivo a revitalização do comércio em espaço rural, as áreas geográficas a abranger (caso não seja exequível estender tal intervenção à totalidade do território classificado como área predominantemente rural) deverão ser seleccionadas com base, em primeiro lugar, na forte predisposição, motivação, empenho e capacidade de trabalho de todos os actores envolvidos e a envolver, partindo-se depois para o cumprimento de critérios que necessariamente terão de ser estabelecidos.

A possibilidade, sempre discutível, de se enveredar por algumas acções ou projectos piloto que permitam os desejados efeitos demonstradores poderá vir a revelar-se como a mais viável face às particularidades e dimensão das regiões que compõem o território, havendo que ter em conta as diferentes realidades de cada uma delas face às potencialidades e debilidades que tão bem as caracterizam (necessidade de definição de critérios para selecção/hierarquização das respectivas áreas geográficas de intervenção ou para implementação de projectos piloto).

Ao nível da estratégia comercial, parece ficar provado que, não sendo de desprezar o estímulo para o comércio local, designadamente para outros ramos específicos (restauração, artesanato, ...), que outras tipologias de clientela alvo representam, como sejam os turistas, visitantes e «flutuantes», pelo reconhecido potencial de crescimento num futuro próximo, o cliente para o qual deverão direccionar-se, de forma prioritária, os esforços do comerciante será o cliente local, pois será este a principal base de sustentação da sua actividade diária e do seu negócio.

Nesse âmbito, e para além dos aspectos consensualmente aceites como contributos indispensáveis para a pretendida modernização, como sejam as obras de remodelação, a aquisição de novos equipamentos, a melhoria do visual (decoração, exposição, iluminação, ambiente, higiene, etc.), o recurso a meios informáticos como forma de racionalização da actividade, entre outros, a aposta terá forçosamente de passar pela adopção de uma filosofia

de multifuncionalidade, isto é, tentar tirar partido desses espaços e do seu carácter de proximidade, alargando o seu leque de oferta.

Dessa forma, uma das vias possíveis será a concentração de um conjunto diversificado de funções, de modo a colmatar um leque de necessidades de vária ordem que vai, necessariamente, além da oferta comercial usualmente disponibilizada e que, simultaneamente, possa contribuir para a complementar. Poderá surgir assim, entre outros, em termos comerciais, a adaptação/adequação do sortido às características da clientela local, diversificando para além dos bens alimentares, passando a comercializar, por exemplo, produtos farmacêuticos (venda livre), apostando nas entregas ao domicílio não só dos produtos ditos de mercearia, mas também, por exemplo, de refeições ligeiras (uma espécie de apoio domiciliário à população mais idosa), enveredando por projectos inovadores na área da prestação de serviços.

Nesta área existirá uma panóplia de serviços que, a ser possível, facilitaria de forma significativa o quotidiano das populações rurais — recebimento/desconto das pensões, correios (telefone público, fax, selos, pagamento de serviços, produtos financeiros...), caixa multibanco, serviços *multimedia*, etc.

A realidade do comércio em contexto rural, como se viu, pelas suas especificidades, implica uma forte sensibilização dos potenciais agentes dinamizadores dos processos de requalificação do sector — administração pública central, administração pública local, estruturas associativas, agências de desenvolvimento local, universidades, consultores, entre outros — que surjam emanados do mesmo espírito — dinamizar o comércio local como forma de privilegiar o seu contributo para a revitalização da própria comunidade rural e para a melhoria progressiva da qualidade de vida das populações locais.

BIBLIOGRAFIA

- «Livro Verde» sobre o Comércio (*Boletim da União Europeia*, suplemento n.º 2/97).
- «Livro Branco» sobre o Comércio (comunicação da Comissão — Com./1999-6 final).
- Publicação da conferência preparatória da 3.ª Conferência Europeia «PMEs e artesanato», *As Artes e Ofícios Tradicionais e as Microempresas no Desenvolvimento Local* (Junho de 1997, Serpa).
- A Comunidade Europeia e o Desenvolvimento Rural — O Dossier da Europa 5/1991* (Comissão das Comunidades Europeias, Serviço das Publicações Oficiais).
- Estatísticas do Cadastro Comercial*, 1998 (Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência, Janeiro de 1999).
- Anuário Estatístico — Região Alentejo*, 1997 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).
- Estatísticas das Regiões Fronteiriças do Alentejo e da Estremadura*, ano de 1998 (Instituto Nacional de Estatística, Direcção Regional do Alentejo).
- Indicadores Urbanos do Continente*, série «Estudos», n.º 80, 1999 (Instituto Nacional de Estatística e Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano).
- Tipologia de Áreas Urbanas*, Junho de 1998 (Instituto Nacional de Estatística).

Guia de Turismo do Norte Alentejano (Região de Turismo de São Mamede).

Quadro Comunitário de Apoio III — Portugal 2000-2006 (Comissão Europeia e Ministério do Planeamento).

Plano de Desenvolvimento Regional 2000-2006 (Ministério do Planeamento).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS/CITAÇÕES

- (i) Indicadores Urbanos do Continente, série «Estudos», n.º 80, 1999 (INE e DGOTDU), e *Tipologia de Áreas Urbanas*, Junho de 1998 (Instituto Nacional de Estatística).
- (ii) «Livro Verde» sobre o Comércio (*Boletim da União Europeia*, suplemento n.º 2/97) (IV. Novos desafios enfrentados pelo comércio; 3. Emprego, competitividade e coesão; 3.1. O ambiente rural).
- (iii) Extraído da comunicação apresentada por Alberto E. da Silva e Melo na conferência preparatória da 3.ª Conferência Europeia «PMEs e artesanato», *As Artes e Ofícios Tradicionais e as Microempresas no Desenvolvimento Local* (Junho de 1997, em Serpa).
- (iv) «Livro Branco» sobre o Comércio (comunicação da Comissão — Com./1999-6 final) (IV. Principais prioridades de acção; C. Reforço da competitividade e promoção da capacidade empresarial; 4. Comércio em áreas rurais desfavorecidas).
- (v) Extraído da comunicação apresentada por Stephen S. Fuller na conferência preparatória da 3.ª Conferência Europeia «PMEs e artesanato», *As Artes e Ofícios Tradicionais e as Microempresas no Desenvolvimento Local* (Junho de 1997, em Serpa).
- (vi) *Estudo Global do Projecto Especial de Urbanismo Comercial de Castelo de Vide* (elaborado pelo Gabinete de Estudos e Projectos da Confederação do Comércio e Serviços de Portugal, Instituto de Dinâmica do Espaço, Departamento de Geografia e Planeamento Regional, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e Insula — Estudos e Projectos, L.^{da}).

Este trabalho foi elaborado no ano de 2001.